

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Чорноморський державний університет імені Петра Могили

Ю. В. ПАЛАГНЮК

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ
ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД
ТА УКРАЇНА**

Ю. В. ПАЛАГНЮК

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
АУДІОВІЗУАЛЬНИХ
ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД
ТА УКРАЇНА**

Монографія

Редактор *Н. Савич*.

Комп'ютерна верстка, технічний редактор, дизайн обкладинки *М. Шевчук*.
Друк *О. Полівцова*. Фальцювально-палітурні роботи *Ю. Шаповалова*.

Підп. до друку 02.04.2012 р.
Формат 70x100¹/₁₆. Папір офсет.
Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.
Умовн. друк. арк. 13,71 Обл.-вид. арк. 13,92.
Тираж 300 пр. Зам. № 3426.

Видавець і виготовлювач: ЧДУ ім. Петра Могили.
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50-03-32, 8 (0512) 76-55-81, e-mail: vrector@kma.mk.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3460 від 10.04.2009 р.



Миколаїв – 2012

УДК 351:32.019.51(4+477)
ББК 63.3
П 14

ДЛЯ НОТАТОК

Рекомендовано до друку вченою радою Чорноморського державного університету імені Петра Могили (протокол № 10 від 14.04.2011 р.).

Рецензенти:

Лопушинський І. П., доктор наук з державного управління, професор;

Шкляж Й. М., доктор історичних наук, професор;

Шевчук О. В., доктор політичних наук, професор.

П 14

Палагнюк Ю. В.

Державне регулювання аудіовізуальних засобів масової комунікації : європейський досвід та Україна: [монографія] / Ю. В. Палагнюк. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. – 236 с.

ISBN 978-966-336-226-7

У монографії досліджено сутність та особливості формування і реалізації державної політики щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації в країнах Європи. Визначено теоретичні основи регулювання медіа-ринку. Проведено аналіз регуляторної політики ЄС щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації як на наднаціональному рівні, так і в країнах-членах ЄС Західної Європи. Проаналізовано досвід регулювання аудіовізуальних мас-медіа у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи в умовах євроінтеграції. Охарактеризовано трансформацію державної політики щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації в сучасній Україні.

Монографію розраховано на фахівців у галузі державного управління, політичних наук, журналістики та права, науковців, викладачів, студентів і всіх, хто цікавиться особливостями державного регулювання засобів масової комунікації у Європі.

УДК 351:32.019.51(4+477)

ББК 63.3

ISBN 978-966-336-226-7

© Палагнюк Ю. В., 2012

© ЧДУ ім. Петра Могили, 2012.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Розділ 1. Державне регулювання аудіовізуальних засобів масової комунікації: стан наукової розробки проблеми	7
Розділ 2. Теоретико-концептуальна основа дослідження державної політики у сфері аудіовізуальних мас-медіа	31
Розділ 3. Регуляторна політика ЄС на ринку аудіовізуальних засобів масової комунікації	59
Розділ 4. Регулювання аудіовізуальних мас-медіа в країнах Центрально-Східної Європи	88
Розділ 5. Трансформація державної політики щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації в сучасній Україні	128
ВИСНОВКИ	180
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	190

ПЕРЕДМОВА

Курс на вступ до Європейського Союзу є головним та незмінним зовнішньополітичним пріоритетом України, що закріплений у Законі України «Про основи національної безпеки України» (2003), Законі України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» (2010). Європейський вибір України обумовлювався усвідомленням необхідності загальноєвропейської інтеграції як важливого фактора державної незалежності, безпеки, політичної стабільності, економічного розвитку країни та соціальної злагоди в суспільстві.

Європейський Союз визнав проголошення незалежності України однією з найважливіших подій в історії сучасної Європи і висловив переконання, що демократична сильна Україна зможе зробити значний внесок у загальну європейську стабільність. Про це було зазначено в спільній позиції країн-членів ЄС у листопаді 1994 р. Більш того, ЄС висловив свій намір підтримувати незалежність, територіальну цілісність і суверенітет України у своєму Плані дій для України, розробленому на той час.

16 червня 1994 р. Україна першою з країн СНД уклала Угоду про партнерство й співробітництво з ЄС. Угода була ратифікована Верховною Радою України 10 листопада 1994 р. і набула чинності 1 березня 1998 р. після її ратифікації національними парламентами країн-членів ЄС. Дана Угода стала базовим документом, що визначав правовий механізм двостороннього співробітництва між Україною і ЄС на десять років (1998-2008). У тому ж 1998 р. Указом Президента України було затверджено Стратегію інтеграції України до Європейського Союзу, в якій сформульовані основні напрями співробітництва України та ЄС. Таким чином, курс України на європейську інтеграцію став основою державної політики, що охоплювала різні сфери життя суспільства, у тому числі й аудіовізуальний сектор мас-медіа.

У даному дослідженні автор зосереджує увагу на аналізі трансформації аудіовізуальних традиційних (телебачення і радіо) мас-медіа та державної політики щодо цього сегмента медіа-ринку в умовах європейської інтеграції. Це обумовлено такими важливими факторами.

По-перше, традиційні мас-медіа протягом постсоціалістичних трансформацій у країнах Центрально-Східної Європи залишалися найбільш доступним, розповсюдженим та популярним ЗМІ. Важливим аспектом було і залишається те, що в умовах соціально-економічних змін радіо і телебачення були або безкоштовним засобом інформації (приватні ЗМК), або не дуже дорогим засобом інформації (громадські

423. Walesa L. O mediach / L. Walesa // *Kontrowersje Wokół Transformacji Prasy Polskiej* (1989-1992). – Т. XXIII / pod red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1993. – S. 7–10.
424. Walesa L. Wypowiedz Prezydenta RP o Roli S'rodko'w Masowego Przekazu oraz ich Oddziaływaniu na Młode Pokolenie (14.III.1994) / L. Walesa // *Pieciolecie Transformacji Medio'w* (1989-1994). / pod red. A. Slomkowskiej. – Т. XXV. – Warszawa : ELIPSA, 1995. – S. 15.
425. Woldt R. The Future of the Dual System – Definition and Background / R. Woldt // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 80–91.
426. Wurff van der R. Diversity out of Order. A Stepladder Model for the Open Society / R. Wurff van der // *Media for the Open Society : West-East and North-South interface* / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 64–97. – ISBN 5797400340.
427. Zassoursky N. Y. Changing Media and Communications / N. Y. Zassoursky // *Changing Media and Communications. Concepts, Technologies and Ethics in Global and National Perspectives* [ed. Y. Zassoursky and E. Vartanova]. – Moscow : Faculty of Journalism/Publisher ICAR, 1998. – P. 14–32.
428. Zassoursky N. Y. Models of Open Society in Various Ethnic, Economic and Political Structures / N. Y. Zassoursky // *Media for the Open Society : West-East and North-South Interface* / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 52–64. – ISBN 5797400340.

- Access mode :
<http://hrw.org/english/docs/2003/10/07/ukrain6433.htm>.
415. Ukraine : Informal Political Censorship [Electronic resource] // Human Rights Watch. – March 17, 2003. – Access mode : <http://hrw.org/english/docs/2003/03/17/ukrain5403.htm>.
416. Ukraine. Negotiating the News : Informal State Censorship of Ukrainian Television [Electronic resource] // Human Rights Watch Report 2003. – March 2003. – Volume 15. – # 2(D). – Access mode : <http://www.hrw.org/reports/2003/ukraine0303/>
417. Ukrainian Media Asserts Independence but Risks Remain [Electronic resource] // Human Rights Watch. – December 24, 2004. – Access mode : <http://hrw.org/english/docs/2004/12/24/ukrain9931.htm>.
418. Universal Periodic Review of Ukraine. Human Rights Watch's Submission to the Human Rights Council [Electronic resource] // Human Rights Watch. – 4 May, 2008. – Access mode : <http://www.hrw.org/en/news/2008/05/04/universal-periodic-review-ukraine>.
419. Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. O Radiofonii i Telewizji (tekst ujednolicony) wraz z poprawkami z 30 marca 1995 r. (DzU nr 66 poz. 335 z 195 r.) i 29 czerwca 1995 r. (DzU nr 142 poz. 701 z 1995 r.) // Mielczarek T. Miedzy Monopolem a Pluralizmem. Zarys Dziejow S'rodko'w Komunikowania Masowego w Polsce w latach 1989–1997 / Mielczarek T. – Kielce : Wyzsza Szkola Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, 1998. – S. 307–325.
420. Vartanova E. National Infrastructure for the New Media in Russia / E. Vartanova // Changing Media and Communications. Concepts, Technologies and Ethics in Global and National Perspectives / ed. by Y. Zassursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism/Publisher ICAR, 1998. – P. 174–189.
421. Vartanova E. Post-Soviet Media Model in Russia : Diversity of Structures, Variety of Pressures / E. Vartanova // Media for the Open Society : West-East and North-South Interface / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 121–137. – ISBN 5797400340.
422. Vartanova E. Russian Media Market in the Post-soviet Period : New Structures and Pressures at the Media Market / E. Vartanova // The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European societies / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 131–143.

ЗМК). На противагу цьому, в умовах економічних трансформацій 1990-х рр. відбулася криза друку, тому цей популярний засіб масової інформації за соціалістичних часів в умовах демократизації й на теперішній час утратив свої колись сильні позиції на медіа-ринку. Щодо ж інших засобів масової комунікації, які почали виникати з кінця 1980-х рр. у зв'язку з науково-технічним прогресом, то в постсоціалістичних країнах вони отримували повільне розповсюдження через наслідки економічних перетворень та відповідне скрутне загалом соціально-економічне становище громадян. Отже, саме традиційні аудіовізуальні ЗМК протягом останніх двадцяти років стали найбільш популярним та розповсюдженим засобом масової комунікації в постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, у тому числі й в Україні.

По-друге, хоча в соціалістичних країнах радіо та телебачення використовувалися для прямого політичного впливу на населення, однак у демократичному суспільстві це не є прийнятним через ту роль незалежної «четвертої влади», яку повинні вигравати мас-медіа в демократичній державі. Тому в країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи через популярність аудіовізуальних ЗМІ в населення та колишню практику прямого втручання в їх функціонування політичних еліт за часів соціалізму, створення нового медіа-регулювання щодо аудіовізуальних медіа набувало особливої актуальності.

По-третє, загальною тенденцією не лише в країнах Центрально-Східної Європи, а в країнах Західної Європи є зменшення популярності друкованих ЗМІ, збереження популярності аудіовізуальних медіа за останні десятиліття та завоювання Інтернетом ринку засобів масової комунікації. Тому в результаті європейської інтеграції та створення Європейського Союзу з єдиним ринком інститутами ЄС усе більше уваги звертається на необхідність удосконалення регулювання аудіовізуального медіа-ринку в країнах-членах ЄС та в країнах-кандидатах на членство в ЄС з метою приведення його до загальних європейських стандартів у цій сфері. Отож, державна політика щодо трансформації аудіовізуальних медіа відповідно до європейських стандартів є одним з важливих питань державної політики держави, яка направлена на членство у ЄС.

Концептуальними для даного дослідження стали положення, втілені у статті 34 Конституції України, де зазначається, що кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів та переконань; статті 15, що забороняє цензуру, а також у статті 10 Європейської конвенції з прав людини, яка гарантує свободу висловлювань та інформації.

Стан свободи мас-медіа в Україні розглядається в даному дослідженні як складова інтеграції до ЄС, адже це вимагає приведення рівня забезпечення свободи слова в Україні до рівня країн-членів ЄС, в яких рівень свободи мас-медіа є одним із головних критеріїв розвиненості демократії, громадянського суспільства, правової держави.

Джерельною базою дослідження є міжнародно-правові акти, національне законодавство України, а також країн-членів ЄС, регулятивні документи ЄС та Ради Європи, офіційна статистика, інформація національних і міжнародних організацій, наукові праці, монографічні дослідження і наукові статті вітчизняних та зарубіжних авторів з окресленої проблеми. Автор спиралася на Закони у сфері ЗМІ України, зокрема, «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформацію», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» та інші.

У роботі введено до наукового обігу вітчизняної науки нові теоретичні джерела переважно англійською мовою, переклад джерел з іноземних мов на українську мову зроблений автором.

Таким чином, у зв'язку з вищезазначеним, дане дослідження набуває особливої актуальності через процеси демократичних трансформацій на аудіовізуальному ринку в Україні, а також у результаті євроінтеграційного курсу нашої держави, що передбачає вироблення державної політики щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації відповідно до європейських стандартів у даній сфері.

Автор висловлює щире подяку всім колегам з Чорноморського державного університету імені Петра Могили, хто посприяв виходу у світ цієї роботи.

403. The Media and Intra-elite Communication in the USSR / Dzirkals L., Gustafson T. and Johnson R. A. – Santa Monica, CA : Rand Corporation, 1982. – 137 p. – ISBN 0833004611.
404. Television Without Frontiers. Directive 97/36/EC of the European Parliament and the Council of 30 June 1997 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities (Official Journal of the European Communities # L202/60 of 30.7.97) // Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998 / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 280–297.
405. Thierer A. Fear of Media Monopolies are Misplaced / Thierer A. and Crews C.W. Jr. // Mass Media : Opposing Viewpoints / ed. by D. William. – NY : Greenhaven Press, 2005. – P. 82–87.
406. Threats to Press Freedom / A report prepared for the Free Media seminar commission on security and cooperation in Europe // Helsinki Watch. – November 1993. – Vol. 5. – Issue 21. – 39 p.
407. Tongue C. Public Interest Issues in European Policies / C. Tongue // Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998 / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 70–80.
408. Transformacja Systemo'w Medialnych w Krajach Europy S'rodkowo-Wschodniej po 1989 r. / pod red. B. Dobek-Ostrowskiej. – Wroclaw : UW, 2002. – 239 s.
409. Trionfi B. Freedom of the Media in Central and Eastern Europe / B. Trionfi // Media and Politics / ed. by P. Bajomi-Lazar and I. Hegedus. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 93–101. – ISBN 9639336297.
410. Tunstall J. The Media in Britain / J. Tunstall. – London : Constable and Company Limited, 1983. – 304 p.
411. Tunstall J. New Media / Tunstall J. and Machin D. – Oxford : Oxford University Press, 1999. – 286 p.
412. Ukraine // Censorship. A World Encyclopedia / ed. D. Jones. – London-Chicago : Fitzroy Dearborn Publishers. – Volume 4. – «S-Z». – 2001. – P. 2492–2495.
413. Ukraine. Adoption of New Constitution // Keesing's Record of World Events. – Volume 42. – #6. – 1996. – P. 41151.
414. Ukraine : EU Should Press for Rights Commitments at Summit [Electronic resource] // Human Rights Watch. – October 7, 2003. –

- P. Paschal. – Cresskill, NJ. : Hampton Press, Inc., 2005. – P. 31–51. – ISBN 1881303896.
394. Spassov O. Public Service Television in Bulgaria at the End of the Analog Age / O. Spassov // *Public Service Television in the Digital Age : Strategies and Opportunities in Five South-East European Countries* / ed. by M. Sukosd and A. Isanovic. – Sarajevo : Mediacentar, 2008. – P. 99–141. – ISBN 978-9958-9417-7-1.
395. Splichal S. *Media Beyond Socialism : Theory and Practice in East-Central Europe* / S. Splichal. – Boulder : Westview Press, 1994. – 177 p. – ISBN 081331819X.
396. Splichal S. *From the State Control to Commodification : Media Democratization in East and Central Europe* / S. Splichal // *Democracy and Communication in the New Europe : Change and Continuity in East and West* / ed. by C. Farrel and P. Paschal. – Cresskill, NJ. : Hampton Press, Inc., 2005. – P. 51–67. – ISBN 1881303896.
397. Sreberny-Mohammadi A. *Forms of Media as Ways of Knowing // Questioning the Media : a Critical Introduction* / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 23–39. – ISBN 0803971966.
398. Sükösd M. *Democratic Transformation and the Mass Media in Hungary : from Stalinism to Democratic Consolidation* / M. Sükösd // *Democracy and the Media : a Comparative Perspective* / ed. by R. Gunther, A. Mughan. – Cambridge : Cambridge University Press, 2000. – P. 122–164. – ISBN 0521777437 pbk.
399. S'widerski J. *Krysis Regionalnego Radia Publicznego na Przykladzie Dolnego S'laska* / J. S'widerski // *S'rodki Masowej Informacji w Polsce po Likwidacji Instytucji Cenzury (1999-2000)* / pod red. naukowa J. Adamowskiego. – Warszawa : Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2000. – S. 309–317.
400. Szot L. *Prawna Reglamentacja Wolnos'ci Dziennikarzy w Polsce po 1989 r.* / L. Szot // *S'rodki Masowej Informacji w Polsce po Likwidacji Instytucji Cenzury (1999-2000)* / pod red. naukowa J. Adamowskiego. – Warszawa : Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2000. – S. 61–88.
401. *The Licence Fees Act of 21 April 2005* // Official Journal «Dz. U.». – № 85. – Item 728. – P. 8.
402. *The Mass Media and Power in Modern Britain* / Eldridge J., Kitzinger J. and Williams K. – Oxford : Oxford University Press, 1997. – 199 p. – ISBN 0198781717 pbk.

Розділ 1

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ: СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ

Дослідження ролі ЗМК у демократичному суспільстві зайняло важливе місце в роботах учених Західної Європи у 1960-ті рр., чим поклато край монополії американської науки в цьому питанні. Щоправда, тривалий час наукові дослідження з проблем мас-медіа здійснювалися у Європі на основі американських розробок, але з використанням західноєвропейської наукової традиції та особливостей медіа-ринку Європи, наприклад, функціонування на той час головним чином громадських медіа в країнах Європи, а не комерційних, як у Сполучених Штатах Америки (далі – США). На сучасному етапі роботи західних учених присвячені політиці ЄС щодо регулювання та розвитку аудіовізуального ринку ЗМІ, а також процесу демократизації медіа-систем у постсоціалістичних країнах Європи. Вони вирізняються прозорістю наукових доробок, які розглянемо детальніше.

Роль структур ЄС у формуванні медіа-політики і медіа-регулювання охарактеризували такі західні дослідники, як, наприклад, Й. Бардоел [195], Ж.-К. Бургелман [209], Р. Вольдт [425], Я. ван Куїленбург [221; 222], Х. Коетьє [306], Й. Міеттінен [334]. Загалом дослідники відзначали постійне посилення впливовості регулятивної медіа-політики ЄС для країн Європи, у тому числі й щодо запровадження дуальної медіа-системи. Д. МакКуаїл стверджував, що регулювання ЗМІ зараз становить важливу частину політичного устрою Європи [325, с. 161]. Як зауважували Л. Соєте та К. Камп, відповідно до стандартів ЄС, одним із головних завдань у політиці щодо медіа повинно бути встановлення прозорості приватної власності на ЗМІ [387, с. 67].

Історією становлення громадських медіа в Західній Європі та, зокрема, у Великій Британії займалися вчені Західної Європи та Північної Америки Дж. Довнінг [232; 233], А. Мохаммаді [368]. Інші вчені Е. Барендт та Л. Хітченс [196], Т. Гіббонс [257; 258], Дж. Тансталл та Д. Мачин [411] погоджувались з оцінками громадського радіо та телебачення Великої Британії «Бі-Бі-Сі» (the British Broadcasting Company – the BBC) як лідера громадських медіа у світі. У той же час Ф. Елліотт, Г. Маттьюс [239], Д. Чаней [211] нагадували про те, що «Бі-Бі-Сі», яке було засновано ще в 1922 р., має найдовшу традицію громадського мовлення в Європі. Цікавим є дослідження Дж. Тансталла, зокрема монографія «Медіа у Великій Британії», де викладається історія становлення громадських медіа, поява комерційних ЗМІ, а також

створення дуальної системи мас-медіа у Великій Британії. Одним із важливих аспектів цієї праці є аналіз медіа-регулювання в історичній перспективі [410].

Розробкою теоретичних основ громадських медіа займалися такі західні вчені, як: П. Гігліолі [264], Д. Кардіф і П. Сканнелл [210], К. Тонг [407]. Вони сходяться на думці про відмінності громадських медіа від комерційних, перш за все, в їх суспільній місії, ідеологічному навантаженні програм, а не в організаційних або фінансових питаннях.

Становлення дуальної медіа-системи у Європі і Великій Британії, протиріччя, ускладнення і переваги цього процесу для сучасної медіа-системи аналізували дослідники Е. Барендт і Л. Хітченс [196], Р. Вольт [425], Т. Гіббонс [257], Ф. Морган [340], Дж. Тансталл [410], Дж. Тансталл і Д. Мачин [411]. Зокрема, як уважав Р. Вольдт, теоретично співіснування приватних і громадських медіа в єдиній медіа-системі повинно забезпечувати найвищі стандарти якості ЗМІ [425]. Ж.-К. Бургелман виражав занепокоєння тим, що в результаті комерціалізації аудіовізуальних ЗМІ в Європі постійно зростає частка комерційних мас-медіа порівняно з громадськими [209]. Дж. Тансталл, Д. Мачин і Т. Гіббонс звертають увагу на те, що кабельне, супутникове та цифрове програмування взагалі може зламати дуальну медіа-систему в Європі й призвести до створення нових моделей медіа [411, 257]. З ними згоден Д. МакКуаїл, який присвятив монографію «Медіа Західної Європи: існування подвійної моделі під загрозою» обґрунтуванню даної проблематики [325].

Хоча в США телемовлення історично завжди існувало на комерційній основі, аналізом медіа-системи США з точки зору існування деяких форм громадських ЗМІ займалися такі вчені, як: Д. Демак [227], Дж. Корнер, Ф. Шлесінгер і Р. Сільверстоун [218], Й. Міеттінен [334], Л. Серес [383]. Деякі дослідники як, наприклад, Е. Херман критикували комерційну систему медіа в США за менший доступ громадськості до ЗМІ [281, с. 82]. Інші вчені, наприклад Д. МакКуаїл, незважаючи на деякі переваги, не вважали модель медіа США прийнятною для всього світу, особливо для Європи, у зв'язку з історичними особливостями розвитку і становлення медіа-систем в Європі та Америці [325].

На особливу увагу заслуговують дослідження, присвячені вивченню медіа-регулювання у Великій Британії, а також дослідження британських учених щодо демократизації ЗМІ в Центрально-Східній Європі.

Провідний британський дослідник медіа регулювання Т. Гіббонс концентрувався на політичних, правових і економічних аспектах медіа-регулювання. Так, він уважав, що журналісти певною мірою не можуть уникнути тиску з боку правлячих еліт навіть у демократичних суспільствах, а різні джерела не гарантують різноманітну інформацію, як очікується.

384. Skolkay A. Journalism in the Czech Republic and Slovakia / A. Skolkay // Media and Politics / ed. by Bajomi-Lazar P. and Hegedus I. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 111–133. – ISBN 9639336297.
385. Slupek L. Media Publiczne w Unii Europejskiej / L. Slupek // Media, Władza, Prawo / pod red. M. Magoskiej. – Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellon'skiego, 2005. – S. 147–165.
386. Sobczak J. Europejskie Prawo Reklamy – Wyzwania dla Polski / J. Sobczak // Radio i Telewizja. Informacja, Kultura, Polityka / red. nauk. W. Dudek. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2000. – S. 13–20.
387. Soete L. Challenges for the Media Policy and Regulation / Soete L. and Kamp K. // Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998 / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 61–70.
388. Sommerlad E. L. National Communication Systems. Some Policy Issues and Options / E. L. Sommerlad. – Paris : The Unesco Press, 1975. – 35 p.
389. Sonczyk W. Kosmos – Pierwsz siec' Radiowa w Polsce (pro'ba charakterystyki i oceny) / W. Sonczyk // S'rodki Masowej Informacji w Polsce po Likwidacji Instytucji Cenzury (1999-2000) / pod red. naukowa J. Adamowskiego. – Warszawa : Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2000. – S. 317–326.
390. Sowin'ski A. Mozliwos'co Dalszego Rozwoju Radia i Innych Medio'w Elektronicznych w Polsce / A. Sowin'ski // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skieij Humanistyki, 1996. – S. 89–97.
391. Sparks C. Post-Communist Media in Transition / C. Sparks // International Media Research : a Critical Survey / ed. by Corner J., Schlesinger P., and Roger S. – London : Routledge, 1998. – P. 96–123. – ISBN 0415184967.
392. Sparks C. Communism, Capitalism and the Mass Media / Sparks C. and Reading A. – London : Sage Publications, 1998. – 214 p. – ISBN 0761950753.
393. Sparks C. Re-regulating Television after Communism : a Comparative Analysis of Poland, Hungary and the Czech Republic / Sparks C. and Reading A. // Democracy and Communication in the New Europe : Change and Continuity in East and West / ed. by C. Farrel and

- European Media. – Cresskill, N.J. : Hampton Press, 2003. P. 301–315. – ISBN 1572732652.
374. Rodriguez A. Control Mechanisms of National News Making. Britain, Canada, Mexico, and the United States / Rodriguez A. // *Questioning the Media : a Critical Introduction* / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 128–147. – ISBN 0803971966.
375. Rozumilowicz B. Democratic Change : a Theoretical Perspective / B. Rozumilowicz // *Media Reform : Democratizing the Media, Democratizing the State* / ed. by M. E. Price, B. Rozumilowicz and S. G. Verhulst. – London–NY : Routledge, 2002. – P. 9–27. – ISBN 041524353X.
376. Ryszka F. Jak Pojmuje sie Polityke w Polsce w Świetle Dzialania Mass-Medio'w / F. Ryszka // *Transformacja Prasy Polskiej (1989-1992)*. – T. XXII / pod red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1992. – S. 9–10.
377. Ryszka F. Pieciolecie Transformacji Medio'w / F. Ryszka // *Pieciolecie Transformacji Medio'w (1989-1994)* / pod red. A. Slomkowskiej. – T. XXV. – Warszawa : ELIPSA, 1995. – S. 19–20.
378. Ryszka F. Permanentna Transformacja Medio'w. Tezy / F. Ryszka // *Transformacja Medio'w (1989-1995)* / pod red. A. Slomkowskiej. – T. XXVI. – Warszawa : ELIPSA, 1996. – S. 41–42.
379. Sand J. Radio Publiczne – Partner czy Konkurent Radia Prywatnego? / J. Sand // *Transformacja Radia w Polsce i na Świecie (1990-1995)* / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania Ślaskiej Humanistyki, 1996. – S. 117–123.
380. Sawyer C. The Media and the Government / C. Sawyer // *Media and Politics* / ed. by Bajomi-Lazar P. and Hegedus I. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 39–47. – ISBN 9639336297.
381. Schklar V. Freedom of Press : Paradoxs and Paradigms / V. Schklar // *The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 37–41.
382. Schultz W. Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society / W. Schultz // *Media and Politics* / ed. by Bajomi-Lazar P. and Hegedus I. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 47–59. – ISBN 9639336297.
383. Seres L. The Freedom of the Public Media in Hungary : A Libertarian Approach / L. Seres // *Media and Politics* / ed. by Bajomi-Lazar P. and Hegedus I. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 147–157. – ISBN 9639336297.

Звертаючи увагу на проблемні моменти у сфері регулювання ЗМІ, дослідник пропонував постійне удосконалення медіа-регулювання [258]. У монографії «Регулювання медіа» Т. Гіббонс аналізував історію регулювання медіа у Великій Британії, її сучасний стан та перспективи, у тому числі приділяючи увагу системі громадських медіа в країні й умов їх функціонування. Наприклад, стверджуючи, що ліцензійна форма фінансування громадських медіа створює необхідну дистанцію між управлінням ЗМІ та політичною владою, зауважуючи, що умови фінансування «Бі-Бі-Сі» дотепер фактично такі самі, як і після заснування корпорації, він не проти форми фінансування через рекламу або спонсорську допомогу громадських медіа у Європі [257].

Британським медіа-спеціалістам К. Марроні та Р. Коллінзу, які спеціалізувалися на широкому спектрі питань функціонування мас-медіа у Великій Британії, зокрема громадських медіа, взаємодією медіа і політики, належить монографія «Нові медіа. Нова політика щодо медіа», у якій вони пропонували детальний теоретичний погляд на основні питання сучасності у сфері комунікацій Великої Британії. Важливим висновком авторів можна вважати те, що в загрозі плюралізму ЗМІ автори вбачають загрозу для демократії [214]. Дж. Тансталл присвятив роботу «Медіа у Великій Британії», у тому числі й аналізу історії медіа регулювання країни [410], а Е. Барендт та Л. Хітченс видали збірник медіа-права Великої Британії у справах і матеріалах, у якому проаналізували зміни й особливості медіа-регулювання країни [196].

Медіа-дослідники К. Кові і К. Марсден зробили порівняльний інституційний аналіз регулювання сфери комунікацій у Західній Європі [220]. В. Моско та В. Рідаут наголошували на зміні регулювання в Європі, що характеризується відходом від громадських та переходом до ринкових стандартів [341]. З цим висновком науковців згоден і Я. ван Куїленбург [221], а ось дослідники К. Марсден та С. Верхалст називали цей процес «ре-регулюванням» медіа у Європі [321].

М. Прайс, професор Оксфордського університету, займався медіа-регулюванням у демократичних і перехідних суспільствах та правовими основами діяльності мас-медіа [366; 367]. Б. Розумілович, доктор наук Оксфордського університету, концентрувала увагу на політичних процесах сучасної Польщі, у тому числі й на демократизації ЗМІ [375]. Назвемо також і С. Верхульста, медіа-фахівця Оксфордського університету, в коло наукових інтересів якого входять політика та право щодо комунікацій, регулювання медіа в демократичних і перехідних суспільствах [321]. Спільна монографія цих спеціалістів «Медіа реформи:

демократизація медіа, демократизація суспільства» присвячена розгляду комплексних процесів реформування мас-медіа та їх ролі в розбудові демократичної політичної системи. Використовуючи приклади медіа-трансформацій у країнах Південної Америки, Європи, Азії й Африки, авторами звертається увага на соціальні та культурні наслідки функціонування вільних і незалежних медіа для суспільства. Висновком даної монографії є те, що рівень незалежності та плюралізму ЗМІ залежить від рівня демократії в країні [327].

Директор Інституту дослідження медіа і комунікацій Вестмінстерського університету (Велика Британія) К. Спаркс присвятив свої роботи питанням взаємозв'язку мас-медіа та громадянського суспільства як у демократичних суспільствах, так і в перехідних. Зокрема, можна погодитися з висновками автора про те, що правлячі еліти країн Центрально-Східної Європи вбачали в приватизації ЗМІ, особливо телебачення, механізм отримання влади, а не встановлення контролю громадянського суспільства [391]. К. Спаркс разом із британською дослідницею А. Рідінг видали монографію «Комунізм, капіталізм та мас-медіа», де проаналізували вплив медіа на формування громадянського суспільства [392]. Крім того, ці дослідники у співавторстві опублікували й іншу монографію «Ре-регулювання телебачення після комунізму: порівняльний аналіз телебачення в Республіці Польща, Угорщині та Чеській Республіці», у якій зазначили, що трансформація медіа-системи від державної до системи громадянського суспільства розумілася як складова приватизації в країнах регіону Центрально-Східної Європи [393]. Відомий дослідник Дж. Курран також присвятив декілька праць вивченню взаємовідносин медіа і громадянського суспільства, ЗМІ та демократизації країни [223; 224]. Крім того, подібною проблематикою займався Ф. Касмір, який аналізував систему комунікацій у Східній Європі, звертаючи увагу на роль історії і культури у формуванні медіа-систем та їх реформування [215].

Значна кількість досліджень західних учених присвячена взаємозв'язку політики та мас-медіа в постсоціалістичних країнах Європи. Наприклад, відомий західний медіа-дослідник Дж. Довнінг у своїх працях охарактеризував історію взаємовідносин ЗМІ та правлячих еліт у Радянському Союзі та в соціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, а пізніше проаналізував аналогічні процеси під час демократичних трансформацій. У результаті досліджень автор підсумував, що соціалістичні традиції відносин мас-медіа та правлячих еліт усе ж таки превалюють у перехідних суспільствах Європи. На його думку, розмежування діяльності ЗМІ та влади займе певний час у країнах

M. Magoskiej. – Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellon'skiego, 2005. – S. 41–59.

364. Poland // *Censorship. A World Encyclopedia* / Ed. by D. Jones. – London–Chicago : Fitzroy Dearborn Publishers. – Volume 3. – «L-R». – 2001. – P. 1882–1895.
365. *Post-Communism and the Media in Eastern Europe* / ed. by P. H. O'Neil. – London : Frank Cass & Co. Ltd., 1997. – 144 p. – ISBN 0714643114.
366. Price E. M. *The Enabling Environment for Free and Independent Media* / Price E. M. and Krug P. – Sponsored by United States Agency for International Development, Center for Democracy and Governance. Prepared by Programme in Comparative Media Law and Policy. – Oxford : Oxford University Press, Dec. 1, 2000. – 43 p.
367. Price E. M. *Conclusion* / Price E. M. and Rozumilowicz B. // *Media Reform. Democratizing the Media, Democratizing the State* / ed. by M. E. Price, B. Rozumilowicz and S. G. Verhulst. – London–NY : Routledge, 2002. – P. 254–268. – ISBN 041524353X.
368. *Questioning the Media : a Critical Introduction* / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – 511 p. – ISBN 0803971966.
369. *Reinventing media : Media Policy Reform in East-Central Europe* / ed. by M. Sukosd and P. Bajomi-Lazar. – Budapest : CEU Press, 2003. – 273 p. – ISBN 9639241490.
370. Richter A. *Media Regulation in Selected Countries of the Former Soviet Union* / A. Richter // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. by J. Longham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 147–162.
371. Richter A. *Practical and Legal Obstacles to the Access to Information in Russia* / A. Richter // *Media for the Open Society : West-East and North-South Interface* / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 193–199. – ISBN 5797400340.
372. Richter A. *The Partial Transition. Ukraine's Post-communist Media* / A. Richter // *Media Reform : Democratizing the Media, Democratizing the State* / ed. by M. E. Price, B. Rozumilowicz and S. G. Verhulst. – London–NY : Routledge, 2002. – P. 133–154. – ISBN 041524353X.
373. Richter A. *Ukraine* / A. Richter // Paletz D. L., and Jakubowicz K. *Business as Usual : Continuity and Change in Central and Eastern*

353. Oniszczyk Z. Serwisy Informacyjne Publicznych i Prywatnych Stacji Radiowych. Analiza Preferencji // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 152–157.
354. Open Letter to the Speaker of the Verkhovna Rada of Ukraine Volodymyr Lytvyn and Deputies of the Verkhovna Rada of Ukraine. Re: Parliamentary Hearings on Political Censorship [Electronic resource] // Human Rights Watch. – Dec. 3, 2002. – Access mode : <http://hrw.org/press/2002/12/ukraine1203ltr.htm>.
355. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. AS Hornby / ed. by S. Wehmeier. – 6th edition. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 1422 p.
356. Paczkowski A. Dziennikarstwo w PRL / A. Paczkowski // Dziennikarstwo. Media. Spoleczen'stwo / pod red. nauk. S. Mocek. – Warszawa : Collegium Civitas Press, 2005. – S. 187–205.
357. Palahniuk J. Specyfika reformowania rynku medialnego Ukrainy : osia,gnie,cia, problemy i perspektywy / Juliana Palahniuk // Rocznik Prasoznawczy. – Instytut Dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Wyższa Szkoła Humanitas : Oficyna wydawnicza «Humanitas», Rok II/2008. – S. 39–57.
358. Palagnyuk Yuliana. Course Syllabus. Democracy and the Media / Yuliana Palagnyuk. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. П. Могилы, 2010. – Вип. 136. – 40 с. – Методична серія. – ISSN 1811-492X.
359. Paletz D. L. Business as Usual : Continuity and Change in Central and Eastern European Media / Paletz D. L. and Jakubowicz K. – N. J. : Hampton Press, 2003. – 438 p. – ISBN 1572732652.
360. Pawlowicz K. Spo'r o Publiczne S'rodki Masowej Informacji // Kontrowersje Wokol Transformacji Prasy Polskiej (1989-1992). – T. XXIII / red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1993. – S. 37–49.
361. Pawlowicz K. Status prawny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji / K. Pawlowicz // Dylematy Transformacji Prasy Polskiej (1989-1993) / pod red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1994. – S. 48–51.
362. Pokorna-Ignatowicz K. Telewizja w Systemie Politycznym i Medialnym PRL. Miedzy Polityka a Widzem / K. Pokorna-Ignatowicz. – Warsawa : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellonskiego, 2003. – 388 p.
363. Pokorna-Ignatowicz K. Spo'r Polityczny Poko'l Telewizji Polskiej / K. Pokorna-Ignatowicz // Media, Wladza, Prawo / pod red.

регіону і взагалі видається можливим тільки разом із появою та підсиленням ролі громадянського суспільства у регіоні [232; 233; 350].

На переконання П. О'Ніла, державна власність на медіа або державний контроль над ЗМІ не відповідає стандартам незалежності в моделях вільної преси, а постсоціалістична правляча еліта намагалася підпорядковувати ЗМІ своїм бажанням, тому що не звикла до толерантності і вільного висловлювання думок [352]. А. Мілтон також спеціалізувався на аналізі медіа-трансформацій у постсоціалістичних країнах Європи, особливо на взаємовідносинах медіа та політики. Так, порівнявши країни Центрально-Східної Європи, науковець зробив висновок про те, що вплив правлячої еліти на діяльність медіа в регіоні буде зберігатися й надалі через зацікавленість політиків у контролі над мас-медіа [338]. Крім того, у дослідженні, присвяченому впливам на медіа в Польщі під назвою «Польща: контроль над медіа в ім'я Бога та країни», він говорив про контроль над мас-медіа з боку правлячої еліти та римо-католицької церкви, що є особливістю впливів на ЗМІ в Польщі [339].

Спеціаліст із демократизації медіа-систем країн Центрально-Східної Європи С. Сплічал акцентував увагу на економічних аспектах трансформації мас-медіа. Він уважав помилковою думку про те, що приватна власність на ЗМІ і вільний ринок можуть бути єдиною альтернативою демократичних перетворень медіа-систем Європи тому, що саморегулювання ринкової економіки не може забезпечити плюралізм інформації в демократичному суспільстві. Крім того, дослідник стверджував, що ідеальний тип «вільного ринку» в реальному житті не існує через процес концентрації капіталів і централізації на медіа-ринку. Однією з головних проблем приватизації ЗМІ в Центрально-Східній Європі, на думку С. Сплічала, є нестача капіталу, необхідного для ефективної, а не номінальної приватизації [395; 396]. Б. Конерт та П. Кемпбелл зазначили, що роль держави у сучасному суспільстві полягає у створенні структури, в якій медіа-ринок може діяти відповідно до ринкових механізмів. Практично це також означає приватизацію державних монопольних компаній [307].

Вивченням медіа-трансформацій та демократизації постсоціалістичних країн Європи займався також учений П. Гросс, якому належить монографія «Заплутана еволюція. Медіа та демократизація у Східній Європі» [278]. Згідно з висновками відомого вченого Д. Палетца, який аналізував зміни медіа-систем у країнах Центрально-Східної Європи, держава модифікувала свою політику щодо комунікацій спочатку поступово, лібералізуючи діяльність друкованих мас-медіа, а пізніше аудіовізуальних [359].

Дослідженням різноманітних аспектів медіа-трансформацій присвячені роботи й інших західних спеціалістів. Наприклад, професор програми Фулбрайта Стенфордського університету (США) Дж. Куррі вивчав польські ЗМІ і журналістику від комуністичних часів і до сьогодення [225]. М. Олбрайт, колишній Державний секретар США, є автором книги про роль ЗМІ у політичних змінах Польщі в 1980-х рр. [187]. Ф. Елліс проаналізував зміни медіа-системи Російської Федерації (далі – РФ) від періоду Гласності й до кінця 1990-х рр. і звернув увагу на міжнародний тиск, що позитивно вплинув на зміни в секторі ЗМІ [238, с. 67]. Слушним є зауваження Е. Монкса про те, що медіа повинні мати зобов'язання відповідно до закону показувати різноманіття протилежних поглядів у демократичному суспільстві [339]. Американський дослідник О. Джонсон, який займався проблемами перетворень ЗМІ в постсоціалістичних країнах Європи, пропонував широке представництво в системі управління новостворених громадських медіа [298].

Процес демократизації мас-медіа в Центрально-Східній Європі та вироблення нового медіа-регулювання щодо ЗМІ вивчали не тільки англо-американські, але й дослідники континентальної Європи, серед яких найбільшою активністю в даному напрямі можна відзначити німецьких медіа-спеціалістів.

Так, Г. Копер, професор Інституту журналістики (м. Дортмунд), займався питаннями економічних, правових і політичних чинників у діяльності медіа [309]. У статті «Трансформація системи медіа в Польщі» він проаналізував надходження закордонних інвестицій на медіа-ринок Польщі, консенсус серед правлячих еліт щодо реформування ЗМІ. Крім того, Г. Копер акцентував увагу на позитивній ролі допомоги країн Західної Європи в процесі медіа трансформацій у Польщі, а також на важливості розвитку польських мас-медіа відповідно до європейських стандартів як для самої Польщі, так і для Європи загалом. Поза тим, науковець вважав дуальну систему радіо в Німеччині прикладом для Польщі в контексті розширення ЄС [308]. В. Шульц, доктор політичних наук і комунікації (Німеччина), дослідив взаємовідносини медіа та політики в розвинених демократіях і країнах перехідного періоду Європи і зауважив, що різноманіття медіа-ринку сприяє розширенню доступу до мас-медіа як різних соціальних груп, так і політичних діячів [382].

У книзі іншого німецького дослідника Г. Штрмайєра «Політика і мас-медіа» детально розглянуто види ЗМІ та їх значення для політичної комунікації; описано найважливіші політичні функції мас-медіа, завдяки яким вони впливають на владу, та пояснено їх на прикладі демократичних суспільств; висвітлено відносини між

344. Mungiu-Pippidi A. From State to Public Service : The Failed Reform of State Television in Central Eastern Europe / A. Mungiu-Pippidi // Reinventing Media: Media Policy Reform in East-Central Europe / ed. by Sukosd M. and Bajomi-Lazar P. – Budapest : Central European University Press, 2003. – P. 31–63. – ISBN 9639241490 pbk.
345. Mungiu-Pippidi A. How Media and Politics Shape Each Other in the New Europe / A. Mungiu-Pippidi // Finding the Right Place on the Map : Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective / ed. by K. Jakubowicz and M. Sukosd. – Bristol : Intellect Ltd., 2008. – P. 87–100. – ISBN 978-1-84150-193-2.
346. Muravyev V. The Formation of Legal Ties between the European Community and Ukraine / V. Muravyev // The Ukrainian Review. A Quarterly Journal devoted to the Study of Ukraine. – Summer. – Vol. XL. – № 2. – 1993. – P. 18–27.
347. Niezgodna M. Współczesne Polskie Radio «Be,ben Plemienny» czy «Partner do Pogawedki» / Niezgodna M., Szumakowicz A. // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 132–142.
348. Nordenstreng K. Role of the Media in Society : Lessons from Russia / K. Nordenstreng // Media for the Open Society : West-East and North-South Interface / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 216–225. – ISBN 5797400340.
349. Nowe Media w Komunikacji Społecznej w XX Wieku : Antologiya / red. nauk M. Hopfinger. – Warszawa : Oficyna Naukowa, 2002. – 689 s.
350. O'Connor A. Culture and Communications / O'Connor A. and Downing J. // Questioning the Media : a Critical Introduction / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 3–22. – ISBN 0803971966.
351. Olson S. R. New Democratic Vistas : Demassification and the Polish Media / S. R. Olson // Communication in Eastern Europe. The Role of History, Culture, and Media in Contemporary Conflicts / ed. by F. L. Casmir. – Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1995. – P. 167–197.
352. O'Neil P. H. Introduction : Media Reform and Democratization in Eastern Europe // Post-Communism and the Media in Eastern Europe / ed. by P. H. O'Neil. – London : Frank Cass & Co. Ltd., 1997. – P. 1–7. – ISBN 0714643114.

- Democratization of the Eastern and Central European Societies / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 173–183.
334. Miettinen J. Why Participate in the Forum? To Get Prepared for the Unexpected / J. Miettinen // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 247–252.
335. Miller M. C. Media Monopolies are a Serious Problem / M. C. Miller // *Mass Media : Opposing Viewpoints* / ed. by D. William. – NY : Greenhaven Press, 2005. – P. 73–82.
336. Milosavljevic M. Can Technical Needs Dictate Cultural and Public Interests? Public Service Programming and the Digital Age in Slovenia / M. Milosavljevic // *Public Service Television in the Digital Age : Strategies and Opportunities in Five South-East European Countries* / ed. by M. Sukosd and A. Isanovic. – Sarajevo : Mediacentar, 2008. – P. 39–98. – ISBN 978-9958-9417-7-1.
337. Milton A. K. News Media Reform in Eastern Europe : a Cross-national Comparison / A. K. Milton // *Post-Communism and the Media in Eastern Europe* / ed. by P. H. O'Neil. – London : Frank Cass & Co. Ltd., 1997. – P. 8–24. – ISBN 0714643114.
338. Milton A. Poland : Media Control in the Name of God and Country / A. Milton // *Milton A. The Rational Politician : Exploiting the Media in New Democracies* / A. Milton. – Aldershot : Ashgate, 2000. – P. 153–173. – ISBN 0754611701.
339. Monks E. Broadcasters Should be Required to Air a Variety of Opposing Views / E. Monks // *Mass Media : Opposing Viewpoints* / ed. by D. William]. – NY : Greenhaven Press, 2005. – P. 54–63.
340. Morgan F. Media Policy : Acid Test of Good Society / F. Morgan // *Media for the Open Society : West-East and North-South Interface* / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 139–164. – ISBN 5797400340.
341. Mosco V. Media Policy in North America / Mosco V. and Rideout V. // *International Media Research : a Critical Survey* / ed. by Corner J., Schlesinger P., and Roger S. – London : Routledge, 1998. – P. 154–184. – ISBN 0415184967.
342. Mulgan G. Good and Bad Power. The Ideals and Betrayals of Government / G. Mulgan. – London : Penguin Books Ltd, 2006. – 374 p. – ISBN-13: 978-0-713-99882-5.
343. Mungiu-Pippidi A. Romania's Too-Free Press / A. Mungiu-Pippidi // *Foreign Policy*. – Dec. 2000. – # 121. – P. 98–100.

політикою і мас-медіа на різних рівнях; розглянуті етапи розвитку системи ЗМІ у ФРН, правові норми ФРН у сфері мас-медіа. Щодо громадського телемовлення, наприклад, то автор аналізував політику західних окупаційних держав і розвиток телерадіомовлення у ФРН, а також інтеграцію східнонімецького телерадіомовлення. Крім того, Г. Штромайер охарактеризував правове регулювання ЗМІ в Німеччині, окремо розглянувши законодавство про телерадіомовлення. Він наголошує, що законодавчі повноваження в галузі телерадіомовлення передані, за незначними випадками, федеральним землям. Держава ж має право видавати лише закони щодо міждержавних угод у сфері телерадіомовлення [182].

Доктор наук Р. ван дер Вурфф (Нідерланди) також указував на необхідність доступу до різноманіття фактів, інформації в демократичному суспільстві для розвитку відкритого суспільства у Східній Європі [426]. К. Норденстренг, вивчаючи роль ЗМІ в суспільстві на прикладі РФ у 1990-х р., стверджував, що політичні та економічні фактори є визначальними для медіа-трансформацій [348]. Дослідник В. Кляйнвахтер зосередив увагу на аналізі правових основ діяльності телебачення в країнах Центрально-Східної Європи, а також на політичних впливах на цей процес, уважаючи, що країни регіону створювали правову базу відповідно до «європейських стандартів» через зацікавленість у вступі до ЄС [304].

Проблеми трансформації медіа-системи торкнулися всіх постсоціалістичних країн Центрально-Східної Європи, тому з'явилося багато наукових досліджень у цій сфері серед науковців регіону.

Слід зазначити, що медіа-дослідження у Росії є одними з найбільш ґрунтовних. Окрім того, деякі російські спеціалісти концентруються на вивченні не тільки особливостей російських медіа-трансформацій, а й загальних тенденцій регулювання ЗМІ у постсоціалістичних країнах Європи. Так, Т. Воронцова-Хетч у монографії «Журналістика Польщі у 1990-х рр.» детально розглядала перебудову польських медіа в період бурхливих соціально-політичних і економічних процесів у державі. Аналізуючи передумови створення нової системи ЗМІ з акцентуванням уваги на ролі руху «Солідарність», допомоги міжнародної й європейської спільноти, вона звертала увагу на особливості становлення нових медіа, наприклад, створення нової правової бази щодо ЗМІ та саморегулювання мас-медіа. Особливу увагу Т. Воронцова-Хетч приділяла необхідності прийняття нового єдиного закону про пресу в Польщі й удосконаленні існуючої правової бази щодо медіа, що, на її думку, відстає від потреб медіа, які динамічно розвиваються [8].

Медіа-спеціаліст факультету журналістики Московського державного університету імені М. Ломоносова Л. Євсєєва спеціалізувалася на дослідженні ЗМІ в Польщі до та після демократичних перетворень у державі. У монографії «Засоби масової інформації Польщі», яка складається з двох частин і присвячена окремо друкованим та електронним мас-медіа, вона розглядала медіа за трьома періодами (за періодизацією автора): з 1979 до 1989 р., системні перетворення в 1989 р. і період трансформації ЗМІ 1990-2000 рр. Період «шокової терапії» і системних перетворень (1989-1995 р.) ознаменувався демонополізацією та комерціалізацією ЗМІ й був «хаотичним процесом формування національної медіа-моделі» [29, с. 98], на переконання автора. У період другої половини 1990-х рр. (1996-2000 р.), коли склалася система ЗМІ, що характерна для демократичних країн, у діяльності медіа стали переважати економічні, а не політичні інтереси. Позитивним моментом трансформації ЗМІ в Польщі дослідниця вважала формування горизонтальної системи медіа, тобто активної діяльності й популярності місцевих медіа, традиція чого була започаткована рухом «Солідарність» у 1980-х рр. [29].

Я. Засурський, професор, декан департаменту журналістики МДУ ім. М. Ломоносова опублікував багато статей у зарубіжних наукових виданнях, які стосувалися реформування медіа після початку демократичних перетворень у постсоціалістичних країнах Європи, у тому числі й колишніх республік РС. На думку вченого, політичні впливи на постсоціалістичні медіа стали іншими, тому що правлячі еліти впливають не тільки на державні медіа, як раніше, але й на комерційні. Більш того, Я. Засурський упевнений, що нові комерційні медіа підтримують правлячі еліти навіть більш активно ніж ЗМІ у державній власності [427; 428]. Т. Іларіонова, професор Російської академії державної служби при Президентів РФ, акцентувала увагу на взаємовідносинах політичної влади та медіа загалом, та у РФ зокрема, у тому числі звертаючи увагу на кризу друкованих медіа через складну економічну ситуацію в перехідний період, коли невеликі за тиражем видання функціонували, а відомі газети соціалістичних часів стали банкрутами [284].

Провідний спеціаліст департаменту журналістики МДУ ім. М. Ломоносова О. Вартанова досліджувала реформування медіа в РФ після початку демократичних трансформацій у державі, зазначаючи, що мас-медіа країн перехідного періоду часто сприймаються як засіб для встановлення економічних впливів і політичної влади. Вона стверджувала, що саме розвинуте громадянське суспільство може і повинне стати сильним агентом для впливу на медіа в країнах регіону та пропонувала ідентифікувати сучасні політичні впливи як традиційні для дореволюційного

322. Mass Culture and Perestroika in the Soviet Union / ed. by Marsha Siefert. – Oxford : Oxford University Press, 1991. – 200 p.
323. Matizszek P. A Closer Look at Ukraine's New Constitution / Matizszek P. // The Ukrainian Review. A Quarterly Journal of Ukrainian Studies. – Summer, 1996. – Vol. 43. – № 2. – P. 3–5.
324. McNair B. Glasnost, Perestroika, and the Soviet Media / B. McNair. – NY : Routledge. – 1991. – 231 p. – ISBN 0415035511.
325. McQuail D. Western European Media : The Mixed Model under Threat / D. McQuail // Questioning the Media : a Critical Introduction / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 147–165. – ISBN 0803971966.
326. Media in the CIS. A Study of the Political, Legislative and Socio-economic Framework / ed. by G. McCormack. – 2nd edition. – Düsseldorf : The European Institute for the Media, the European Commission, 1999. – 336 p.
327. Media Reform : Democratizing the Media, Democratizing the State / ed. by M. E. Price, B. Rozumilowicz, and S. G. Verhulst. – London–NY : Routledge, 2002. – 283 p. – ISBN 041524353X.
328. Media and Politics / ed. by P. Bajomi-Lazar and I. Hegedus. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – 270 p. – ISBN 9639336297.
329. Media Pluralism in the Member States of the European Union [Electronic resource] / European Commission working paper. – Brussels. – 16 January 2007. – SEC (2007) 32 – 92 p. – Access mode : http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf.
330. Michalski K. Rola Publicznej Radiofonii w Społeczeństwie Demokratycznym / K. Michalski // Pieciolecie Transformacji Medio'w (1989-1994) / pod red. A. Słomkowskiej. – T. XXV. – Warszawa : ELIPSA, 1995. – S. 71–73.
331. Mielczarek T. Transformacja Telewizji w Polsce w Latach 1989-1995 / T. Mielczarek // Transformacja Medio'w (1989-1995) / pod red. A. Słomkowskiej. – T. XXVI. – Warszawa : ELIPSA, 1996. – S. 59–73.
332. Mielczarek T. Miedzy Monopolem a Pluralizmem. Zarys Dziejo'w S'rodko'w Komunikowania Masowego w Polsce w Latach 1989–1997 / T. Mielczarek. – Kielce : Wyzsza Szkola Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, 1998. – 366 s.
333. Mielczarek T. Polish Local Media in the Years 1989–2000 / T. Mielczarek // The Role of Local and Regional Media in the

- Warsawa : Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2000. – S. 25–32.
312. Kotapski R. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – Nowe Wyzwania / R. Kotapski // Radio i Telewizja. Informacja, Kultura, Polityka. / red. nauk. W. Dudek. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2000. – S. 177–187.
313. Kowol I. Kos'cio'ł Katolicki i Media Katolickie / I. Kowol // The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – S. 101–110.
314. Kunczik M. Media and Democracy : are Western Concepts of Press Freedom Applicable in New Democracies? / M. Kunczik // Media and Politics / ed. by Bajomi-Lazar P. and Hegedus I. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 59–93. – ISBN 9639336297.
315. Lange Y. Media in the CIS : a Study of the Political, Legislative and Socio-economic Framework / Y. Lange. – Düsseldorf : European Institute for the media, 1997. – 289 p.
316. Learning History Through Past Experiences : Ordinary Citizens under Surveillance by the Securitate during the 1970's-1980's / Ch. Anisescu, F. Budeanca, L. Burlacu [and others]. – Bucuresti : Editura CNSAS, 2009. – 109 p. – ISBN 978-973-88289-3-3.
317. Lepa A. Wartos'ci Chrzes'cijan'skie w Radiu i Telewizji Nikomu nie Zagrazaja // Kontrowersje Wokół Transformacji Prasy Polskiej (1989-1992). – T. XXIII / red. A. Slomkowskiej] – Warszawa : ELIPSA, 1993. – S. 20–21.
318. Lepa A. Prasa Katolicka w Polsce – Szanse i Zagrozenia / A. Lepa // Pieciolecie Transformacji Medio'w (1989-1994) / pod red. A. Slomkowskiej. – T. XXV. – Warszawa : ELIPSA, 1995. – S. 171–175.
319. Letter to President Yuschenko. Opportunity for Reform : Human Right Agenda for Ukraine [Electronic resource] // Human Rights Watch. – January 2001, 2005. – Access mode : <http://hrw.org/english/docs/2005/01/21/ukrain10012.htm>.
320. Mankekar D. R. Whose Freedom? Whose Order? A Plea for a New International Order by Third World / D. R. Mankekar. – India : Clarion Books, 1981. – 234 p.
321. Marsden C. Towards Global Industry Self-regulation of Electronic Commerce, and Local Public Control of Television? / Marsden C. and Verhulst S. // Convergence in European Digital TV regulation / ed. by C. T. Marsden and S. G. Verhulst. – London : Blackstone Press Limited, 1999. – P. 217–231.

і радянського періоду, уособлені в центральних політичних і регіональних елітах [420–422], що, на нашу думку, може також історично стосуватися й України.

Аналізом російських трансформацій ЗМІ і проектуванням цього досвіду на інші країни Центрально-Східної Європи займалися Л. Болотова та А. Шерел [205], спеціалісти з МДУ ім. М. Ломоносова, які обгрунтували структуру радіомовлення в Росії в першій половині 1990-х рр., а саме: існування на ринку державних і приватних медіа, а також звертали увагу на історичну традицію влади країни до жорсткого контролю над радіо. А. Качкаєва, дослідниця департаменту журналістики МДУ ім. М. Ломоносова і ведуча Радіо Свобода (РФ), аналізувала взаємовідносини телебачення та влади в Росії і наголошувала, що медіа, особливо телебачення, змінюються відповідно до політичних реалій у державі, порівнюючи відносини медіа та політиків при Президентові Б. Єльцині та Президентові В. Путіні [50; 299]. Є. Корнілов, професор університету Ростова-на-Дону, розглядав результати трансформацій російських ЗМІ в першій половині 1990-х рр. й оцінював їх перспективи. Так, він виділяв децентралізацію мас-медіа як один із головних позитивних результатів, однак також говорив про негативні моменти, наприклад, про боротьбу політичної влади за вплив над телебаченням у Росії [310].

На особливу увагу заслуговують роботи російських медіа-спеціалістів, які досліджують ЗМІ країн Європи в постсоціалістичний період. Серед таких учених потрібно назвати А. Ріхтера, директора Центру медіа-права (м. Санкт-Петербург), який досліджував медіа-регулювання й аналізував правову базу щодо ЗМІ в колишніх республіках РС, у тому числі й в Україні. Даній проблематиці присвячено багато статей автора, які були опубліковані не тільки в російських, але й у зарубіжних виданнях, наприклад, у Великій Британії. У результаті аналізу змін у медіа-регулюванні в Україні, А. Ріхтер сформулював тезу про те, що для того, щоб незалежність ЗМІ стала політичною реальністю, Україні ще потрібно пройти довгий шлях [370–373]. Крім А. Ріхтера, реформами у сфері мас-медіа займалася Е. Чернявська. У своєму дослідженні вона називала суспільства Центрально-Східної Європи надто політизованими, а також, на її думку, медіа часто знаходяться небезпечно близько до політичних груп і мають тенденцію до висвітлення політичних та економічних подій з політичної точки зору [212].

Значний внесок у науковий доробок щодо особливостей трансформації ЗМІ у постсоціалістичний період зробили угорські вчені. Так,

Л. Серес проаналізував взаємозв'язки між мас-медіа та політиками на основі вивчення громадських медіа [383], а М. Зукозд [398], медіа спеціаліст Центральноєвропейського університету (м. Будапешт), і П. Байомі-Лазар також концентрувалися на питаннях взаємовідносин медіа та політики, свободи мас-медіа та загальних проблем реформування ЗМІ в постсоціалістичних країнах Європи [190–192; 328]. У спільній роботі «Друга хвиля медіа реформування в Центральній та Східній Європі» вони зробили періодизацію медіа-реформ [369], яка, на думку автора, є актуальною для всіх країн регіону. В іншій своїй роботі М. Зукозд разом із А. Ісановіч зробив висновок, що громадські телерадіомовними в багатьох суспільствах ще й досі не є консолідованими в результаті трансформації від державного до громадського телебачення та радіо [286, с. 6] в країнах Центрально-Східної Європи. На їх думку, на теперішньому етапі в даному регіоні Європи немає чіткого бачення та державної політики, яка б забезпечила у далекій перспективі сталий розвиток громадського телерадіомовлення в еру цифрових медіа. Дослідники вважають, що державним управлінням часто бракує розуміння масштабу та характеру тих змін, що настають при сучасних змінах на медіа-ринку у зв'язку з розвитком нових технологій. Вони роблять висновок про те, що майбутнє громадського мовлення у Центрально-Східній Європі сильно залежить від державної політики в цій галузі, створення якої має бути засноване на принципі відкритості державного управління та включати більше громадських обговорень між всіма сторонами процесу вироблення політики [286].

Медіа-спеціаліст А. Сколкай також окреслив взаємовідносини медіа та політики в країнах Східної Європи на прикладі аналізу медіа-систем Словацької та Чеських Республік і зауважив вплив політиків на громадські медіа під час передвиборчих кампаній у всіх країнах регіону [384]. Натомість, науковець з Університету Каменського (м. Братислава) Я. Санд намагався відповісти на питання, чи суспільне радіо є партнером, чи конкурентом комерційного радіо і зробив висновок, що обидві форми можуть плідно співпрацювати на ринку, якщо ставити інтереси слухача на перший план [379]. Словацький медіа спеціаліст В. Холіна окреслила зміни суспільного та комерційного радіо в Словацькій Республіці в першій половині 1990-х рр. та наголошувала на тому, що подальша демократизація радіо залежить від удосконалення відповідного законодавства і завершення політичних конфліктів у системі управління та контролю над радіо [282].

Болгарський медіа-спеціаліст, професор університету (м. Софія), Є. Алфандарі за результатами діяльності електронних медіа в Болгарії в першій половині 1990-х рр. говорив про державно-партійний контроль

302. Keane J. *The Media and Democracy* / J. Keane. – Cambridge, UK : Polity Press, 1991. – 202 p. – ISBN 0745608043.
303. Kiepas A. *Wymogi Odpowiedzialnos'ci Wspol'ecznej – Kasmus Radia / A. Kiepas // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 99–108.*
304. Kleinwachter W. *From the Mountains of Visions to the Valleys of Reality : New Legal Frameworks for Broadcasting in Eastern and Central Europe* / W. Kleinwachter // *Canadian Journal of Communication*. – Volume 20. – # 1. – 1995. – P. 1–14.
305. Klimkiewicz B. *Media Pluralism : European Regulatory Policies and the Case of Central Europe* / B. Klimkiewicz. – EUI Working Papers. – No. 19. – Italy : European University Institute Badia Fiesolana, RSCAS, 2005. – 21 p.
306. Koetje H. *Looking over the Fence : a European Frame of Reference* / H. Koetje // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 254–256.
307. Konert B. *Building Blocks for the Information Society* / Konert B. and Campbell P. // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 45–52.
308. Kopper G. G. *Transformacja Systemu Medialnego w Polsce / G. G. Kopper // Media i Dziennikarstwo w Polsce 1989–1995 / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewicza, K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellonskiego, 1996. – S. 234–244.*
309. Kopper G. G. *Dualny System Radia i Telewizji w Republice Federalnej Niemiec w Konteks'cie Rozwoju Europejskiego / G. G. Kopper // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 13–22.*
310. Kornilov E. *The Russian Media – the New Options. The Transformation of Concepts as a Basis of Changes* / E. Kornilov // *Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 22–38.*
311. Kosman M. *Cenzura i Autocenzura – w Refleksji Historyka / M. Kosman // S'rodki Masowej Informacji w Polsce po Likwidacji Instytucji Cenzury (1999-2000) / pod red. nauk. J. Adamowskiego. –*

- Continuity and Change in Central and Eastern European Media. – Cresskill, N.J. : Hampton Press, 2003. – P. 205–243. – ISBN 1572732652.
293. Jasinski F. Polska / F. Jasinski // *Agencja Praw Podstawowych – Opinie z Nowych Panstw Czlonkowskich i Niemiec.* – Warszawa : Fundacja Centrum Stosunkow Miedzynatodowych, 2006. – S. 125–144.
294. Je,drzejewski S. Strategia Programowa Polskiego Radia u Progu 2000 r. / S. Je,drzejewski // *Pieciolecie Transformacji Medio'w (1989-1994)* / pod red. A. Slomkowskiej. – T. XXV. – Warszawa : ELIPSA, 1995. – S. 74–79.
295. Je,drzejewski S. Radio w Polsce / S. Je,drzejewski // *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995* / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewiczza, K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellonskiego, 1996. – S. 52–60.
296. Je,drzejewski S. Radio w Polsce w Pie,nc' Lat po Zniesieniu Monopolu Pan'stwa / S. Je,drzejewski // *Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995)* / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 66–82.
297. Je,drzejewski S. Radio w Komunikacji Spolecznej. Rola i Tendencje Rozwojowe / S. Je,drzejewski. – Warszawa : Profi-Press Sp. z o.o., 2003. – 287 p.
298. Johnson O. Journalism and Journalists-leaders or Servants? Transitional Problems of Mass Media in Post-communist Countries // *The role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 31–36.
299. Kachkayeva A. Russian Television as a Tool of the New State Policy / A. Kachkayeva // *The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski]. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 157–161.
300. Kaminski I. C. Applying Western Media Law Standards in East Central Europe / I. C. Kaminski // *Reinventing Media : Media Policy Reform in East-Central Europe* / ed. by Sukosd M. and Bajomi-Lazar P. – Budapest : CEU Press, 2003. – P. 63–85. – ISBN 9639241490 pbk.
301. Karatnycky A. Ukraine's Orange Revolution / Karatnycky A. // *Foreign Affairs.* – Volume 84. – # 2. – March–April 2005. – P. 35–52.

над ЗМІ, цензуру, страх перед репресіями влади над журналістами, їх звільнення відповідно до політичних уподобань і, відповідно, обмеження свободи слова [188]. Хоча загалом державне регулювання ЗМІ було гармонізовано із стандартами ЄС у цій сфері, на думку іншого болгарського дослідника, О. Спассова, воно часто страждає від неефективного координування та трактування певних правових норм, а також від дій різних державних інституцій, що задіяні в регулюванні діяльності велемовних компаній (наприклад, їх ліцензування та реєстрація) [394, с. 100–110].

Як зазначає словенський дослідник М. Мілосавлевіч, відповідно до Закону «Про мас-медіа» Словенії, який було прийнято у 1994 р. та, пізніше, у 2001 р. з поправками від 2006 р., комерційні канали не мають зобов'язання транслювати новини та аналітичні програми. Незважаючи на це, приватні телеканали у Словенії почали транслювати новини, створюючи цим конкуренцію словенському громадському мовнику, який має такі зобов'язання відповідно до закону. На думку цього дослідника, словенські телевізійні станції (як громадські, так і приватні) будуть мати проблеми у гармонізації щодо тих зобов'язань, які на себе взяла Словенія, підписавши Європейську Конвенцію «Телебачення без Кордонів». Наприклад, через маленький медіа-ринок у Словенії, виробництво власних програм не має значного економічного обґрунтування. Тому, щоб досягти виробництва власних програм відповідно до квот ЄС, більшість телевізійних станцій у Словенії звертаються до дешевих форматів виробництва, наприклад, ток-шоу, інтерв'ю у студії та музичні відео [336].

Як зазначають С. Басіч-Хрватін та М. Томпсон, після закінчення «холодної війни», постсоціалістичні країни Центрально-Східної Європи поклалися реформувати державні телерадіомовні компанії в громадських мовників, усунувши їх зі сфери політичного контролю. На думку цих відомих медіа-дослідників, це є історією «проваленої трансформації». За специфічними причинами неефективної трансформації державного мовлення в публічне у країнах Центрально-Східної Європи вони вбачають основну, яка полягає у тому, що якщо країна не визначила свій власний курс трансформацій у широкому сенсі, для неї було надзвичайно важко визначити й конкретний курс трансформацій у секторі аудіовізуальних ЗМІ. Таке фундаментальне не визначення напрямку розвитку країни прямо впливає на громадське телерадіомовлення, тому що воно передбачає і навіть залежить від існування соціального консенсусу [199], уважають дослідники.

Проблемам створення та функціонування громадських аудіовізуальних медіа у країнах постсоціалістичних трансформацій присвячено роботу румунської дослідниці А. Мангіу-Піппіді. Науковець зауважувала, що італійська модель поділу впливів над органом управління громадськими аудіовізуальними ЗМІ між різними політичними партіями, є розповсюдженою в країнах постсоціалістичного регіону Європи. Звичайно, це призводить до політичних втручань у діяльність Телевізійних рад та їх розпуску відповідно до політичних інтересів. Загалом дослідниця зробила цікавий, на думку автора, висновок про провал реформи створення громадських медіа в регіоні Європи, який аналізувався [344].

У своїй статті «Румунська занадто вільна преса» А. Мінгуї-Піппіді говорить про те, що мас-медіа в Румунії звичайно стали вільними порівняно з соціалістичними часами, однак при цьому вони не стали більш благородними або кращими у своїй діяльності ніж їх соціалістичні попередники. Румунські медіа-магнати та їх медіа знаходять для цього різні можливості в корумпованій державі. На переконання А. Мінгуї-Піппіді, провину за це можна покласти й на слабких політиків, а не лише на медіа, що зловживають своєю владою. Дослідниця підсумовує, що не потрібно очікувати того, що ЗМК будуть поводити себе краще ніж уряд тієї країни, де вони оперують [343]. У цьому аспекті румунський приклад є показовим.

Нові дослідження румунського медіолога А. Мангіу-Піппіді стосуються впливу медіа на політику, в тому числі й нових медіа. Так, вона наводить приклад сходження телеканалу «Al-Jazeera», який багато років ігнорував американський уряд, що також відкрило шлях до розкриття по-новому впливу засобів масової інформації. Деякі науковці вірять в те, що людство вступило в таку еру, коли електронні транснаціональні медіа можуть бути більш впливовими, ніж будь-який уряд. Це може мобілізувати уряди до дій чи навпаки, але також може відігравати роль і для інших політично впливових груп, наприклад, політичної опозиції, екстремістських рухів та громадянського суспільства [345, с. 87]. Дослідниця говорить про те, що «заперечувати величезний вплив «нових медіа» над політикою в наші часи не є розумним, а так як політики не є нерозумними, розвиток нових медіа супроводжується розвитком нових стратегій контролю над змістом медіа та їх впливом» [345, с. 88].

Медіа-дослідники сьогодення приймають сторону або класичної теорії, що заперечує великий вплив медіа, та новою, пост-CNN теорією, яка вважає, що мас-медіа мають великий вплив у суспільстві. Так, у своїй класичній роботі «Теорії преси» Ф. Зіберт, Т. Петерсон, У. Шрамм висловили дуже відому гіпотезу про те, що преса завжди

283. Hopkins M. W. Mass Media in the Soviet Union / M. W. Hopkins. – NY : Pegasus, 1970. – 384 p.
284. Illarionova T. The Question of Mutual Relations of the State and Mass Media in Russia at the Turn of the Millennium / T. Illarionova // The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European societies / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 85–98.
285. Płowiecki M. Krzywe Zwierciadło : o Manipulacji w Mediach / M. Płowiecki. – Lublin : Gantium, 2003. – 232 s.
286. Isanovic A. Uncertain Future : Public Service Television and the Digital Age in Five South-East European Countries / A. Isanovic, M. Sukosd // Public Service Television in the Digital Age : Strategies and Opportunities in Five South-East European Countries / ed. by M. Sukosd and A. Isanovic. – Sarajevo : Mediacentar, 2008. – P. 7–38. – ISBN 978-9958-9417-7-1.
287. Jakubowicz A. Media in Multicultural Nations: Some Comparisons / K. Jakubowicz // Questioning the Media : a Critical Introduction / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 165–184. – ISBN 0803971966.
288. Jakubowicz K. Civil Society, Independent Public Sphere, and Information Society : an Impossible Combination? / K. Jakubowicz // Information Society and Civil Society / ed. by S. Splichal, A. Calabrese, C. Sparks. – West Lafayette : Purdue University Press, 1994. – P. 78–102. – ISBN 1557530432.
289. Jakubowicz K. Poland / K. Jakubowicz // Glasnost and After : Media and Change in Central and Eastern Europe / ed. by D. Paletz, K. Jakubowicz, P. Novosel. – Cresskill, N.J. : Hampton Press, Inc., 1995. – P. 129–149. – ISBN 188130387X.
290. Jakubowicz K. Publiczna i Prywatna Telewizja w Polsce / K. Jakubowicz // Media i Dziennikarstwo w Polsce 1989-1995 / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewiczza, K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellonskiego, 1996. – S. 61–77.
291. Jakubowicz K. Media in Transition. The Case of Poland / K. Jakubowicz // Media Reform. Democratizing the Media, Democratizing the State / ed. by M. E. Price, B. Rozumilowicz and S. G. Verhulst. – London–NY : Routledge, 2002. – P. 203–225. – ISBN 041524353X.
292. Jakubowicz K. Change in Polish Media. How far to Go Yet? / K. Jakubowicz // Paletz D. L., and Jakubowicz K. Business as Usual :

- Zbigniew Bauer]. – Kraków : Wydaw. Naukowe Akademii Pedagogicznej, 2001. – 166 s.
273. Goban-Klas T. (G)local Media in Electronic Democracy / T. Goban-Klas // *The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 24–30.
274. Goban-Klas T. Media i Komunikowanie Masowe : Teorie i Analizy Prasy, Radia, Telewizji i Internetu / T. Goban-Klas. – Wyd 1, dodr. 3. – Warszawa ; Kraków : Wydaw. Naukowe PWN, 2002. – 336 s.
275. Goban-Klas T. Niepokorna Orkiestra Medialna. Dyrekcji i Wykonawcy Polityki Informacyjnej w Polsce po 1994 r. / T. Goban-Klas. – Warszawa : ASPRA-JR, 2004. – 344 p.
276. Goban-Klas T. Media : od «Czwartej» do «Pierwszej» Władzy? / T. Goban-Klas // *Media, Władza, Prawo* / pod red. M. Magoskiej. – Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2005. – S. 19–29.
277. Gritsenko O. Information Policy as an Agent in the Democratization of Ukrainian Society / O. Gritsenko // *The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 65–68.
278. Gross P. Entangled Evolutions. Media and Democratization in Eastern Europe / P. Gross. – Washington, D.C. : Woodrow Wilson Center Press, 2002. – 226 p. – ISBN 0801868521.
279. Gurevitch M. Political Communication Systems and Democratic Values / Gurevitch M. and Blumler J. G. // *Democracy and the Mass Media* / ed. by J. Lichtenberg. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – P. 269–289.
280. Hasiuk O. Ukraine's Media : a Cog in the State Wheel? / O. Hasiuk // *The Ukrainian Review. Quarterly Journal devoted to the Study of Ukraine*. – Autumn, 1994. – Vol. XLI. – # 3. – P. 5–12.
281. Herman E. Media in the US Political Economy / E. Herman // *Questioning the Media : a Critical Introduction* / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 77–94. – ISBN 0803971966.
282. Holina V. Zmiany w Radiu Publicznym i Komercyjnym na Słowacji / V. Holina // *Transformacja Radia w Polsce i na Słowacji (1990-1995)* / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania Słowackiej Humanistyki, 1996. – S. 38–43.

приймала форму та забарвлення соціальних та політичних структур, у межах яких вона оперувала. Особливо це віддзеркалює систему соціального контролю за допомогою чого встановлюються відносини між індивідами та інститутами. У той час як А. Мангіу-Піппіді не заперечує те, що тенденції соціального контролю кожного суспільства мають величезний вплив на те, як медіа-система створюється та розвивається, вона вірить у те, що глобалізація відкрила шлях до зовнішніх впливів у таких масштабах, які не можна було собі уявити в ті часи, коли проводилося дослідження «Теорії преси» Ф. Зіббертом, Т. Петерсоном та У. Шраммом. Класичне використання медіа може залежати від національного контексту. Однак, саме «нові медіа» мають все більшу аудиторію, і обміни між традиційними та новими мас-медіа, так само як і прямо між новими медіа та політикою дозволяють медіа-системі сучасності розвинути більш незалежно від локальних обставин. На думку дослідниці, це надає ЗМІ вищий потенціал для того, щоб відігравати впливову роль у суспільстві та робить набагато складнішою можливість контролювати медіа традиційними засобами [345, с. 87–88].

Одним із перших ґрунтовних порівняльних досліджень демократизації медіа-систем у регіоні Центрально-Східної Європи можна назвати монографію Л. Гюргі «Постсоціалістичні медіа: яка влада Заходу? Зміна системи медіа в Польщі, Угорщині та Чеській Республіці». На думку вченої, у цих країнах відбулася найбільш ефективна та швидка зміна медіа-системи від соціалістичної до демократичної, що і обумовило вибір країн для порівняльного аналізу, у якому найбільше уваги приділяється змінам медіа-регулювання та створення правової бази функціонування ЗМІ окремо щодо друкованих і електронних медіа [265].

Комплексні дослідження проблем медіа-трансформацій у Республіці Польща й інших країнах Центральної та Східної Європи зроблені багатьма відомими польськими вченими.

Так, наприклад, К. Якубович, дослідник Інституту журналістики та політології, член Комітету експертів Ради Європи з питань концентрації та плюралізму медіа та Постійного комітету Ради Європи з питань телебачення без кордонів, є визнаним експертом з питань демократизації медіа в Польщі та у Європі, до кола наукових інтересів якого входять переважно економічні і політичні аспекти медіа-функціонування. Головним чином, як колишній директор Ради польського телебачення та директор експертів громадського радіо та телебачення у Польщі, К. Якубович у своїй науковій діяльності значну увагу приділяв

створенню дуальної медіа-системи у Польщі та мінімізації політичних впливів на діяльність ЗМІ [287–292]. Зокрема, розглядаючи ринок громадського та комерційного телебачення у першій половині 1990-х рр. в Польщі у статті «Громадське та приватне телебачення у Польщі», К. Якубович надавав рекомендації щодо подальшого регулювання цього сектора та наголошував на можливості успішного розвитку громадських аудіовізуальних медіа лише за умови стабільності політичної системи і відмови політиків втручатися у діяльність цих ЗМІ. Щодо розвитку комерційного радіо та телебачення, то, на думку дослідника, багато залежить саме від правового регулювання цієї сфери і «політики поступок» з боку політичної влади [290].

Визначним науковцем у сфері медіа у Польщі вважається керівник відділу соціології та комунікації Ягеллонського університету (м. Краків) і запрошений професор Інституту європейських студій (м. Відень) Т. Гобан-Клас [267–276]. Фундаментальною працею цього дослідника щодо медіа у Польщі, яка вийшла англійською мовою в 1994 р. і здобула світове визнання, стала праця «Диригування медіа. Політика щодо засобів масової інформації у комуністичній Польщі та після неї» [267]. У монографії розглядаються теоретичні основи функціонування медіа в тоталітарних та демократичних суспільствах, обговорюється актуальність і важливість вивчення саме польського варіанта комуністичних ЗМІ, а також різні доктрини щодо мас-медіа. Використовуючи термінологію музики, Т. Гобан-Клас показав зміни темпу, динаміки та синхронізації медіа у різних періодах історії соціалістичної Польщі від 1944 до 1989 р. залежно від зміни влади та різних соціальних рухів таких, як, наприклад, «Солідарності». Автор також досліджував етап початкової трансформації Польщі від соціалізму до демократії та проблеми ринку ЗМІ у той період і наголошував на тому, що серед медіа-спеціалістів існувало, на його думку, помилкове переконання про те, що потрібно лише знищити соціалістичну модель функціонування ЗМІ для того, щоб мас-медіа стали демократичними. Загалом, він зробив висновок про те, що традиції щодо медіа в Польщі до Другої світової війни та за соціалістичних часів негативно впливають на становлення нових демократичних медіа в 1990-х рр. [267]. А. Пачковскі, професор історії Університету політичних наук, проаналізувавши ЗМІ Польщі за часів соціалізму, виділив п'ять етапів польської журналістики [356].

Фундаментальною працею щодо медіа-трансформацій у Польщі можна вважати монографію «Між монополією та плюралізмом» відомого польського медіа-дослідника Т. Мельчарека [331–333], у якій він проаналізував зміни, що відбулися у 1989-1997 рр. на ринку

W. Dudek. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2000. – P. 99–107.

263. Gierula M. Local Press and Society Organization at the Local Level / M. Gierula // The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 191–200.
264. Giglioli P. P. State, Market and Media : Some Lessons from Italy / P. P. Giglioli // Media and Politics / ed. by P. Bajomi-Lazar and I. Hegedus. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 159–178. – ISBN 9639336297.
265. Giorgi L. Post – Socialist Media : What Power the West? The Changing Media Landscape in Poland, Hungary and the Czech Republic / L. Giorgi. – Aldershot, England : Avebury, 1995. – 151 p. – ISBN 1856286541.
266. Glasnost and After : Media and Change in Central and Eastern Europe / ed. by D. Paletz, K. Jakubowicz, P. Novosel. – Cresskill, N.J. : Hampton Press, Inc., 1995. – 240 p. – ISBN 188130387X.
267. Goban-Klas T. The Orchestration of the Media : the Politics of Mass Communications in Communist Poland and the Aftermath / T. Goban-Klas. – London : Boulder, Colo. : Westview Press, 1994. – 288 p. – ISBN 188130387X.
268. Goban-Klas T. Zyzgaki Polityki Medialnej / T. Goban-Klas // Media i Dziennikarstwo w Polsce 1989–1995 / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewiczza, K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Un. Jagiellonskiego, 1996. – S. 163–173.
269. Goban-Klas T. WRRR, Czyli w Radiu Reklama Rap / T. Goban-Klas // Transformacja Radia w Polsce i na S’wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S’la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 186–191.
270. Goban-Klas T. Politics versus the Media in Poland : a Game without Rules / T. Goban-Klas // Post-Communism and the Media in Eastern Europe / ed. by P. H. O’Neil. – London : Frank Cass & Co. Ltd., 1997. – P. 24–41. – ISBN 0714643114.
271. Goban-Klas T. Media i Komunikowanie Masowe : Teorie i Analizy Prasy, Radia, Telewizji i Internetu / T. Goban-Klas. – Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 2000. – 336 s.
272. Goban-Klas T. Powstanie i Rozwo’j Medio’w : od Malowidel Naskalnych do Multimedio’w / T. Goban-Klas / [kalendarium oprac.

251. Freedom of the Press 2007 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2007>
252. Freedom of the Press 2008 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2008>
253. Freedom of the Press 2009 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2009>
254. Freedom of the Press 2010 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2010>
255. Fritz V. State-building : A Comparative Study of Ukraine, Lithuania, Belarus, and Russia / V. Fritz. – Budapest–NY : Central European University Press, 2007. – 384 p. – ISBN 978-963-7326-99-8.
256. Gattuso J. Media ownership regulations should be lifted / J. Gattuso // Mass Media : Opposing Viewpoints / ed. by D. William. – NY : Greenhaven Press, 2005. – P. 87–93.
257. Gibbons T. Regulating the Media / T. Gibbons. – 2nd edition. – London : Sweet & Maxwell, 1998. – 326 p. – ISBN 0421606606.
258. Gibbons T. Concentrations of Ownership and Control in a Converging Media Industry / T. Gibbons // Convergence in European Digital TV Regulation / ed. by C. T. Marsden and S. G. Verhulst. – London : Blackstone Press Limited, 1999. – P. 155–175.
259. Gierula M. Transformacja Prasy na Slasku (1989-1992) / Gierula M., Jachimowski M. // Transformacja Prasy Polskiej (1989-1992). – T. XXII / pod red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1992. – S. 158–169.
260. Gierula M. Zmiany Mediow i Dziennikarstwa Lokalnego w Polsce (Prasa, Radio, Telewizja) / Gierula M., Jachimowski M. // Media i Dziennikarstwo w Polsce 1989–1995 / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewiczza, K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellonskiego, 1996. – P. 89–100.
261. Gierula M. Kszaltowanie sie, Lokalno-regionalnego Rynku Radiowego w Okresie Transformacji na Tle Zjawisk Pgo'lnopolskich / M. Gierula // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 250–258.
262. Gierula M. Radio na S'lasku – wolny rynek czy monopol / M. Gierula // Radio i Telewizja. Informacja, Kultura, Polityka / red. nauk.

Польщі як друкованих, так й електронних ЗМІ. Як зазначав дослідник, 1989 р. став визначальним у післявоєнній історії медіа Польщі через позитивну роль «Солідарності» у цих змінах, особливо його боротьби за доступ до ЗМІ в 1980-х рр. Процес трансформації польської преси науковець поділяв на два етапи. Перший етап (1989-1990 рр.), який ознаменувався перемогою «Солідарності» на виборах, визначався діяльністю її преси, що носила й надалі антисоціалістичний характер. Другий етап, який почався в 1991 р., характеризувався приходом західних інвесторів на польський ринок преси, що, на думку дослідника, означало вільну конкуренцію – прихід капіталу на польський ринок мас-медіа. Крім того, Т. Мельчарек наголошував на швидкому розвитку католицьких медіа після 1989 р. у Польщі, а електронні мас-медіа розвивалися за моделлю ЗМІ Італії в аспекті взаємовідносин медіа та політики [332].

Р. Філас, доктор гуманітарних наук Ягеллонського університету (м. Краків), займався соціологією масової комунікації, вивченням мас-медіа, переважно ринку преси. У роботі «Читачі преси й аудиторія радіо та телебачення» він виділяв чотири етапи трансформації медіа в Польщі від 1989 до 1995 р. і дійшов висновку, що, хоча ринок преси, радіо та телебачення кількісно збільшився порівняно з початком 1990-х рр., але разом із тим аудиторія мас-медіа зменшилася [242]. Дослідженню динаміки розвитку ринку локальної преси та радіо у Польщі присвячені інші праці науковця. Наприклад, порівнюючи аудиторію громадського та комерційного радіо, дослідник зауважив, що аудиторія комерційного радіо постійно збільшується на противагу аудиторії громадського радіо [240–243]. Схожі висновки щодо розвитку електронних і друкованих мас-медіа зробив Ф. Рижка, говорячи про значну популярність електронних медіа та занепад преси. Так, за його розрахунками, в 1994 р. кількість читачів друкованих медіа знизилася на 30 % [376–378].

К. Докторович розглядала європейський досвід регулювання електронних медіа і наголошувала на тому, що його потрібно брати за основу регулювання медіа в Польщі [230; 231]. Б. Клімкевич, спеціаліст з Ягеллонського університету (м. Краків), аналізувала європейську політику медіа-регулювання та її вплив на країни Центральної та Східної Європи в контексті медіа-плюралізму [305]. Деякі польські вчені досліджують переважно питання реформування електронних ЗМІ в Польщі у постсоціалістичний період.

Проблематикою демократизації польського радіо займався С. Єнджеєвські, віце-президент Радіо Польщі, член групи експертів Ради Європи при Комісії з питань радіо ЄС. Так, оглядаючи політико-правові аспекти змін в аудіовізуальному секторі і порівнюючи громадське та

комерційне радіо у Польщі до 1996 р., дослідник дійшов висновку, що вони мають схожі проблеми в перехідному суспільстві, однак аудиторія очікує високої якості мовлення від радіо незалежно від форми власності [294–297].

У 1995 р. С. Єнджеєвські розробив стратегію розвитку польського громадського радіо до 2000 р., а пізніше в монографії «Радіо у системі суспільної комунікації», опублікованій у 2003 р., розглянув історію радіо в світі, показав його генезу на прикладі різних країн, у тому числі Великої Британії, США та Польщі. Дослідник також проаналізував різні види радіо (комерційне, релігійне, локальне тощо), а особливу увагу приділив громадському радіо та його функціонуванню в різних країнах. Наголошуючи на важливості своєчасного удосконалення радіо-регулювання, надаючи рекомендації щодо цього, С. Єнджеєвські загалом позитивно оцінював радіо в сучасній Польщі, яке, на його переконання, оперувало у вільному ринковому середовищі та було плюралістичним, а громадське радіо постійно розвивалося, збільшуючи свою аудиторію, а також різноманіття та якість продукції [297].

Крім того, інші польські дослідники також аналізували трансформації польського радіо. Наприклад, колишній голова Польського Радіо К. Михальські звертав увагу на важливу роль громадського радіо в демократичному суспільстві загалом і для Польщі зокрема ще у першій половині 1990-х рр. [330]. А. Совінські оцінював подальший розвиток радіо в Польщі за результатами його реформування в першій половині 1990-х рр. [450], а В. Сончик вивчав сучасне радіо на прикладі радіостанцій Польщі [390]. А. Кепас розглядав вимоги суспільної відповідальності в діяльності радіо з філософсько-моральної точки зору [303]. В. Дудек, професор Сілезького університету (м. Катовіце), окреслював радіо в контексті концепції інформаційного суспільства в Польщі та в світі [236]. Медіа-спеціалісти з Ягеллонського університету (м. Краків) М. Незгода та А. Шумакович так само, як і дослідник З. Онішчук, аналізували характер взаємодії приватного та громадського радіо в перші роки його діяльності [347; 353], а Я. Белічинські займався вивченням комерційного радіо на початковому етапі демократизації в Польщі [201].

М. Геруля, доктор журналістики Сілезького університету (м. Катовіце), у своїх роботах детально аналізував локальне радіо в Сілезькому регіоні щодо того, чи оперує воно в умовах вільного ринку, чи монополії. Він звернув увагу на популярність радіо, що призводить до переважаючого комерційних радіостанцій над громадськими. Однак, з другої половини 1990-х рр. відбувалася концентрація на ринку радіо в регіоні, що могло загрозувати свободі радіо, вважав автор [11; 259–263].

238. Ellis F. From Glasnost to the Internet. Russia's New Infosphere / F. Ellis. – London : Macmillan Press Ltd., 1999. – 259 p.
239. Elliot P. Broadcasting Culture : Innovation, Accommodation and Routinization in the Early BBC / Elliot P. and Matthews G. // Impacts and Influences : Essays on Media Power in the Twentieth Century / ed. by J. Curran, A. Smith and P. Wingate. – London–NY : METHUEN, 1987. – P. 235–259.
240. Filas R. Zmiany w Czytelnictwie Prasy w Polsce na Tle Przenian Oferty Prasowej (1989-1992) / R. Filas // Transformacja prasy polskiej (1989-1992). – T. XXII / pod red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1992. – S. 27–41.
241. Filas R. Panorama Czytelnictwa Prasy (1989-1994) / R. Filas // Pieciolecie Transformacji Medio'w (1989-1994) / pod red. A. Slomkowskiej. – T. XXV. – Warszawa : ELIPSA, 1995. – S. 37–46.
242. Filas R. Czytelnictwo Prasy oraz Odbior Radia i Telewizji w Latach 1989–1995 / R. Filas // Media i Dziennikarstwo w Polsce 1989–1995 / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewicz, K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellonskiego, 1996. – S. 21–37.
243. Filas R. Sluchacze Radia Publizhnego i Stacji Komercyknnych w Polsce (1994-1995). Szkis do Portretu / R. Filas // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 223–232.
244. Freedom of the Press 1999 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org/pfs99/pfs99.pdf.
245. Freedom of the Press 2000 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org/pfs2000/pfs2000.pdf.
246. Freedom of the Press 2001 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf.
247. Freedom of the Press 2002 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf.
248. Freedom of the Press 2003 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf.
249. Freedom of the Press 2004 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org.
250. Freedom of the Press 2005 [Electronic resource] // Freedom House. – Access mode : www.freedomhouse.org.

228. Dlaboha I. New Constitution of Ukraine, at Least It's a Beginning / I. Dlaboha // *The Ukrainian Review. A Quarterly Journal of Ukrainian Studies.* – Autumn, 1996. – Vol. 43. – # 3. – P. 30–34.
229. Dobek-Ostrowska B. Process of Transition to Democracy and Mass Media in Central and Eastern Europe / B. Dobek-Ostrowska // *The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 55–64.
230. Doktorowicz K. Przyszlos'c' Radia Publicznego BBC w Wielkiej Brytanii / K. Doktorowicz // *Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995)* / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 82–89.
231. Doktorowicz K. Europejskie Spoleczenstwo Informacyjne – Bariery Integracyjne dla Polski / K. Doktorowicz // *Radio i Telewizja. Informacja, Kultura, Polityka* / red. nauk. W. Dudek. – Katowice : Wydawnictwo Un. S'lanskiego, 2000. – S. 43–54.
232. Downing J. Media, Dictatorship, and the Re-emergence of «Civil Society» / J. Downing // *Questioning the Media : a Critical Introduction* / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 184–205. – ISBN 0803971966.
233. Downing J. Internationalizing Media Theory : Transition, Power, Culture : Reflections on Mass Media in Russia, Poland and Hungary 1980-95 / J. Downing. – London : Sage Publications, 1996. – 269 p. – ISBN 0803987110.
234. Druck H. Free Elections, the Media and the Law, Challenges for Journalists and Lawyers / H. Druck // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. J. Langham-Brown. – Special Anniversary Addition. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 137–142.
235. Druker J. Under Assault : Ukraine's News Media and the 2004 Presidential Elections / Druker J. and Cox D. // *Freedom House Report on Media Freedom, 2004.* – P. 29–41.
236. Dudek W. Radio a Koncepcja Spoleczen'stwa Informacyjnego / W. Dudek // *Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995)* / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 181–186.
237. Dutton B. Democracy on the Line : the Fifth Estate? / B. Dutton // *Oxford Today. The University Magazine.* – Volume 21, № 2 / Hilary, 2009. – P. 12–15. – ISSN 0954-1306.

Я. Свідерські, досліджуючи регіональне громадське радіо, говорив про його кризу в Польщі [399].

Інші ж медіа-спеціалісти аналізували процес трансформації ринку телебачення в Польщі та його наслідки. Так, на думку автора, на особливу увагу заслуговують роботи К. Покорної-Ігнатович [362; 363]. У монографії, присвяченій ролі телебачення в політичній системі Польщі за соціалістичних часів, дослідниця узагальнила, що у той час телебачення було одним із кризових елементів у країні, тому, що воно компрометувало владу і ламало її монополію на інформацію, хоча офіційно повинно було робити протилежні речі [362]. Крім того, К. Покорна-Ігнатович у статті «Політичний диспут щодо польського телебачення» показала важливість телебачення для правлячих еліт в Польщі та детально проаналізувала дискусії щодо його реформування за період від часів соціалізму до вступу країни до ЄС [363].

Дослідниця А. Бальчинська-Косман аналізувала інститути регулювання діяльності медіа в країнах Західної Європи як приклад для розв'язання аналогічних проблем у Польщі. Наприклад, на основі порівнянь Польської ради з питань радіо та телебачення з аналогічними органами в країнах Західної Європи авторка зробила висновок про те, що польська рада найбільш подібна за структурою до французької, а за завданнями наближена до італійської. Хоча, як визначала дослідниця, в обох моделях, особливо в італійській, зберігається політичний вплив на ради, а, отже, як на громадські, так і на комерційні медіа. Натомість, А. Бальчинська-Косман відзначила загалом високий ступінь незалежності польської ради [193]. Тією самою проблематикою, а саме: завданнями та діяльністю Польської ради з питань радіо та телебачення, займався Р. Котапські, спеціаліст з Економічної академії (м. Вроцлав). Після досконалого вивчення завдань та обов'язків ради дослідник зробив висновок, що рада повинна відігравати роль регулятора ринку аудіовізуальних ЗМІ на основі не політичного, а економічного зиску [312]. Крім того, правовий статус ради аналізувала К. Павлович, говорячи про неможливість знайти цікаве доопрацювання теорії чи практику права в концепції ради [361; 362]. Р. Хрущак дослідив конституціоналізацію свободи медіа і свободи слова, а також десятилітнє функціонування Національної ради з питань телебачення і радіомовлення Польщі з правничо-регулятивного аспекту і зауважив про необхідність її реорганізації відповідно до західноєвропейського зразка у зв'язку із вступом Польщі до ЄС [213].

Докладно аналізуються спеціалістами Польщі правові основи функціонування ЗМІ, у тому числі наукові дискусії серед дослідників

виникає питання адаптування норм польського медіа права до законодавства ЄС. Так, на думку К. Докторович, європейське інформаційне суспільство відрізняється від американського, а завдання Польщі полягає у приєднанні до європейського медіа-середовища. Дослідниця звернула увагу на процеси дерегуляції, приватизації та комерціалізації медіа, характерні для країн Західної Європи, які, на її переконання, аналогічні до відповідних процесів у Польщі [230; 231].

Ю. Браун, науковець, журналіст та політичний діяч, у монографії «Сила четвертої влади. Медіа, ринок, суспільство» дослідив розповсюдження, результати технологічних змін, спосіб організації, а також засади функціонування ринку електронних ЗМІ в Польщі та у світі. Ці питання розглядаються на основі вибраних автором проблем суспільної комунікації, політики держави щодо мас-медіа та загальних проблем інформації в суспільстві. Автор аналізував ринок електронних медіа в Польщі як до демократичних трансформацій у суспільстві, так і після них на основі правових, політичних та економічних аспектів. Він докладно описав історію європейських та американських медіа і зробив висновок про те, що діяльність мас-медіа США знаходиться між владою та індустрією розваг від початку їх існування в ролі локальних ЗМІ ще на початку американської державності. Аналізуючи медіа Європи, автор уважав, що вони знаходилися на службі у влади, ринку та суспільства, а джерела демократичних медіа він убачав у ЗМІ Великої Британії. Дж. Браун відвів незначне місце аналізу медіа-ринку Росії та України у своїй праці, зауважуючи, що мас-медіа у цих країнах ще повинні подолати важкий шлях до отримання свободи, хоча сподівався на позитивний результат для свободи медіа в Україні у результаті «помаранчевої революції» 2004 р. [206].

Особливості діяльності ЗМІ в Україні теж досліджуються вже тривалий час. До найпомітніших праць з цієї тематики належать праці В. Бебика та О. Сидоренко [2], Д. Дуцик [25; 26], С. Костилюєвої [59], Костирева А. [60; 61], Б. Потятиник [111], які присвячені проблемам становлення і розвитку медіа в Україні після здобуття незалежності; монографії Ю. Фінклера «Мас-медіа та влада: технологія взаємин» [172] та В. Карпенко [49] аналізують взаємодію ЗМІ з іншими суб'єктами політичного життя і визначають можливості регуляції цих відносин. Фундаментальною працею щодо порівняльних аспектів трансформацій мас-медіа в Україні можна вважати монографію Ц. Войцеха «Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989-1999)» [7].

На окрему увагу заслуговують праці доктора політичних наук у галузі систем політичної комунікації О. Зернецької, які присвячені

218. Corner J. Editor's Introduction / Corner J., Schlesinger P., and Roger S. // *International Media Research : a Critical Survey* / ed. by Corner J., Schlesinger P., and Roger S. – London : Routledge, 1998. – P. 1–18. – ISBN 0415184967.
219. Coulter P. The Press : Still Fit to Print – or Facing a Final Deadline? / P. Coulter // *Oxford Today. The University Magazine*. – Volume 21, № 2 / Hilary, 2009. – 7 p. – ISSN 0954-1306.
220. Cowie C. A Comparative Institutional Analysis of Communications Regulation / Cowie C. and Marsden C. // *Convergence in European Digital TV Regulation* / ed. by C. T. Marsden and S. G. Verhulst. – London : Blackstone Press Limited, 1999. – P. 191–217.
221. Cuilenburg van J. New Perspectives on Media Diversity. Toward a Critical-Rational Approach to Media Performance / van J. Cuilenburg // *Changing Media and Communications : Concepts, Technologies and Ethics in Global and National Perspectives* / ed. by Y. Zassursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism / Publisher ICAR, 1998. – P. 71–86.
222. Cuilenburg van J. On Parameters of Free and Equal Access to Communications in Open Societies / van J. Cuilenburg // *Media for the Open Society : West-East and North-South Interface* / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 26–52. – ISBN 5797400340.
223. Curran J. Rethinking the Media as a Public Sphere / J. Curran // *Communication and Citizenship : Journalism and the Public Sphere* / ed. by P. Dahlgren and C. Sparks. – London : Routledge, 1991. – P. 27–57. – ISBN 0415100674.
224. Curran J. Mass Media and Democracy : A Reappraisal / J. Curran // *Mass Media and Society* / ed. by J. Curran and M. Gurevitch. – London : E. Arnold, 1991. – P. 82–117. – ISBN 0340614188.
225. Curry J. L. Poland's Journalists' Professionalism and Politics / J. L. Curry. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 302 p.
226. Dabert D. Mowa Kontrolowana : Szkice o Języku Publicznym w Polsce po 1989 r. / D. Dabert. – Poznań : Bonami, 2003. – 163 s.
227. Demac D. A. New Communication Technologies and Deregulation / Demac D. A. with Sung L. // *Questioning the Media : a Critical Introduction* / ed. by Downing J., Mohammadi A., and Sreberny-Mohammadi A. – 2nd edition. – Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 277–293. – ISBN 0803971966.

- K. Schliep. – Krakow : Osrodek Badan Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellonskiego, 1996. – P. 153–162.
209. Bulgerman J.-C. Issues and Assumptions in Communications Policy and Research in Western Europe : a Critical Analysis / J.-C. Bulgerman // *International Media Research : a Critical Survey* / ed. by Corner J., Schlesinger P. and Silverstone R. – London : Routledge, 1998. – P. 123–154. – ISBN 0415184967.
210. Cardiff D. Broadcasting and National Unity / Cardiff D. and Scannell P. // *Impacts and Influences : Essays on Media Power in the Twentieth Century* / ed. by J. Curran, A. Smith and P. Wingate. – London–NY : METHUEN, 1987. – P. 157–174.
211. Chaney D. Audience Research and the BBC in the 1930s: a Mass Medium Comes into Being / D. Chaney // *Impacts and Influences : Essays on Media Power in the Twentieth Century* / ed. by J. Curran, A. Smith and P. Wingate. – London–NY : METHUEN, 1987. – P. 259–278.
212. Chernyavskaya E. Professional Journalism in Central and Eastern Europe / E. Chernyavskaya // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* / ed. J. Langham-Brown. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1998. – P. 142–146.
213. Chrus'ciak R. Konstytucjonalizacja Wolnos'ci Medio'w, Wolnos'ci Wypowiedzi Oraz Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Kształtonanie przepiso'w konstytucyjnych i ustawowych / R. Chrus'ciak. – Warszawa : Wydział dziennikarstwa i nauk politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, 2004. – 228 s.
214. Collins R. New Media, New Policies : Media and Communications Strategies for the Future / Collins R. and Murrone C. – Cambridge : Polity Press, 1996. – 243 p. – ISBN 0745617867.
215. Communication in Eastern Europe : the Role of History, Culture, and Media in Contemporary Conflicts / ed. by F. L. Casmir. – Mahwah : L. Erlbaum, – 1995. – 350 p. – ISBN 0805816259.
216. Comparative Media Systems : European and Global Perspectives / ed. by Boguslawa Dobek-Ostrowska [and others]. – Budapest : Central European University Press, 2010. – 290 p. – ISBN 9789639776548 hb.
217. Concoran F. Introduction : Communication and Pursuit of Democracy in the new European and Global Order / Concoran F. and Preston P. // *Democracy and Communication in the New Europe : Change and Continuity in East and West* / ed. by Concoran F., and Preston P. – Cresskill, N.J. : Hampton Press, Inc. – 2005. – P. 3–31. – ISBN 1881303896

вивченню низки питань діяльності ЗМІ, як, наприклад, трансформації систем масової комунікації у світі та Україні, становлення громадських та інших медіа в нашій державі [36–39]. Крім того, потрібно відмітити наукові доробки спеціалістів Національного університету ім. Т. Шевченка професора В. Різуна, професора В. Шкляра щодо динаміки розвитку українських ЗМІ та свободи мас-медіа в Україні [170; 381], професора О. Гриценко щодо питань інформаційної політики як важливого чинника демократизації українського суспільства і медіа, а також необхідності дотримання європейських стандартів у галузі регулювання ЗМІ в Україні [13; 14; 277].

Зважаючи на важливість медіа у виборчих процесах, значна частина вітчизняних досліджень присвячена саме цьому аспекту їх діяльності. До них належить, зокрема, праця В. Іванова «Законодавство про засоби масової інформації. Український та зарубіжний досвід» [41] та інші роботи українських учених. Крім того, великий внесок у розробку проблем, пов'язаних із теорією комунікації, публік рілейшнз, інформаційними війнами зробив дослідник Г. Почепцов [112]. Питаннями політичних комунікацій та медіа цікавилися Д. Дубов [22; 23] і О. Чернецька [174]. Зауважимо й те, що особлива увага у політологічних дослідженнях ЗМІ в Україні приділяється тематиці мас-медіа як каналу маніпулятивного впливу [47], політичній рекламі і ЗМІ, інформаційних технологій [54] та інших дотичних питань, як-от, наприклад, у праці Т. Шульги [181].

Значний науковий інтерес в українських дослідників також викликає проблематика формування державної інформаційної політики України. Так, інформаційній політиці держави щодо медіа присвячені дослідження Г. Несвіт [79], О. Дубаса [21]. У статтях О. Сосніна, О. Приходько висвітлюються завдання інформаційної політики в Україні, обговорюються перспективи державної інформаційної політики в нашій державі, а також наближення України до європейських стандартів у даній сфері [1156; 121; 122]. Цьому ж питанню присвячені й монографія Л. Губерського, Є. Камінського, Є. Макаренка «Інформаційна політика України : європейський контекст» [45], а також окрема праця Є. Макаренка [68]. Крім того, у вітчизняних наукових розробках знаходить відображення й проблема взаємовідносин громадянського суспільства, держави та ЗМІ, наприклад, у працях Д. Дуцик [24–27].

Потрібно зазначити, що деякі вітчизняні дослідники аналізують окремо друковані й електронні ЗМІ. Так, увага зверталася й на трансформацію телебачення в Україні, наприклад, у праці М. Карабанова та інших учених «Українське телебачення : роки, події, звершення» [171].

А. Кривенко, Ю. Шкурлат, В. Бебик та інші вчені відслідковували зміни на телебаченні у першій половині 1990-х рр. та приділяли увагу появі та діяльності комерційного телебачення в Україні. А от І. Машенко проаналізувала трансформації українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу [70].

З другої половини 1990-х рр. і дотепер важливе місце в наукових доробках українських учених і журналістів займає питання діяльності громадського телебачення та радіо в межах реформування державних аудіовізуальних медіа України [103]. Дослідження В. Понеділко [109], В. Петренко [104; 105] та інших учених присвячені проблемам та перспективам суспільного телебачення в Україні. Зокрема, О. Зернецька звертала увагу на те, що система суспільних ЗМІ відрізняється у різних країнах світу [36]. У той же час Г. Сашук займався вивченням безпекових імперативів телевізійного простору України [152].

Роль мас-медіа в демократизації країни та проблематика складних взаємовідносин медіа і політики після проголошення незалежності України та початку медіа трансформацій висвітлюються в роботах багатьох українських учених. Ще в першій половині 1990-х рр. колишній голова Спілки журналістів України Є. Вербило говорив про тиск на журналістів з боку влади [6]. Про складні взаємовідносини медіа та правлячих еліт в Україні й через десять років після висловлювання Є. Вербило говорили М. Мельник і В. Постульга [72], В. Карпенко [49], О. Трошина [167; 168], Ю. Фінклер [172] та інші. У той же час А. Костирев [60; 61] аналізував роль ЗМІ в демократизації України так само, як і Н. Олексієнко [81; 82], а І. Ненов вивчав мас-медіа в умовах політичних трансформацій українського суспільства [78]. Д. Дубов не лише звертав увагу на ЗМІ як на якісно нові суб'єкти політичних, але й на політико-комунікативну безпеку України у євроінтеграційному контексті [22; 23].

Також роль ЗМІ у створенні політичної реальності та політичних орієнтацій українців аналізується в дослідженнях О. Шахтемірової [178] та Д. Яковлева [186].

Нерозривно з вищезазначеною проблематикою пов'язана тема свободи слова в Україні, аналіз якої знаходить відображення в працях вітчизняних дослідників [9; 83; 120; 159] та правозахисників [113–117]. Щодо цього питання В. Шкляр зауважував про те, що свобода слова є одним з основних демократичних принципів у суспільстві [381]; С. Демченко наголошував на важливості відповідальної свободи слова, заснованій на принципах моралі, а також звернув увагу на різні аспекти, які заважають свободі слова в Україні [17; 18].

199. Basic-Hrvatın S. Public Service Broadcasting in Plural and Divided Societies / S. Basic-Hrvatın, M. Thompson // Divided They Fall : Public Service Broadcasting in Multiethnic States / [authors Sandra Basic Hrvatın ... [et. al] ; translation Kanita Halilovic]. – Sarajevo : Mediacentar, 2008. – P. 7–40. – ISBN 978-9958-9417-9-5.
200. Berkman R. Politics in the Media Age / R. Berkman and W. L. Kitch. – New York : McGraw-Hill Book Company, 1986. – 332 p. – ISBN 0-07-004882-7 : 600.00 p.
201. Beliczyn'ski J. Zarza,dzanie Komercyjna, Stacja, Radiowa, w Warunkach Kszaltowania sie, Rynku Medio'w w Polsce / J. Beliczyn'ski // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 157–179.
202. Bielecki Z. Kontrowersje Woko'l Projekto'w Ustaw o Radiofonii i Telewizji (1990-1991) / Z. Bielecki // Kontrowersje Wokol Transformacji Prasy Polskiej (1989-1992) / red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1993. – P. 58–73.
203. Bilik A. Kontrowersje Woko'l Transformacji Prasy / A. Bilik // Kontrowersje Wokol Transformacji Prasy Polskiej (1989-1992). Materialy Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. – T. XXIII / red. A. Slomkowskiej. – Warszawa : ELIPSA, 1993. – P. 35–36.
204. Bladocha B. Printed Press in Lower Saxony / B. Bladocha // The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 117–128.
205. Bolotowa L. Analiza Struktury Wspo'leczesnej Radiofonii Rosyjskiej w Okresie Transformacji / Bolotowa L., Szerel A. // Transformacja Radia w Polsce i na S'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 123–132.
206. Braun J. Pote,ga Czwartej Wladzy. Media, Rynek, Spoleczen'stvo / J. Braun. – Warszawa : Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne Spo'lka Akcyjna, 2005. – 239 s.
207. Brzezinski M. The Struggle for Constitutionalism in Poland / M. Brzezinski. – New York : St. Martin's Press, 1998 – 254 p. – ISBN 0312176120.
208. Bujko M. Rozwo'y Rynku Reklamowego w Polsce w Latach 1989–1995 i jego Przyszlos'c' / M. Bujko // Media i Dziennikarstwo w Polsce 1989–1995 / pod red. G. G. Koppera, I. Rutkiewicza,

- Multiethnic States / [authors Sandra Basic Hrvatina ... [et. al] ; translation Kanita Halilovic]. – Sarajevo : Mediacentar, 2008. – P. 41–80. – ISBN 978-9958-9417-9-5.
190. Bajomi-Lazar P. Introduction / P. Bajomi-Lazar // *Media and Politics* / ed. by P. Bajomi-Lazar and I. Hegedus. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 7–13. – ISBN 9639336297 hb.
191. Bajomi-Lazar P. Regional and Local Media in Hungary / P. Bajomi-Lazar // *The Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. – Warszawa : ASPRA-JR, 2001. – P. 144–150.
192. Bajomi-Lazar P. Media Policies and Media Politics in East Central Europe : Issues and Trends, 1989-2008 / P. Bajomi-Lázár, M. Sükösd // *Communication and Cultural Policies in Europe* / [ed. by I. Fernández Alonso, M. de Moragas Spa]. – Barcelona : Generalitat de Catalunya, 2009. – P. 249–269. – ISBN 9788439378662.
193. Balczyn'ska-Kosman A. Instytucje Zarządzające Radiofonia i Telewizja w Wybranych Państwach Europy Zachodniej jako Źródło Inspiracji dla Rozwiązań Polskich / A. Balczyn'ska-Kosman // *Radio i Telewizja. Informacja, Kultura, Polityka* / red. naukowy W. Dudek. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 1998. – P. 152–164.
194. Banazinski C. Poland. The Financing of Public Service Broadcasters in Selected Central and Eastern European States. As Illustrated by Bulgaria, the Czech Republic, Hungary, Poland and the Slovakia / Banazinski C. and Gorka M. // *IRIS : Legal Observations of the European Audiovisual Observatory*, 2000. – № 6. – P. 14–20.
195. Bardoel J. Open Media, Open Society. Rise and Fall of the Dutch Media Model : a Case Study / J. Bardoel // *Media for the Open Society : West-East and North-South Interface* / ed. by Y. Zassoursky and E. Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001. – P. 98–121. – ISBN 5797400340.
196. Barendt E. Media Law : Cases and Materials / Barendt E. and Hitchens L. – Harlow-New York : Longman, 2000. – 561 p. – ISBN 0582317193.
197. Barouh E. Playing at Freedom and the Freedom of Playing : the Case of Bulgaria / E. Barouh // *Media and Politics* / ed. by P. Bajomi-Lazar and I. Hegedus. – Budapest : New Mandate Publishing House, 2001. – P. 101–109. – ISBN 9639336297.
198. Bartoszcze R. O Wolności Wypowiedzi / R. Bartoszcze // *Media, Władza, Prawo* / pod red. Marii Magoskiej. – Kraków : Wydawnictwo Un. Jagiellońskiego, 2005. – S. 29–41.

Українськими вченими також досліджуються економічні аспекти трансформації медіа-політики в Україні. Наприклад, Р. Дяків у статті «Ринок засобів масової інформації: проблеми, становлення і розвитку» класифікував форми власності на ЗМІ в Україні, а також говорив про важливість державного протекціонізму національним медіа [28]. І. Лубченко, голова Національної спілки журналістів України, зауважив на необхідності введення до реєстраційних документів ЗМІ положення про власника медіа для забезпечення прозорого інформаційного простору, а також на важливості передачі державної і комунальної власності на ЗМІ у власність журналістських колективів у рамках приватизації місцевих та регіональних медіа [6]. Відзначимо й роботу І. Міки, у якій аналізуються особливості спонсорської допомоги в електронних ЗМІ Польщі, як приклад для України [75].

Вагомий внесок щодо удосконалення регулювання сфери мас-медіа здійснили вітчизняні правознавці [118; 123]. Дослідник В. Муравйов, аналізуючи формування правових відносин між Україною і ЄС ще у 1993 р. в англійському науковому журналі, присвяченому проблемам українського державотворення, говорив про доцільність запровадження європейських стандартів у національному законодавстві, якщо країна хоче стати частиною європейської спільноти [346]. І. Длабоха, проаналізувавши в 1996 р. прийняту Конституцію України на предмет гарантій прав людини, знайшов деякі правові суперечності, які, на його переконання, можуть завадити дотриманню прав людини в країні [228].

На правові основи функціонування ЗМІ в Україні, взаємовідносини судової влади, як однієї з гілок державної влади, та ЗМІ звертав увагу й колишній Голова Конституційного Суду України І. Домбровський, зазначивши, що законодавча база відстає від сучасних вимог ЗМІ в Україні, які динамічно розвиваються [20]. Ю. Кобзар зауважував на проблемі вдосконалення правової бази щодо електронних ЗМІ в Україні [52], а Ю. Ганжуров звертав увагу на важливості імплементації українського законодавства у сфері ЗМІ до стандартів ЄС [10].

Аналіз поняття та правового статусу ЗМІ в Україні є важливим кроком до розуміння місця і ролі мас-медіа у незалежній державі. Спільними рисами досліджень у сфері медіа-регулювання, які належать правознавцям, можна назвати значну увагу до проблеми термінів і понять у цій сфері, теоретизацію права на свободу слова і думки, відповідність національного законодавства у сфері ЗМІ міжнародним нормам та європейському законодавству, а також формулювання пропозицій стосовно подолання неузгодженостей, прогаєлих у нормативно-правових актах різної юридичної сили.

Спеціалістами з державного управління не приділяється значна увага політиці держави щодо ЗМІ в Україні у зв'язку з європейською інтеграцією нашої держави. Однак, розглядаються різноманітні аспекти інтеграції України до ЄС, у тому числі й економічні, що має вирішальне значення для створення регулятивних основ на ринку ЗМІ на основі європейських стандартів. Так, В. Попова досліджувала шляхи удосконалення податкової політики в умовах євроінтеграції [110], Л. Ільченко-Сюйва – державний механізм монетарної політики України в контексті європейської інтеграції [43], Г. Дмитренко – державне управління процесами адаптації податкової системи України до вимог ЄС [19].

Наголос на національній безпеці України у зв'язку з євроінтеграційними процесами зробив у своїй науковій роботі з державного управління В. Жаховський [32]. Крім того, вчені досліджують і державно-управлінський досвід інших країн як, наприклад, Т. Ілюк щодо урядових інформаційних компаній з європейської інтеграції в Польщі [44].

Однак, найбільш популярними і досліджуваними тематиками європейської інтеграції серед науковців з державного управління є врядування в Україні у контексті європейської інтеграції, у тому числі і його регіональні аспекти, а також соціальні та гуманітарні напрямки інтеграції України до ЄС. Так, розвиток європейського управління в контексті впливу на державне управління в Україні досліджував І. Грицяк [15]; регіональні аспекти євроінтеграції України до ЄС аналізували І. Куліш [63], А. Лавренчук [65], Е. Топалова [165], О. Чумакова [176].

Ю. Бондаренко [4], Ю. Журавльова [33], Ю. Лагутов [66], О. Малиновська [69], Р. Сторожук [158], К. Шкумбатюк [179] приділяли увагу соціальним та гуманітарним питанням європейської інтеграції нашої держави з точки зору державного управління. Помітною у цьому напрямку є робота О. Григора «Формування інформаційного суспільства в Україні в контексті інтеграції в Європейський Союз (державно-управлінський аспект)», адже вона спрямована на дослідження державної політики щодо створення інформаційного суспільства в Україні у зв'язку з європейською інтеграцією. Дослідник дійшов висновку про те, що в Україні ще не розроблена повною мірою власна Концепція формування інформаційного суспільства, однак цей процес перестав бути стихійним і набув ознак керованості: здійснюються заходи, спрямовані на захист інформації та забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах застосування комп'ютерної техніки; розвивається міжнародне співробітництво у сфері інформатизації [12].

- Любомирівна ; Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентові України. – Л., 2004. – 19 с.
180. Шляхтун П. П. Конституційне право : словник термінів / П. П. Шляхтун. – К. : Либідь, 2005. – 568 с. – ISBN 966-06-0381-9.
 181. Шульга Т. М. Комунікаційні системи доби формування глобального суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.04 «Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку» / Шульга Тетяна Миколаївна ; Київ. Ін-т св. ек. і міжн. відн. – К., 2001. – 16 с.
 182. Штрмайер Г. Політика і мас-медіа / Г. Штрмайер [пер. з нім. А. Орган]. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с. – ISBN 978-966-518-462-1.
 183. Щодо плюралізму засобів масової інформації та розмаїття медіа контенту. Рекомендація Rec(2007)2 Комітету Міністрів Ради Європи державам-членам (Ухвалено Комітетом Міністрів Ради Європи 31 січня 2007 р. на 985-ому засіданні заступників міністрів) [Електронний ресурс] // Медіа-бібліотека. – Режим доступу : <http://media.parlament.org.ua/uploads/files/f845.doc>. – Назва з екрану.
 184. Юридический словарь И. Дахно : Словарь законодательных и нормативных терминов / авт.-сост. И. И. Дахно. – 2 изд., доп. – К. : А.С.К., 2001. – 1056 с. – ISBN 966-539-307-3.
 185. Ющенко В. А. Звернення Президента до Українського народу на Майдані Незалежності / Віктор Андрійович Ющенко // Урядовий кур'єр. – 2005. – № 13. – С. 3.
 186. Яковлев Д. В. Роль засобів масової інформації в конструванні політичної реальності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Яковлев Денис Вікторович ; Одеська національна юридична академія. – Одеса, 2003. – 16 с.
 187. Albright M. K. Poland, the Role of the Press in Political Change [foreword by Zbigniew Brzezinski] / Madeline Albright. – New York : Praeger, 1983. – 147 p.
 188. Alfandari E. Radio w Bulgarii w Okresie Przekształcen' Politycznych / E. Alfandari // Transformacja radia w Polsce i na s'wiecie (1990-1995) / pod red. J. Kantyki, M. Jachimowskiego. – Katowice : Fundacja dla Wspierania S'la,skiej Humanistyki, 1996. – S. 60–66.
 189. Antoine F. Belgium / F. Antoine, F. Saeys, D. Grammens, and E. Van Damme // Divided They Fall : Public Service Broadcasting in

- Прес реліз 4.11.2010 // АРТИКЛЬ 19 і Міжнародна підтримка медіа. – К., 2010. – Режим доступу : http://www.i-m-s.dk/files/publications/10%2004%2011%20Ukraine_UA.pdf. – Назва з екрану.
170. Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра / В. І. Шкляр [та ін.]. – К., 1997. – 140 с. – ISBN 966-7181-10-3.
 171. Українське телебачення : роки, події, звершення / М. М. Карабанов [та ін.]. – К. : Дирекція ФВД, 2008. – 400 с. – ISBN 978-966-96605-2-7.
 172. Фінклер Ю. Е. Мас-медіа та влада : технологія взаємин / Ю. Е. Фінклер. – Л. : Аз-Арт, 2003. – 212 с. – ISBN 966-7912-14-0.
 173. Фісун О. А. Проблеми і перспективи реалізації зовнішньої політики Європейського Союзу / О. А. Фісун, Н. А. Вінникова // Нова парадигма. Філософія. Соціологія. Політологія : журнал наукових праць. Вип. 51 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Творче об'єдн. «Нова парадигма» ; редкол. В. П. Андрущенко [та ін.]. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2005. – С. 110–121.
 174. Чернецька О. Трансформація типів мовлення передач політичної комунікації / О. Чернецька // Нова політика. – 2000. – № 1. – С. 34–41.
 175. Чиж І. Майбутнє громадського мовлення / І. Чиж // Урядовий кур'єр. – 2004. – 21 груд. – С. 4.
 176. Чумакова О. В. Шляхи розвитку місцевого самоврядування України в контексті досвіду держав Європейського Союзу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.04 «Міське самоврядування» / Чумакова Ольга Володимирівна ; Дніпропетровський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентові України. – Д., 2008. – 20 с.
 177. Шамраєва В. М. Роль і місце траскордонного співробітництва в політиці регіонального розвитку в умовах євроінтеграційних процесів України [Електронний ресурс] / В. М. Шамраєва, С. С. Андрєєв // Державне будівництво [Електронний журнал]. – 2010. – № 1. – Режим доступу до журн. : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2010-1/doc/5/05.pdf>. – Назва з екрану.
 178. Шахтемірова О. Засоби масової інформації та політичні орієнтації громадян України / О. Шахтемірова // Нова політика. – 1999. – № 2. – С. 10–15.
 179. Шкумбатюк К. Л. Державна політика України у сфері громадянства в контексті європейської інтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Шкумбатюк Каріна

Таким чином, хоча економічні аспекти євроінтеграційних процесів є одними з найбільш важливих, у тому числі і для вироблення та коригування державної політики щодо ЗМІ в Україні у зв'язку із стратегією інтеграції України до ЄС, їм не приділяється достатньо уваги серед досліджень у сфері державного управління.

У цілому можна констатувати те, що для вітчизняних науковців характерне прагнення пов'язати спрямованість теоретичного пошуку трансформації ЗМІ із завданнями вирішення проблем регулювання мас-медіа в Україні сьогодення через подальше удосконалення регулювання цієї сфери в країні з метою адаптації його до європейських стандартів. Однак, у вітчизняній науковій літературі відсутні значні наукові розробки власне питань щодо результатів зміни державної політики щодо аудіовізуальних мас-медіа в Україні після отримання незалежності та у зв'язку з європейською інтеграцією нашої держави. Автори, як правило, торкаються цього аспекту проблеми побіжно, а тому можна зустріти різні за обсягом спроби її висвітлення, яким бракує системності та повноти аналізу.

Джерельною базою дослідження є міжнародно-правові акти, національне законодавство України, а також країн-членів ЄС, регулятивні документи ЄС та Ради Європи, офіційна статистика, інформація національних і міжнародних організацій, наукові праці, монографічні дослідження і наукові статті вітчизняних та зарубіжних авторів з окресленої проблеми.

Автор спиралася на Закони у сфері ЗМІ України, зокрема, «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформацію», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» та інші.

Концептуальними для даного дослідження стали положення, втілені в статті 34 Конституції України «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів та переконань» [56, с. 8], статті 15 «Цензура заборонена» [56, с. 5], а також у статті 10 Європейської конвенції з прав людини, яка гарантує свободу висловлювань та інформації.

Таким чином, підсумовуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки.

Теоретико-методологічні, методичні та прикладні питання багатоаспектної проблематики державного регулювання аудіовізуального ринку ЗМК в європейських країнах, у тому числі країн-членів ЄС та інших країн регіону, які визначили своєю метою європейську інтеграцію,

були й залишаються предметом і об'єктом постійних наукових досліджень. Різні аспекти трансформації державної політики щодо аудіовізуальних мас-медіа у Європі у зв'язку з євроінтеграційними процесами досліджували вчені Західної та Центрально-Східної Європи, у тому числі й України. Разом із тим існує нагальна необхідність продовження наукових розробок з означеної проблематики в нашій державі.

Наприклад, питання державного регулювання аудіовізуального ринку ЗМК в Україні та адаптація його до стандартів ЄС у цій сфері викликає інтерес, головним чином, вітчизняних дослідників у галузі журналістики та права. У той час у західній науці вищезазначені питання становлять неабиякий політологічний та державно-управлінський інтерес. Отже, за межами дослідницького інтересу в цих галузях в Україні залишилися питання, пов'язані з дослідженням трансформації аудіовізуального ринку в нашій державі, ролі і значення державної політики щодо функціонування та розвитку аудіовізуальних ЗМК.

Трансформація медіа-системи в Україні з метою її демократизації, у тому числі у зв'язку із стратегічним курсом на європейську інтеграцію, зумовлює необхідність поглибленого вивчення і систематизації зарубіжного досвіду, що накопичений у даній сфері, у першу чергу, у країнах-членах ЄС. Зарубіжні дослідження таких процесів в інших країнах постсоціалістичних перетворень Центрально-Східної Європи, а також досвід державного регулювання аудіовізуальних ЗМК в інших країнах-членах ЄС і загалом на загальноєвропейському рівні, мають безперечну цінність для вітчизняної науки, для вибору напрямів удосконалення медіа-регулювання як на теоретичному, так і на практичному рівні, що має особливу важливість у зв'язку із стратегічним курсом України на європейську інтеграцію.

161. Телевидение в Европе: регулирование, политика и независимость. Краткий отчет по мониторингу / [пер. с англ. Ин-т открытого о-ва ; под ред. А. Рихтера]. – Б. м. : Ин-т открытого о-ва, 2006. – 418 с.
162. Тенденції та перспективи європейської інтеграції України: державно-управлінські виміри / В. В. Корженко [та ін.] ; заг. ред. В. В. Корженко, Н. М. Мельтюхова ; Національна академія держ. управління при Президенті України, Харківський регіональний ін-т держ. управління. – Х. : Видавництво ХарПІ НАДУ «Магістр», 2007. – 267 с. – ISBN 978-966-390-036-0.
163. Тимошенко Ю. Зона свободи слова / Ю. Тимошенко [беседу вела Ю. Мостовая] // Зеркало недели. – 2001. – 8–16 марта. – № 10. – С. 2.
164. Томенко М. Існування політичної цензури – факт / М. Томенко // Шлях перемоги. – 2002. – 5–11 груд. – № 50. – С. 4–5.
165. Топалова Е. Х. Наближення вітчизняної системи врядування до європейських стандартів : регіональний рівень : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Топалова Ельзара Халалівна ; Одеський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президенті України. – О., 2008. – 20 с.
166. Три покоління власників медіа-простору України [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Режим доступу : <http://www.helsinki.org.ua/index.php?id=1154077400>. – Назва з екрану.
167. Трошина, О. В. Політична система та ЗМІ : аналіз деяких теоретичних аспектів взаємодії та взаємоперетину / О.В. Трошина // Нова парадигма. Філософія. Соціологія. Політологія : журнал наукових праць. Вип. 51 / НПУ ім. М. П. Драгоманова, Творче об-ня «Нова парадигма» ; редкол. В. П. Андрущенко [та ін.]. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2005. – С. 122–131.
168. Трошина О. В. Висвітлення проблем ЗМІ у виборчих програмах українських політичних партій та блоків на парламентських виборах 1998, 2002 та 2006 років / О. В. Трошина // Нова парадигма. Філософія. Соціологія. Політологія : журнал наукових праць. Вип. 57 / НПУ ім. М. П. Драгоманова, Творче об-ня «Нова парадигма» ; редкол. В. П. Андрущенко, В. П. Бех (гол. ред.), Г. І. Волинка [та ін.] – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. – С. 170–181.
169. Україна : Верховна Рада має якнайшвидше ухвалити важливий закон про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс].

- наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Сашук Ганна Миколаївна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2005. – 16 с.
153. Скляренко О. А. Медіа-інформаційна культура органів державної влади в Україні у структурі національної інформаційної безпеки / О.А. Скляренко // Нова парадигма. Філософія. Соціологія. Політологія : журнал наукових праць. Вип. 51 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Творче об-ня «Нова парадигма» ; редкол. В. П. Андрущенко [та ін.]. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2005. – С. 168–173.
 154. Словник термінів і понять з державного управління / В. Я. Малиновський. – 2. вид., доп. й перероб. – К. : Центр сприяння інституційному розвитку держ. служби, 2005. – 254 с. – ISBN 966-8918-01-0.
 155. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов : энциклопедический словарь / общ. ред. В. И. Кушлин, В. П. Чичканов ; Российская академия гос. службы при Президенте РФ. – М. : Издательство РАГС, 2004. – 743 с. – ISBN 5-7729-0118-4.
 156. Соснін О. Державна інформаційна політика і свобода слова / О. Соснін // Політика і час. – 2003. – № 3. – С. 11–16.
 157. Стативка А. Деякі фактори формування політичної еліти в країнах Центральної та Східної Європи / А. Стативка // Політичний менеджмент. Спеціальний випуск. – 2007. – С. 16–24.
 158. Сторожук Р. П. Державна молодіжна політика в контексті європейського вибору України : механізми реалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Сторожук Руслана Петрівна ; Одеський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентіві України. – О., 2007. – 20 с.
 159. Суспільство, засоби масової інформації, влада : свобода слова і цензура в Україні : матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України, 4 грудня 2002 року / Верховна Рада України. Комітет з питань свободи слова та інформації. – Офіц. вид. – К. : Парламентське видавництво, 2003. – 93 с. – ISBN 966-611-207-8.
 160. Таїров А. І. Інформаційне суспільство і проблема відкритості влади в системі сучасної масової комунікації / А. І. Таїров // Політологічний вісник : збірник наукових праць. Вип. 26 / Політологічний центр при Київському нац. ун-ті ім. Т. Шевченка ; редкол. В. П. Андрущенко [та ін.]. – К. : Ін-тас, 2007. – С. 129–139.

Розділ 2

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНА ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МАС-МЕДІА

Зважаючи на різноманітність сучасного медіа-ринку, автор зосереджує увагу на дослідженні трансформації аудіовізуальних традиційних (телебачення і радіо) мас-медіа та державної політики щодо цього сегмента медіа-ринку в умовах європейської інтеграції. Інші ж види ЗМІ, а також регіональні і місцеві медіа залишилися поза межами даного дослідження. Це обумовлено наступними важливими факторами.

По-перше, традиційні мас-медіа протягом постсоціалістичних трансформацій у країнах Центрально-Східної Європи залишалися найбільш доступним, розповсюдженим та популярним ЗМІ. Важливим аспектом було і залишається те, що в умовах соціально-економічних змін радіо і телебачення були або безкоштовним засобом інформації (приватні ЗМІ), або не дуже дорогим засобом інформації (громадські ЗМІ). На противагу цьому, в умовах економічних трансформацій 1990-х рр. відбулася криза друку: відповідно до ринкових перетворень і лібералізації цін на продукцію випускати друковані ЗМІ стало набагато дорожче, а купівельна спроможність населення різко знизилася. Отож, цей популярний засіб масової інформації за соціалістичних часів в умовах демократизації й на теперішній час втратив свої колишні позиції на медіа-ринку. Щодо ж інших засобів масової комунікації, які почали виникати з кінця 1980-х рр. у зв'язку з науково-технічним прогресом, то в постсоціалістичних країнах вони отримували повільне розповсюдження через наслідки економічних перетворень та, відповідне скрутне загалом соціально-економічне становище громадян. Темпи розповсюдження, наприклад, Інтернет у країнах цього регіону не були швидкими. Так, у 2003 р. лише 8 % населення України користувалися Інтернетом, а в 2009 р. Інтернетом стали користуватися вже близько 33 % населення України [108; 254]. Отже, саме традиційні аудіовізуальні ЗМІ протягом останніх двадцяти років стали найбільш популярним та розповсюдженим засобом масової інформації в постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи.

По-друге, як у демократичних, так і в соціалістичних суспільствах керівні політичні еліти звертали особливу увагу на традиційні аудіовізуальні медіа через їх популярність у населення. Більш того, телебачення ставало найкращим каналом маніпулятивного впливу на

глядача порівняно з іншими засобами масової комунікації через те, що надавало можливість не лише візуального сприйняття інформації (як у друкованих ЗМІ), або сприйняття інформації на слух (як у радіо), а обох разом. При цьому, якщо в соціалістичних країнах радіо та телебачення використовувалися для прямого політичного впливу на населення, то в демократичному суспільстві цього не можна було допустити через ту роль «четвертої влади», яку повинні вигравати мас-медіа в демократичній державі. Отже, в демократичних країнах державна політика була направлена, в першу чергу, саме на регулювання аудіовізуального сектора мас-медіа. У країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи через популярність аудіовізуальних ЗМІ у населення та колишню практику прямого втручання в їх функціонування політичних еліт за часів соціалізму, створення нового медіа-регулювання щодо аудіовізуальних медіа набувало особливої актуальності.

По-третє, загальною тенденцією не лише в країнах Центрально-Східної Європи, а в країнах Західної Європи наразі є зменшення популярності друкованих ЗМІ, збереження популярності аудіовізуальних медіа за останні десятиліття та завоювання Інтернетом ринку засобів масової комунікації. Так, наприклад, відповідно до даних з 1991 р. до 2008 р. Центрального статистичного бюро Норвегії щодо кількості тих, хто користується різними ЗМІ у звичайний день у віці від 9 до 79 р., то вони показують, що кількість читачів журналів зменшилася (з 18 % у 1991 р. до 15 % у 2008 р.); зменшилася також кількість читачів мотижневиків (з 21 % у 1991 р. до 14 % у 2008 р.) та газет (з 83 % у 1991 р. до 68 % у 2008 р.). Щодо аудіовізуальних ЗМІ, то зменшилася аудиторія слухачів радіо (з 72 % у 1991 р. до 56 % у 2008 р.). Не зменшилася частка лише телевізійної аудиторії (приблизно 80 % у 1991 р. та 2008 р.). Користувачів Інтернету в 1991 р. не було, однак у 2008 р. їх частка становила 72 % [80, с. 37]. Тож, як видно з вищенаведених даних, лідером аудиторії є телебачення серед електронних ЗМІ з незначним відставанням Інтернету і більш помітним – радіо. Натомість, друковані ЗМІ значно відстають у кількості користувачів від електронних мас-медіа. Загалом така тенденція є притаманною медіа-ринкам усіх країн. Отож, саме державна політика щодо аудіовізуальних медіа є одним з наважливіших питань у сучасній демократичній державі. Більш того, у результаті європейської інтеграції та створення ЄС, усе більше уваги зверталось інститутами ЄС саме на необхідність удосконалення регулювання аудіовізуального медіа-ринку та приведення його до загальних європейських стандартів.

142. Про заходи щодо створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України. Указ Президента України від 21.02.2008 р. № 148/2008 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : [http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=148 %2F2008](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=148%2F2008). – Назва з екрану.
143. Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі. Положення затверджено Указом Президента України від 6 червня 2006 року N 493/2006 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : [http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=493 %2F2006](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=493%2F2006). – Назва з екрану.
144. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки. Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=537-16>. – Назва з екрану.
145. Про ратифікацію Європейської конвенції про транскордонне телебачення : Закон України від 17 грудня 2008 р. № 687 – VI // Урядовий кур'єр. – 2009. – 10 січня.
146. Проскуріна О. О. Україна і глобальні проблеми сучасності : нові інформаційні технології та їх вплив на зміни в політичній культурі / О. О. Проскуріна // Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». – 2008. – № 2 (58). – С. 149–153.
147. Райсберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райсберг [и др]. – М. : Инфра-М, 1997. – 496 с. – ISBN 5-86225-285-1.
148. Рейтерович І. Роль бізнес-еліти у політичних процесах в державах перехідного типу / І. Рейтерович // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2008. – Вип. 12. – С. 88–96.
149. Рудич Ф. Політичне лідерство в країнах Центральної та Східної Європи / Ф. Рудич // Політичний менеджмент. Спеціальний випуск. – 2007. – С. 4–16.
150. Рудич Ф. Політичні лідери і стратегії реформ у країнах Центральної і Східної Європи / Ф. Рудич // Політичний менеджмент. – 2007. – № 2. – С. 25–47.
151. Рябов С. Г. Політологія : словник понять і термінів / С. Г. Рябов. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К. : Видавничий дім «КМ Академія», 2001. – 253 с. – ISBN 966-518-093-2.
152. Сашук Г. М. Безпекові імперативи телевізійного простору України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ.

- законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 313–325.
135. Про Національну Раду України з питань телебачення та радіомовлення : Закон України від 23.09.97 // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 297–313.
136. Про Положення про Державний комітет телебачення і радіомовлення України: Указ Президента України від 17.11.97 // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 372–377.
137. Про внесення змін до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» : Закон України від 12.01.2006 // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 18. – С. 678–716.
138. Про Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі (із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ N 624 від 11.05.2006). Постанова Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2004 р. № 1550 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1550-2004-%EF>. – Назва з екрану.
139. Про захист суспільної моралі. Закон України від 20.11.2003 № 1296-IV [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1296-15>. – Назва з екрану.
140. Про заходи щодо сприяння плюралізму в ЗМІ. Рекомендація № R (99) 1 Ради Європи. Комітет міністрів (Ухвалена Комітетом міністрів 19 січня 1999 року на 656-му засіданні заступників міністрів) [Електронний ресурс] // Медіа-бібліотека. – Режим доступу : <http://media.parliament.org.ua/uploads/files/f1263.doc>. – Назва з екрану.
141. Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі. Указ Президента України від 6 червня 2006 року N 493/2006 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=493%2F2006>. – Назва з екрану.

Таким чином, у зв'язку з вищепереліченим, дане дослідження набуває особливої актуальності через процеси демократичних трансформацій на аудіовізуальному ринку в Україні, а також у зв'язку з євроінтеграційним курсом нашої держави, що передбачає вироблення державної політики щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації відповідно до європейських стандартів у даній сфері.

Зауважимо, що нечітке трактування поняття, які використовуватимуться в даній роботі, може призвести до ускладнення вирішення як практичних, так і наукових завдань даного дослідження. Тому існує необхідність зупинитися докладно на визначенні понятійно-категоріального апарату даного дослідження.

У буквальному перекладі термін «медіа» має такі значення. Медіа, відповідно до Оксфордського словника, це – «основні джерела, завдяки яким велика кількість людей отримує інформацію та розваги, тобто телебачення, радіо та газети» [355, с. 733]. Якщо детальніше розглянути етимологію поняття, то потрібно звернути увагу на такі моменти. Медіа – це соціально організовані пласти активності, у той час як «мас» у зв'язку з «медіа» говорить щось про розмір комунікативного процесу. На думку дослідника Б. Бладохи, мас-медіа є засобом та способом, завдяки якому відбувається передача духовних цінностей через друк, звук та зображення досягає необмеженої аудиторії [204, с. 120]. Термін «мас-медіа» ототожнюється з поняттям «засоби масової інформації» у політологічному енциклопедичному словнику [107, с. 135]. Термін «преса» загально вживається для визначення газет і журналів [355; 204, с. 118]. М. Геруля відповідно до традиції польської комунікативістики визначає поняття «преса» як «сукупність періодичних видань (газет і журналів), що мають суспільне розповсюдження та всебічно віддзеркалюють дійсність, особливо – актуальні політичні, суспільні, культурні, наукові та інші процеси» [11, с. 5]. Він зазначає, що в більш широкому розумінні, поняття «преса» включає в себе також радіо та телебачення, як, наприклад, це робить міжнародна організація «Фрідом Хауз». Однак частіше радіо і телебачення визначають терміном «електронні ЗМІ» [11, с. 5] або «аудіовізуальні ЗМІ».

Засоби масової інформації (ЗМІ) у роботі розуміються як «заклади, створені для відкритої, публічної передачі різноманітної інформації будь-яким особам за допомогою спеціальних технічних засобів» [5, с. 223]. Зазначимо, що в даному дослідженні поняття «медіа», «мас-медіа», «засоби масової інформації» виступають як синоніми, а «засоби масової комунікації» вважається однопорядковим поняттям

[107, с. 466]. Також синонімами виступають поняття «громадські медіа», «суспільні ЗМІ», «громадські телерадіокомпанії»; «преса» та «друковані засоби масової інформації»; «аудіовізуальні засоби масової комунікації», «електронні ЗМІ», «аудіовізуальні медіа». Поняття «свобода медіа» та синонімічні поняття «свобода засобів масової інформації», «свобода засобів масової комунікації» автор розуміє як частину поняття «свободи слова» та включає у нього всі ЗМІ.

Громадські медіа як ідеологія незацікавленого професіоналізму, обережного балансування протилежних точок зору [223, с. 42], уважаються одним із індикаторів демократичності медіа-системи в Європі. В українській та східноєвропейській науковій думці вживаються два синонімічних терміна, відповідники терміна «public service media» [194, 344]: громадські [36, 175] та суспільні [50, 109] медіа. Однак, автор уживає як «громадські медіа», так і «суспільні медіа» як синонімічні поняття в даній роботі.

Існують різні теоретико-методологічні підходи до визначення сутності поняття «свобода медіа». Для даного дослідження свобода медіа є важливим поняттям через необхідність демократизації системи засобів масової комунікації в постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, а також створення такого медіа-регулювання, яке б забезпечувало свободу слова та слугувало суспільному інтересу. Тому дане поняття потребує детального вивчення, так само як близькі до нього поняття в їх взаємодії. Автор зосередила увагу на вивченні, у першу чергу, їх політико-правових аспектів, які є взаємопов'язаними в історичній динаміці розвитку суспільно-політичної думки та медіа-регулювання в Європі.

«Свобода медіа» (freedom of the media), на думку західних учених Е. Баренда та Л. Хітченса, є свободою доповідати та обговорювати питання громадського інтересу [196, с. 1]. На думку Д. Манкекара, свобода медіа – це не ексклюзивний інструмент влади для маніпулювання і просування непопулярних політичних рішень, і не приватна власність власників газет [320, с. 185]. Натомість, за Б. Тріонфі, «свобода медіа» – це «фундаментально важливий елемент переходу до демократичного суспільства, яке засноване на повазі до закону» [409, с. 94]. І. Камінські говорив про те, що «в той час, коли свобода висловлювань входить до переліку таких прав, які повинні особливо гарантуватися в демократичному суспільстві, свобода медіа потребує особливої протекції. Без неї мас-медіа не можуть відігравати роль громадського наглядача, показуючи факти та коментуючи події для того, щоб виявити зловживання влади» [300, с. 66]. В українській юридичній думці «свобода ЗМІ» трактується як право людини і громадянина вільно створювати

127. Про власність: Закон України від 07.02.91 № 697-12 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=697-12>. – Назва з екрану.
128. Про приватизацію державного майна: Закон України від 04.03.92 № 2163-12 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2163-12>. – Назва з екрану.
129. Про інформацію: Закон України від 02.10.92 // Інформаційне законодавство : збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 9–29.
130. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.92 // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 29–44.
131. Про телебачення та радіомовлення : Закон України від 21.12.93 // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 44–70.
132. Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України : Закон України від 18.07.97 // Інформаційне законодавство : збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 70–73.
133. Про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів : Постанова Кабінету Міністрів України від 17.11.97 // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне законодавство України. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 359–362.
134. Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів : Закон України від 23.09.97 // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – Т. 1. Інформаційне

118. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / В. О. Горобцов [та ін.] ; за ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижя ; Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, Держ. комітет телебачення і радіомовлення України. – К. : Юридична думка, 2006. – 384 с. – ISBN 966-8602-31-5.
119. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходной период : право, общество и национальная идентичность / М. Прайс ; [пер. с англ.]. – М. : Изд-во МГУ, 2000. – 334 с.
120. Прибиткова-Барсукова Л. О. Принцип свободи преси в міжнародному праві та національних законодавствах / Л. О. Прибиткова-Барсукова // Гілея (науковий вісник) : Збірник наукових праць ; гол. ред. В. М. Вашкевич. – К., 2007. – Вип. 7. – С. 172–178.
121. Приходько О. В. Державна інформаційна політика України : реалії та перспективи / О. В. Приходько // Трибуна. – 2004. – № 1–2. – С. 32–33.
122. Приходько О. Механізми журналістської саморегуляції: європейські рекомендації та українські реалії / О. Приходько // Магістеріум. Вип. 22. Журналістика / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія» ; редкол. В. С. Брюховецький (гол. ред.) [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – С. 49–51.
123. Пронченко О. С. Політико-правові засади функціонування засобів масової інформації в Україні: стан та перспективи розвитку / О. С. Пронченко // Гілея. Філософія. Політологія. Історія : наук. вісник : зб. наук. праць. Вип. 9 / НПУ ім. М. П. Драгоманова, Українська АН ; голов. ред. В. М. Вашкевич. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2007. – С. 167–176.
124. Про основи національної безпеки України. Закон України від 19.06.2003 № 964-IV [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=964-15>. – Назва з екрану.
125. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики. Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2411-17>. – Назва з екрану.
126. Про основні напрями зовнішньої політики України. Постанова Верховної Ради України від 02.07.1993 № 3360-XII [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3360-12>. – Назва з екрану.

(засновувати) засоби масової інформації (ЗМІ) і поширювати через них інформацію. Суть її полягає в тому, що для створення ЗМІ не потрібен дозвіл органів влади, а тільки його реєстрація у відповідному органі державної влади. З формального боку така реєстрація не означає надання дозволу, а є лише способом обліку ЗМІ з одночасним отриманням ним статусу юридичної особи. [184, с. 472]. Натомість, для колишнього польського Президента Л. Валенси свобода медіа є «перш за все відповідальність» [423, с. 7] мас-медіа.

В. Шульц уживав поняття «незалежність медіа». Для нього воно може виражатися у двох типах: «незалежність від» і «незалежність для». Перший тип означає, перш за все, незалежність від держави, але також від груп тиску, рекламодавців і від власників мас-медіа. Другий тип відноситься до незалежності для захисту інтересів громадськості та здійснення функції нагляду за діями влади [437, с. 49]. М. Кунчік розділяв свободу медіа на «зовнішню», що є свободою від втручання з боку влади, та «внутрішню», яка пов'язана з внутрішніми свободами медіа [314, с. 82]. Таким чином, обидва дослідники надають схожі визначення поняття.

Крім того, концепт «свободи медіа» тісно пов'язаний із «свободою висловлювань» (freedom of the speech) [196, с. 15]. Т. Гіббонс стверджував, що свобода висловлювань «вважається важливим принципом, не тільки тому, що її протекція може розглядатися як наслідок забезпечення свобод для індивіда загалом, але й тому, що вона покликана захищати цінності знаходження правди, участі у демократії та сприянні людської честі й гідності» [257, с. 22]. З цього приводу Р. Коллінс і К. Мурроні звертали увагу на те, що є дуже важлива різниця між правом мати власну думку, яке не можна обмежувати, та правом висловлювати цю думку, яке можна обмежити [214, с. 98]. Український дослідник В. Шкляр говорив про те, що свобода слова є одним з основних демократичних принципів у суспільстві. Це – громадянська свобода, яка витікає з природного права людини на свободу [381, с. 37].

«Свобода преси» найчастіше визначається як право поширювати ідеї, думки, інформацію через друковане слово без обмежень з боку влади; право, що гарантує захист і лежить в основі всіх інших політичних свобод та прав людини. Свобода преси є не просто гарантом, а головним гарантом конституційності демократичного ладу.

Існують також різні думки з приводу взаємозв'язку між «свободою медіа» та «свободою преси» або ж по-іншому «свободою друку» (freedom of the press). На переконання Е. Баренда та Л. Хітченса, свобода друку є відмінним концептом, бо саме він надає свободу

індивідуальним авторам для висловлювання їх думок, а також окремі права редакторам і власникам [196, с. 15]. На протигагу цьому, міжнародна організація «Фрідом Хауз» у своїх доповідях ототожнює поняття «свободи медіа» та «свободи преси». Д. Манкекар уважав, що поняття «свободи друку» не може бути статичною доктриною, тому що воно віддзеркалює потреби та зміни в динамічному суспільстві сучасного світу. Відповідно до Комісії Хатчінса (США), «свобода друку не є фіксованою та ізольованою цінністю, ідентичною в кожному суспільстві за всіх часів. Це – функція всередині суспільства, яка коливається відповідно до соціального контексту» [320, с. 13].

Як констатував східноєвропейський учений А. Сколкай, «свобода друку» відповідно до західного ліберального підходу, включає три політичні функції медіа: розповсюдження інформації, формування громадської думки і регулювання підзвітної політики через громадську критику. На думку цього дослідника, цей підхід не дуже добре працював у країнах постсоціалістичних трансформацій Європи. Він убачає причини цього в недостатньому досвіді політиків, громадськості і, що найважливіше, журналістів. Тому він підсумовує, що інституційні гарантії не підтримують свободу медіа в регіоні, але багато чого в цьому напрямі залежить саме від сторін, які задіяні [384, с. 112]. Дослідниця Е. Бароу відмічала, що свобода друку є «однією з найбільш видимих свобод після падіння Берлінського муру» [197, с. 109], однак вона називала цю свободу «поверховою» [197, с. 109]. На думку М. Кунчіка, без свободи друку не буде демократії в нових демократіях регіону Центрально-Східної Європи [314, с. 88].

Основи «свободи преси» треба шукати в концепції «свободи думки». «Свобода преси» є похідною від «свободи публікації». «Свобода преси» – це, перш за все, право необмеженого видання газет та публікацій, ведення вільної політики видавництва та розповсюдження [400, с. 62]. Еволюція концепту свободи друку була довгою, починаючи від поняття «публікуй і тебе осудять» у XIX столітті та до поняття «вільної і відповідальної преси» в середині XX століття. Функцію «відповідальності» медіа прийняли в сучасному світі, так як вони вбачаються «четвертою владою» в суспільстві сьогодення [320, с. 17]. В українській юридичній думці «свобода друку» розуміється як право людини і громадянина вільно створювати (засновувати) друковані ЗМІ, видавати й поширювати друковану продукцію. Більш того, «свобода друку» передбачає заборону цензури. Також зазначається, що з появою і поширенням у світі інших засобів масової інформації – радіо, телебачення та інших – у багатьох новітніх конституціях поняття «свобода друку» стало складовою більш

Українська асоціація політологів. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : Генеза, 2004. – 735 с. – ISBN 966-504-244-0.

108. Пользователи Интернет в Украине : характеристики, методология исследования, прогноз [Електронний ресурс] // Киевский центр политических исследований и конфликтологии. – Режим доступу : <http://www.analitik.org.ua/publications/3f65de934c3db/3f65e07165e40/>. – Заголовок з екрану.
109. Понеділко В. Кінь і сідло для суспільного телерадіомовлення України. Коли ж їх матимемо / В. Понеділко // Віче. – 2005. – № 2. – С. 68–71.
110. Попова В. В. Удосконалення податкової політики України в умовах євроінтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Попова Вікторія Вікторівна ; Національна академія держ. управління при Президенті України. – К., 2009. – 20 с.
111. Потятиник Б. В. Медіа : ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с. – ISBN 966-7651-18-5.
112. Почепцов Г. Информационное общество, информационное пространство, информационная политика и существуют ли они в Украине / Григорий Почепцов // День. – 2001. – 13 апр. – С. 6–7.
113. Права людини в Україні – 2004. Доповідь правозахисних організацій / Українська Гельсінська спілка з прав людини / за ред. Є. Захарова [та ін.]. Худож.-оформлювач Б. Захаров. – Харків : Фоліо, 2005. – 312 с.
114. Права людини в Україні – 2005. Доповідь правозахисних організацій / Українська Гельсінська спілка з прав людини / за ред. Є. Захарова [та ін.]. Худож.-оформлювач Б. Захаров. – Харків : Права людини, 2006. – 350 с.
115. Права людини в Україні – 2006. Доповідь правозахисних організацій [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини, Харківська правозахисна група. – Режим доступу : www.helsinki.org.ua. – Назва з екрану.
116. Права людини в Україні – 2007. Доповідь правозахисних організацій [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Режим доступу : <http://helsinki.org.ua/index.php?id=1217066295>. – Назва з екрану.
117. Права людини в Україні – 2008. Доповідь правозахисних організацій [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Режим доступу : <http://helsinki.org.ua/index.php?id=1245859554>. – Назва з екрану.

- журнал. – Т. 110. Вип. 97. Політологія. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2009. – С. 123–128.
97. Палагнюк Ю. В. Націоналістичні тенденції у регулюванні медіаринку України / Ю. В. Палагнюк // Тези міжн. наук-практ. конф. [Ольвійський форум – 2009 : стратегії України в геополітичному просторі]. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2009.
 98. Палагнюк Ю. Діяльність Національної експертної комісії з питань захисту суспільної моралі в Україні / Ю. Палагнюк // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – Київ-Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. П. Могили, 2010. – Вип. 19. – С. 52–59.
 99. Палагнюк Ю. Економічні реформи в Україні під час президентства Л.М. Кравчука (1991-1994) / Ю. Палагнюк // Наукові праці : Науково-методичний журнал. Т. 122. Вип. 109. Політичні науки. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. П. Могили, 2010. – С. 54–59.
 100. Палагнюк Ю. В. Теорії ролі мас-медіа в демократичній політичній системі та «нові медіа» / Ю. Палагнюк // Тези міжн. наук-практ. конф. [Ольвійський форум – 2009 : стратегії України в геополітичному просторі]. – Том 2. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – С. 9–11.
 101. Парславський І. І. Державотворчі функції сучасної української преси : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Паславський Ігор Іванович ; Львівський держ. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 1996. – 23 с.
 102. Перспективы лицензирования телерадиовещания в России : правовой аспект / [авт. текста Д. Леонарди]. – М. : Институт проблем информационного права, 2004. – 480 с.
 103. Перспективи створення суспільного мовлення в Україні : збірка / Українське демократичне коло. – Київ : Геопринт, 2005. – 84 с. – ISBN 966-7863-46-8.
 104. Петренко В. Суспільне телебачення України: проблеми і перспективи / В. Петренко // Трибуна. – 2000. – № 11–12. – С. 30–33.
 105. Петренко В. Комплекс підпорядкованості, або Становлення ЗМІ у незалежній Україні / В. Петренко // Віче. – 2001. – № 10. – С. 19–32.
 106. Политическая энциклопедия : в 2 т. / пред. науч.-ред. совета Г. Ю. Семигин ; Нац. общественно-научный фонд. – М. : Мысль, 2000. – ISBN 5-244-00932-X. Т. 2 : Н-Я. – [Б. м.] : [б.и.], 2000. – 704 с. – ISBN 5-244-00934-6.
 107. Політологічний енциклопедичний словник / В. Б. Авер'янов [та ін.] ; упоряд. В. П. Горбатенко ; відп. ред. Ю. С. Шемшученко [та ін.] ; НАН України, Інститут держави і права ім. В. М. Корецького,

загальних понять, таких як: «свобода масової інформації» та «свобода інформації» [180, с. 469].

Так, фундаментальним із різних свобод щодо друку і медіа є «свобода слова» як основне право людини. «Свобода слова» – це свобода інформації та вираження своїх поглядів. Суспільне значення свободи слова виражається в реалізації «свободи друку». Суб'єктом свободи слова є кожна людина, інституції, що пов'язані з медіа [400, с. 61]. Надаючи визначення поняттю «свободи слова», Р. Бартошче зауважує, що свобода слова не означає право відправника та надавача інформації до презентації своїх поглядів, але, перш за все, це право отримувача інформації на отримання інформації [198, с. 39]. З точки зору права, «свобода думки і слова» означає право людини вільно формувати і виражати свої погляди і переконання і вважається складовою більш загального права – права на інформацію [180, с. 469].

Близьким до поняття «свободи медіа» є концепт «свободи інформації». Щодо цього поняття дослідник Д. Манкекар критикував відношення країн Заходу до його запровадження в країнах, які розвиваються. Як він говорить, свобода інформації на практиці означала свободу для західних медіа збирати, відбирати та розповсюджувати новини зі світу без перешкод. Учений підсумовував, що свобода інформації для того, щоб вона була справжньою свободою, повинна бути справедливою, взаємною двосторонньою комунікацією [320, с. 35]. Так, «свобода інформації» – це «право людини і громадянина вільно збирати, зберігати, використовувати й поширювати інформацію» [202, с. 471]. З юридичної точки зору «свобода інформації» містить групу прав і свобод, у тому числі «свободу слова», «свободу друку» та свободу інших засобів масової інформації [180, с. 471].

Як показував Я. ван Куїленбург, медіа та комунікації можна розглядати як «технології свободи» в демократичних суспільствах. Через це, на його думку, «свобода комунікації» вважається головною метою політики щодо медіа в демократичній державі та часто ідентифікується як право висилати і отримувати або не отримувати послання без перешкод або обмежень з боку будь-якої третьої сторони. На думку цього дослідника, «свобода комунікації» є більш загальним правом ніж «свобода висловлювань» та включає більше в себе, ніж поняття «свободи друку», тому що «свобода комунікації» є правом, яке існує незалежно від того, яка технологія комунікації для цього використовується [221, с. 79]. Т. Гіббонс стверджував, що деяке регулювання медіа-системи може бути добре виправданим для того, щоб гарантувати «свободу комунікації» [257, с. 23].

Крім того, звернімо увагу на таке важливе поняття, як «цензура», яке є взаємопов'язаним із розумінням свободи медіа. Так, практика цензури звичайно не повинна бути присутньою в демократичній моделі функціонування ЗМІ. Але ж цензура існувала під час соціалістичних часів у досліджуваних країнах, про що говорять багато вчених, у тому числі Ф. Елліс [238], Б. МакНеір [324]. Натомість, свобода висловлювання та доступ до інформації про політичний, економічний і соціальний розвиток є важливим для процесу підзвітності влади, одним із основ демократії. Цензура, формальна або неформальна, є неприйнятною для демократії та верховенства права [354]. Але все ж таки, різноманіття форм цензури залишалися насправді тривалий час [190, с. 8], у тому числі й у країнах Центрально-Східної Європи.

Учені дотримуються різних точок зору щодо існування цензури в сучасних демократичних суспільствах. Відомий дослідник Дж. Кеане, розробивши класифікацію цензури, виділив два види цензури: по-перше, «цензура до» («prior restraint»), що означає всі формальні та неформальні процедури, які забороняють публікацію (усну, візуальну чи друковану) органами влади; по-друге, «цензура після» («post-publication censorship»), яка може включати правові акції проти матеріалу, який вже є доступним у суспільстві. Цей дослідник вважає, що остання форма цензури полягає в забороні, знищенні, конфіскації книг, візуального матеріалу, або технічних засобів вироблення цієї продукції. Цензура після публікації може також здійснюватися у вигляді закриття газет, друкарень, радіо та телевізійних станцій [302, с. 96].

Щодо існування самоцензури, то М. Косман звертає увагу на її небезпеку для демократичного суспільства сьогодення [311]. Дослідниця Б. Тріонфі наголошує, що самоцензура не повинна розумітися як саморегулювання, адже вона передбачає створення етичного коду, який приймає до уваги різні характеристики та потреби кожної країни, а також коли журналісти погоджуються користуватися кодом у своїй діяльності для того, щоб досягти вищі стандарти журналістики [409]. А. Родрігез зазначає, що поняття самоцензури означає не примушення, а відповідальність; це внутрішній механізм контролю. Вона пояснює цей феномен так, що журналісти, як і працівники інших галузей, бажають зберігати своє робоче місце та робити кар'єру [374, с. 135].

Усі вищеперелічені та проаналізовані концепти, пов'язані зі свободою медіа, можна віднести до політичних свобод у демократичному суспільстві, які визначаються С. Рябовим як «можливість громади захищати і відстоювати свої інтереси та права у визначеному законом порядку» [151, с. 213]. У словнику-довіднику з політології політичні свободи також розуміються як права особи, які дозволяють їй активно

Політичні науки. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2007. – С. 196–201.

88. Палагнюк Ю. Порівняльний аналіз системи громадських медіа в Україні та Республіці Польща / Ю. Палагнюк // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2008. – Вип. 13. – С. 271–283.
89. Палагнюк Ю. В. Свобода засобів масової інформації в Республіці Польща та Україні у результаті медіа реформ / Ю. В. Палагнюк // Наукові праці : науково-методичний журнал. Т. 79. Вип. 66. Політичні науки. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2008. – С. 73–78.
90. Палагнюк Ю. В. Особливості політичних впливів на медіа в Україні та Республіці Польща / Ю. В. Палагнюк // Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». – 2008. – № 2 (58). – С. 174–178.
91. Палагнюк Ю. В. Заснування та етапи становлення Європейського Співтовариства / Ю. В. Палагнюк // Світова та європейська інтеграція : [навч. посібник]. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2008. – С. 94–120. – ISBN 978-966-336-111-6.
92. Палагнюк Ю. В. Медіа реформи у сучасній Україні та Республіці Польща: політико-правовий аспект / Ю. В. Палагнюк // Історичний архів. Наукові студії : збірник наукових праць. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2008. – Вип. 2. – С. 57–62.
93. Палагнюк Ю. В. Державне регулювання ринку засобів масової інформації : європейський досвід для України / Ю. В. Палагнюк // Тези міжн. наук-практ. конф. [Ольвійський форум – 2008 : стратегії України в геополітичному просторі]. – Том 1. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2008. – С. 95–97.
94. Палагнюк Ю. Теоретичні основи медіа концентрації / Ю. Палагнюк // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – Київ ; Миколаїв, 2009. – Вип. 15. – С. 174–180.
95. Палагнюк Ю. Націоналістичні тенденції у регулюванні медіа-ринку України у загальноєвропейському контексті / Ю. Палагнюк // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – Київ-Миколаїв : Вид-во «Український центр політичного менеджменту», 2009. – Вип. 16. – С. 394–400.
96. Палагнюк Ю. В. Регулювання реклами та спонсорства в аудіовізуальних медіа в Європейському Союзі : приклад для України / Ю. В. Палагнюк // Наукові праці : науково-методичний

- ступеня к. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Несвіт Галина Петрівна ; Одес. нац. юр. акад. – Одеса, 2001. – 16 с.
80. Норвегия в фактах и цифрах – 2010. – Осло : Министерство иностранных дел Норвегии, март 2010. – 64 с. – ISBN 978-82-7177909-2 E-872 RU.
 81. Олексієнко Н. Проблеми впливу засобів масової інформації на пострадянські суспільства / Н. Олексієнко // Нова політика. – 1999. – № 6. – С. 14–18.
 82. Олексієнко Н. Д. Формування зовнішньополітичних орієнтацій суспільств перехідного періоду засобами масової комунікації (на прикладі України, Росії та Польщі) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.04 «Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку» / Олексієнко Наталія Дмитрівна ; Київ. націон. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2001. – 17 с.
 83. Павленко Р. Чи дійсно є незворотними «помаранчеві» зміни в українських мас-медіа? / Р. Павленко, І. Клименко // Магістеріум. Вип. 22. Журналістика / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія» ; редкол. В. С. Брюховецький (гол. ред.) [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – С. 81–94.
 84. Палагнюк Ю. Особливості приватизації засобів масової інформації у постсоціалістичних країнах Європи (на прикладі денационалізації в Республіці Польща) / Ю. Палагнюк // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Випуск 7. – Київ ; Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2005. – Вип. 7. – С. 399–413.
 85. Палагнюк Ю. В. Реформи у сфері засобів масової інформації у постсоціалістичних країнах Центральної та Східної Європи у 1990-х рр. / Ю. В. Палагнюк // Наукові праці : науково-методичний журнал. Т. 44. Вип. 31. Політичні науки. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2005. – С. 119–124.
 86. Палагнюк Ю. В. Порівняльний аналіз правових аспектів реформ у сфері медіа в Україні та Республіці Польща / Ю. В. Палагнюк // Наукові праці : науково-методичний журнал. Т. 40. Вип. 27. Політичні науки. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – С. 130–134.
 87. Палагнюк Ю. В. Законодавча база щодо преси в Україні та Республіці Польща : порівняльний аналіз / Ю. В. Палагнюк // Наукові праці : науково-методичний журнал. Т. 65. Вип. 52.

брати участь у житті держави і суспільства, такі як: свобода слова, друку, отримання інформації та інших [5, с. 208], відповідно до цього джерела.

З вищенаведеного можна говорити про те, що загальна політико-правова традиція розглядає свободу медіа саме в соціальному вимірі, найчастіше, з точки зору обмеження або забезпечення свободи людини в суспільстві. Ці розробки втілювалися у концепцію правової держави з повагою до свободи кожної людини як до однієї з найголовніших цінностей. Із розвитком нових засобів масової комунікації, що відбувалися в загальному руслі технологічних інновацій ХХ століття, до розгляду свободи додався ще один вектор – свобода людини в інформаційному суспільстві, у тому числі свобода людини від мас-медіа, дослідження проблеми багатовекторного впливу медіа на людину, теоретизація поняття свободи медіа для виконання їх суспільної функції в демократичному суспільстві.

У результаті аналізу деяких теоретичних аспектів поняття «свобода медіа» та співставлення інших близьких до неї понять, виявлено синонімічний ряд у значенні більшості понять та їх взаємозв'язок в історичному розвитку суспільства і суспільно-політичних дослідженнях. Свобода слова, що включає в себе поняття свободи медіа, є одним із основних прав людини в демократичному суспільстві, закріпленим у міжнародних та національних політико-правових документах. Більш того, забезпечення та дотримання свободи мас-медіа вважається однією з головних ознак демократичного суспільства, і без реалізації цієї ознаки будь-які положення щодо демократичного суспільства залишаються лише задекларованими.

Таким чином, на початку 1990-х рр. перед постсоціалістичними країнами Центрально-Східної Європи, у тому числі Україною, у процесі постсоціалістичних трансформацій постало питання про забезпечення «свободи медіа», що було можливе через демократизацію медіа-системи та запровадження нового медіа-регулювання. Це було потрібно для зміни системи засобів масової комунікації кожної країни від централізованих, підконтрольних медіа, що знаходяться під цензурою держави, до демократичних, незалежних і плюралістичних ЗМІ. Адже, однією з основ демократичної політичної системи є вільні медіа, які позбавлені будь-яких ідеологічних або політичних обмежень. Саме тому нового медіа-регулювання стало таким же важливим кроком для побудови демократичних суспільств у постсоціалістичних країнах Європи, як і реформування економічної, політичної та інших сфер суспільного життя.

У вітчизняній науці використовуються як термін «постсоціалістичний», так і «посткомуністичний» для визначення періоду суспільних трансформацій після проголошення незалежності України, а також деколи «пострадянські» суспільства. У той же час серед дослідників Західної Європи та Північної Америки переважає використання терміна «посткомуністичні країни» [298; 365; 391]. Автор використовує поняття «постсоціалістичні країни» для визначення держав Центрально-Східної Європи, які почали процес демократизації в кінці 1980-х – початку 1990-х рр.

Звернімося до розгляду терміна «регулювання», який у цій роботі використовується щодо ринку мас-медіа. Звичайно, поняття регулювання широко розповсюджене в економічній науці, наприклад, регулювати, відповідно до економічного тлумачного словника, означає «впорядковувати, підпорядковувати певному правилу, послідовності; встановлювати правильну, необхідну для діяльності взаємодію підрозділів підприємства; робити що-небудь для одержання потрібних показників і результатів тощо» [30, с. 527]. А регулювання економіки у сучасному економічному словнику тлумачиться як «вплив на економіку з боку органів управління з метою підтримки тих процесів, які протікають у ній на певному рівні, чи упередження появи несприятливих явищ» [147, с. 288]. Однак, у словнику з державного управління В. Малиновського державне регулювання визначається як «економічний метод державного управління, який є системою типових заходів законодавчого, виконавчого і контрольного характеру, що здійснюється відповідними державними органами та громадськими організаціями з метою стабілізації та пристосування існуючої соціально-економічної системи до постійно змінюваних умов» [154, с. 46]. Звідси, управління можна визначити як економічний метод управління політичних процесів у державі, який широко використовується щодо регулювання медіа-ринку.

Зазначимо, що в даному дослідженні результативність трансформацій на медіа-ринку в постсоціалістичних країнах Європи загалом та України зокрема оцінюється з точки зору досягнення свободи мас-медіа відповідно до політико-правових і політико-економічних аспектів, адже у дослідженні автор керується гіпотезою вченого К. Норденстренг про те, що саме політичні й економічні фактори є визначальними для медіа трансформацій. Розглядаючи взаємодію між політичними та економічними елітами на ринку медіа, К. Норденстренг зауважує, що «політичні та економічні «сильні» фактори є головними силами в історії, на противагу культурним та іншим «слабким» факторам. Власність на ЗМІ, медіа політика та діяльність мас-медіа визначаються

державного управління» / Малиновська Олена Анатоліївна ; Національна академія держ. управління при Президентові України. – К., 2005. – 32 с.

70. Машенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу / І. Г. Машенко. – К. : Україна, 2005. – 384 с. – ISBN 966-524-212-1.
71. Мейжис І. А. Європейська інтеграція України : можливості, проблеми, рішення / І. А. Мейжис // Наукові праці : Науково-методичний журнал. Т. 69. Вип. 56. Політичні науки. Правознавство. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2007. – С. 82–90.
72. Мельник М. ЗМІ і влада в Україні : як подолати корупцію / М. Мельник, В. Постульга // Національна безпека та оборона. – 2001. – № 1. – С. 84–88.
73. Михальченко М. Трансформаційний або модернізаційний шлях розвитку України : ризики і політико-правове забезпечення / М. Михальченко, П. Сліпець // Сучасна українська політика. Політика і політологи про неї. – Київ ; Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2007. – Вип. 11. – С. 73–81.
74. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права // Інформаційне законодавство : збірник законодавчих актів у 6 томах / Т. 5. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа]. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. – С. 9–10. – ISBN 966-8602-10-2.
75. Міка І. Особливості спонсорської діяльності на радіо та телебаченні Польщі / І. Міка // Інтелектуальна власність. – 2005. – № 2. – С. 40–46.
76. Мочерний С. В. Основи економічних знань / С. В. Мочерний. – К. : Феміна, 1995. – 297 с. – ISBN 5-7707-7462-2.
77. На сайті Петиції почалося збирання підписів проти Комісії з моралі [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Режим доступу : <http://helsinki.org.ua/index.php?id=1236079334> – Назва з екрану.
78. Ненов І. Г. Засоби масової інформації України в умовах політичного трансформування суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути і процеси» / Ненов Іван Георгійович ; Одес. держ. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса, 1997. – 25 с.
79. Несвіт Г. П. Інформаційна політика держави як фактор реформування суспільства : автореф. дис. на здобуття наук.

- інститути та процеси» / Костирев Андрій Геннадійович ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 17 с.
62. Крюков О. І. Соціальна забезпеченість населення як чиник побудови соціальної держави : Україна та європейський досвід [Електронний ресурс] / О. І. Крюков // Державне будівництво [Електронний журнал]. – 2009. – № 2. – Режим доступу до журн. : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2009-2/doc/4/09.pdf>. – Назва з екрану.
 63. Куліш І. М. Державне управління регіональним розвитком України в контексті європейської інтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Куліш Інна Михайлівна ; Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентіві України. – Л., 2009. – 24 с.
 64. Кучма Л. Україні потрібна незаангажована, незалежна преса / Л. Кучма // Демократична Україна. – 2000. – 8 черв. – С. 1.
 65. Лавренчук А. О. Становлення та розвиток регіональних механізмів інтеграції України до Європейського Союзу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Лавренчук Андрій Олександрович ; Національна академія держ. управління при Президентіві України. – К., 2004. – 20 с.
 66. Лагутов Ю. Е. Політико-управлінські засади взаємодії України з українською діаспорою в державах Європейського Союзу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Лагутов Юрій Ернестович ; Національна академія держ. управління при Президентіві України. – К., 2008. – 20 с.
 67. Лиховід Н. А. Досвід країн-членів Євросоюзу щодо громадського мовлення [Електронний ресурс] / Н. А. Лиховід // Державне будівництво [Електронний журнал]. – 2009. – № 1. – Режим доступу до журн. : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/08.pdf>. – Назва з екрану.
 68. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика / Є. А. Макаренко ; наук. ред. Л. В. Губерський, Г. Г. Почепцов. – К. : НВЦ «Наша культура і наука», 2000. – 368 с. – ISBN 966-95575-7-7.
 69. Малиновська О. А. Управління зовнішніми міграціями в контексті європейської інтеграції України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми

за допомогою політичних та економічних умов» [348, с. 219]. Деякі дослідники, наприклад, Дж. Довнінг [232; 233], Е. Вартанова [420–422], Я. Засурський [427; 428] та інші визначають важливість культурних та історичних факторів для здійснення демократизації системи ЗМІ і встановлення свободи медіа.

Співвідношення між демократизацією систем засобів масової комунікації в країнах постсоціалістичних трансформацій Європи можна оцінити як достатньо комплексне. Процес демократизації медіа-систем у регіоні вказує на потребу як політичних, так і економічних змін, з якими тісно пов'язані правові перетворення. Залишаючи аналіз інших можливих факторів успішної демократизації системи ЗМІ, наприклад, ідеологічних поза межами даного дослідження, автор зосередилася на вивченні політико-правових та політико-економічних аспектів демократизації системи ЗМІ як основних факторів державної політики щодо ЗМІ в Україні.

Так, К. Сауер говорить про те, що багато проблем політичних впливів на медіа пов'язані з підозрою, недовірою та внутрішніми розладами між владою та ЗМІ [380, с. 40]. Її колега М. Кунчік висловлює думку про те, що в демократичному суспільстві журналісти не просто контролюють політиків, вони стали їх конкурентами за політичну владу [314, с. 85]. Учений вважає, що медіа повинні бути повністю незалежними від урядів через те, що мас-медіа відіграють важливу роль у політичному житті суспільства, встановлюючи контроль громадян над політиками, які в інших випадках проявляють тенденцію до корупції. Ця думка дослідника відповідає функції медіа як «наглядача» в суспільстві [314, с. 88]. Так, наприклад, в американських військових академіях дослідження мас-медіа під час війни у В'єтнамі показало, що «ця війна була програна в газетах США раніше, ніж на полі бою» [345, с. 87].

Інша точка зору представлена визначним британським дослідником Т. Гіббонсом, який говорить про те, що політична реальність є такою, що всі журналісти не можуть мати імунітет проти влади уряду [258, с. 38]. Л. Соммерлад висловлює незвичну точку зору про те, що міра, до якої уряди повинні вдаватися, щоб зберігати інтегровану та гармонійну систему, є сама по собі головним питанням політики [388, с. 11]. Для Дж. Блумлера та М. Гуревітча медіа-системи можуть бути загалом характеризовані як такі, що більш-менш залежні від політичного контролю, а, отже, саме визначення рівня політичного контролю над мас-медіа є проблематичним [279].

Щодо ролі ЗМІ в демократичному суспільстві та принципу підзвітності державного управління, В. Фріц у своїй роботі говорила про те, що підзвітність державних інститутів у демократичній державі є другим важливим принципом для забезпечення якості держави. На її думку, в неконсолідованих та (або) в гібридних режимах, до яких іноземна дослідниця відносить і незалежну Україну, може бути певна підзвітність влади, але вона буде компромісна або неефективна, або обмежена до певних груп, чий інтерес так би мовити «управляють державою» так, що їх якість є компромісним варіантом для суспільства загалом [255, с. 33].

Б. Даттон, голова Оксфордського Інтернет Інституту, у своїй статті висловлював думку про те, що Інтернет дозволяє індивідуумам спілкуватися між собою та створювати групи інтересів та мережі так, що це створює нові джерела підзвітності влади у суспільстві. На його думку, цей феномен, що виникає, може реорганізувати та підсилити демократичну участь у суспільстві. Б. Даттон зауважує, що президентська передвиборча кампанія Б. Обами в США 2008 р. була визначальною у багатьох аспектах. Один з них символізував появу потенційно впливової нової сили, що створив Інтернет, і створює політичну та соціальну динаміку. Дослідження Б. Даттона в Оксфордському Інтернет Інституті показує, що цей феномен ілюструє появу нової «п'ятої влади» в державі, яка стає так само важливою як і «четверта влада» преси та мас-медіа більш ранньої ери [237, с. 12].

Відповідно до дослідження Б. Даттона, Б. Обама у своїй передвиборчій кампанії використав Інтернет для того, щоб залучати більше і швидше пожертв на ведення своєї передвиборчої кампанії ніж будь-які інші кандидати це робили раніше. Як зазначив «the Observer» 9 листопада 2008 р., Б. Обамі допоміг перемогти масовий рух в еру технологій. Інтернет – це та сила, якою ніякий американський політик не керував раніше – це ціла он-лайн-армія наслідувачів. В електронних листах, які були розіслані штабом Б. Обами перед тим, як він проголосив свою промову переможця, майбутній президент закликав їх до готовності: «Ми маємо багато зробити, щоб відновити нашу країну, і я скоро знову звернуся до Вас щодо наших наступних кроків» [237, с. 12]. Команда Б. Обами створила Інтернет-сайт, що діяв як центр для керівництва більш децентралізованими групами активістів. Вони використовували його для багатьох видів діяльності, наприклад, для того, щоб телефонувати виборцям та формувати групи, що пов'язані спільними факторами такими, як: географічна близькість та спільні культурні інтереси. Якщо говорити більш узагальнено, Інтернет відіграв визначальну роль у створенні публічних дискусій, що призвело до

Московського університета. Серія 10, Журналистика. – 1990. – № 6. – С. 12–19.

51. Кіш Є. Проблеми транскордонного співробітництва України і Євросоюзу / Є. Кіш // Політичний менеджмент. – 2006. – № 5. – С. 131–145.
52. Кобзар Ю. Електронні ЗМІ : криза якісного зростання. Тенденції розвитку українського медіа ринку та проблеми вдосконалення правової бази / Ю. Кобзар // Віче. – 2002. – № 8. – С. 27–33.
53. Койнаш Г. Міністерство позитивного змісту. Чи мають ЗМІ бути білими і пухнастими? [Електронний ресурс] / Г. Койнаш // Українська Гельсінська Спілка з прав людини. 15.10.2008. – Режим доступу : <http://helsinki.org.ua/index.php?id=1224061476>. – Назва з екрану.
54. Коляденко В. А. Інфокомунікаційні технології як чинник політичної модернізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. політ. н. : спец. 23.00.01 «Теорія та історія політичної науки» / Коляденко Володимир Адольфович ; Одес. нац. юр. акад. – Одеса, 2002. – 16 с.
55. Конвенція про захист прав і основних свобод людини // Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / Т. 5. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижка]. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. – С. 7–9. – ISBN 966-8602-10-2.
56. Конституція України : Закон України «Про внесення змін до Конституції України». – К. : Велес, 2005. – 48 с.
57. Українські мас-медіа та свобода інформації / [Костенко Н., Кривенко О., Слісаренко та ін.] // Політична думка. – 1994. – №4. – С. 48–57.
58. Карпенко В. О. Виклики XXI віку : Політичні хроніки пером публіциста / В. П. Карпенко. – К. : Просвіта, 2006. – 712 с. – ISBN 966-8547-57-8.
59. Костишева С. О. Друковані засоби масової комунікації України, 1986-2000 : історія становлення, тенденції розвитку / С. О. Костишева. – К. : Інститут історії України НАН України, 2001. – 304 с. – ISBN 966-02-2260-2.
60. Костирев А. Вплив ЗМІ на демократизацію політичного життя України / А. Костирев // Нова політика. – 2001. – № 6. – С. 26–30.
61. Костирев А. Г. Роль засобів масової інформації в процесі демократичного розвитку суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні

41. Іванов В. Ф. Законодавство про засоби масової інформації : український та зарубіжний досвід / В. Ф. Іванов [за ред. А. З. Москаленка]. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 188 с. – ISBN 966-594-081-3.
42. Ільченко Н. М. Регулювання діяльності засобів масової інформації : міжнародні принципи та європейський досвід [Електронний ресурс] / Н. М. Ільченко, Л. О. Безугла // Державне будівництво [Електронний журнал]. – 2010. – № 1. – Режим доступу до журн.: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2010-1/doc/5/01.pdf>. – Назва з екрану.
43. Ільченко-Сюйва Л. В. Державний механізм монетарної політики України в контексті Європейської інтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Ільченко-Сюйва Леся Василівна ; Національна академія державного управління при Президентові України. – К., 2005. – 20 с.
44. Ілюк Т. М. Урядові інформаційні компанії з європейської інтеграції в Польщі : теоретико-методологічний підхід : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Ілюк Тетяна Михайлівна ; Національна академія держ. управління при Президентові України. – К., 2009. – 20 с.
45. Інформаційна політика України : європейський контекст : монографія / Л. В. Губерський, Є. Є. Камінський, Є. А. Макаренко. – К. : Либідь, 2007. – 358 с. – ISBN 978-966-06-0462-9.
46. Інформаційне законодавство : Збірник законодавчих актів у 6 томах / [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижо]. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – 384 с. – ISBN 966-8602-10-2.
47. Інформаційні війни : моніторинг теленовин та медіатехнологій під час президентської кампанії-2004 в Україні / під заг. ред. Н. Лигачової. – К. : Вістка, 2005. – 200 с. – ISBN 966-8875-11-7.
48. Інформаційний простір України : словник-довідник законодавчих термінів : довідково-навчальне видання / авт.-укл. Я. О. Чепуренко ; Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. – К. : Освіта України, 2008. – 544 с. – ISBN 978-966-188-002-2.
49. Карпенко В. О. Суспільство і засоби масової інформації : проблеми правового регулювання взаємин / В. О. Карпенко. – К. : Центр вільної преси, 2001. – 22 с. – ISBN 966-7139-51-4.
50. Качкаева А. Г. Общественное телевидение как фактор демократизации и гуманизации общества / А. Г. Качкаева // Вестник

президентських виборів через багаточисельних користувачів Інтернету, які викладали в Інтернеті та блогах свої думки, плітки, відео кліпи та інші матеріали. Отже, Б. Обама «перевів політику в он-лайн режим» [237, с. 12]: він широко використовує Інтернет для того, щоб залучитися підтримкою та розповсюджувати інформацію під час своєї президентської передвиборчої кампанії.

І. де Сола Пул, який був піонером у дослідженнях Інтернету та іншої цифрової інформації та комунікаційних технологій, вбачав у мережах, створених в Інтернеті, спадкові демократичні «технології свободи». Він передбачив цифрові мережі, які використовуються для відновлення доступу до інформації та людей так, що це надасть владу людям. Інші ж учені схилиються до думки про те, що нові медіа пристосовуються, розроблюються та використовуються для того, щоб підсилити існуючу владу та державні структури. Існуючій політиці може бути кинутий виклик за допомогою стратегічного використання Інтернету та пов'язаних з ним технологій індивідуумами, які об'єднуються у мережі. Ці мережі надають можливості зв'язку не лише в напрямку «від одного до багатьох» традиційних мас-медіа, але й «одного-до-одного» (електронна пошта та постійні повідомлення), «багатьох-до-одного» (люди, які створюють а Wiki entry) та «багатьох-до-багатьох» (он-лайн групи дискусій та чати) [237, с. 13–14]. Інтернет та створення мереж в Інтернеті також підтримує стратегічну організаційну зміну до електронного урядування, електронної комерції, електронного навчання та інших видів діяльності.

Тому, на думку Б. Даттона, на відміну від «четвертої влади» преси та мас-медіа, «п'ята влада», що зараз створюється за допомогою Інтернету, може досягати лідерів думок та політичних активістів часу Інтернет. Це надає нові можливості і засоби для того, щоб тримати підзвітними політиків та основні політичні інститути, включаючи пресу, через он-лайн спілкування між постійно змінними мережами індивідів, які постійно формуються та реформуються залежно від питання [237, с. 12]. Поняття «п'ятої влади» Б. Даттона засновується на ідеї феодалних суспільств про «королівський стан», що спочатку мало відношення до духовенства та дворянства. У США влада була пов'язана з розподілом влади на законодавчу, виконавчу та судову гілки влади. У XVIII столітті Е. Барке ідентифікував пресу як «четверту владу», говорячи про те, що були три влади, але з'явилася четверта влада, більш важлива за них усіх. З того часу інші засоби масової інформації: радіо, телебачення та інші додалися до преси як четверта влада, що є зараз впливовою незалежною силою в плюралістичних демократіях [237, с. 13].

Сучасне ж використання Інтернету та іншої цифрової інформації та комунікаційних технологій засновує «п'яту владу». Вона має схожі характеристики до «четвертої влади», але й має свої відмінності, що і виокремлюють її як нову «п'яту владу». Інтернет дозволяє індивідам мати доступ до альтернативних джерел інформації, людей та інших ресурсів таким чином, що вони можуть бути джерелом інновацій знизу-до-верху [237 с. 13]. На переконання Б. Даттона, саме індивіди, що знаходяться у мережах в Інтернет, стають «п'ятою владою» – новим актором у вирішенні проблем, відносно незалежними від існуючих інститутів, таких як преса. Однак, існування «п'ятої влади» не залежить від можливості до доступу до Інтернет у межах світу, а від досягання критичної маси користувачів Інтернет, що дозволяє індивідам, які знаходяться в мережі, стати визначальною силою. Саме тому, як уважає дослідник, роль «п'ятої влади» є видимою в багатьох країнах, що швидко розвиваються, наприклад, у Китаї або Індонезії, з лише невеликою пропорцією, але дуже значною кількістю користувачів Інтернет [237, с. 15].

Індивіди у мережах «п'ятої влади» збільшують підзвітність інших влад, наприклад, коли вони ставлять під сумнів політику уряду так, як відбулося у 2007 р. у Великобританії, коли більше мільйона людей виступили з протестами проти політики уряду щодо цін на проїзд на дорогах. Або журналістські джерела – так як це було коли Wikipedia побила у рейтингах та популярності основні мас-медіа, коли надавала більш детальну інформацію від свідків подій про терористичні атаки у м. Мумбай (Індія) у листопаді 2008 р. Однак, як зауважує Б. Даттон, сама «п'ята влада» має багато загроз, більшість з яких полягає в тому, що вона відкриває шлях до кримінальних та деструктивних новин та змісту [237, с. 15].

Такі та інші ризики, пов'язані з використанням Інтернету та інших відкритих технологій, відкрили шлях до звернень від громадян, урядів, бізнесу та інших для встановлення більше он-лайн контролю, такого як, наприклад, Інтернет-фільтри, для того, щоб управляти тим, що піонери Інтернету називали відкритою мережею, що дозволяє вільну передачу інформації. На переконання Б. Даттона, потрібно дуже уважно поставитись до питання обмеження інформації в Інтернеті з такою благородною метою як, наприклад, неможливості доступу дітей до аморальної інформації для того, щоб це не призвело до неприйнятних форм державного регулювання Інтернету. В екстремальних формах деякі уряди вже розробили різні технології контролю для обмеження доступу до Інтернет такі як, наприклад, національні фільтри, а також для обмеження та придушення опозиційних думок. Однак, це може

- Послання Президента до Верховної Ради України // Стратегія економічного розвитку України. – 2002. – № 2(9). – С. 3–34.
32. Жаховський В. О. Державне управління системою формування кадрового потенціалу медичної служби Збройних Сил у контексті європейської та євроатлантичної інтеграції України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Жаховський Віктор Олександрович ; Національна академія держ. управління при Президентові України. – К., 2005. – 20 с.
 33. Журавльова Ю. О. Механізми державного управління реформуванням вищої освіти України в умовах євроінтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Журавльова Юлія Олегівна ; Одеський регіональний ін-т держ. управління ; Національна академія держ. управління при Президентові України. – Одеса, 2009. – 20 с.
 34. Загальна декларація з прав людини // Інформаційне законодавство : збірник законодавчих актів у 6 томах / Т. 5. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері [за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижо]. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. – С. 5–7. – ISBN 966-8602-10-2.
 35. Звіт щодо України. Впровадження Європейської політики сусідства у 2008 році. Робочий документ Комісії. Додаток до Повідомлення Європейської Комісії Європейському Парламенту та Європейській Раді SEC (2009) 515 – Брюссель : Комісія Європейських Співтовариств, 2009. – 24 с.
 36. Зернецька О. Громадське телерадіомовлення в контексті глобалізації / О. Зернецька // Всесвіт. – 1997. – № 3, 4. – С. 143–145.
 37. Зернецька О. Роль «поставлених подій» у міжнародній комунікації / О. Зернецька // Людина і політика. – 2000. – № 2. – С. 34–37.
 38. Зернецька О. В. Глобальні трансформації систем масової комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д. політ. н. : спец. 23.00.04 «Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку» / Зернецька Ольга Василівна ; Ін-т світ. ек. – К., 2000. – 34 с.
 39. Зернецька О. Рада Європи та проблема громадського телерадіомовлення / О. Зернецька // Голос України. – 2005. – 11–17 листоп. (№ 44). – С. 4.
 40. Зовнішня політика України : здобутки і проблеми. – К. : Т-во «Знання» України, 2007. – 24 с. – ISBN 978-966-618-239-8.

21. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті : політологічний аналіз : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Дубас Олексій Павлович ; НАН України ; Ін-т політ. і етнонац. досліджень. – К., 2004. – 20 с.
22. Дубов Д. Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій / Д. Дубов // Політичний менеджмент. – 2007. – № 1. – С. 57–66.
23. Дубов Д. В. Політико-комунікативна безпека України у євроінтеграційному контексті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 21.01.01 «Основи національної безпеки держави» / Дубов Дмитро Володимирович ; Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки Ради нац. безпеки та оборони України. – К., 2007. – 20 с.
24. Дуцик Д. ЗМІ як комунікативний засіб між громадянським суспільством та державою / Д. Дуцик // Нова політика. – 2001. – № 2. – С. 11–14.
25. Дуцик Д. Р. Роль засобів масової інформації у забезпеченні політичних прав та свобод громадян у демократичному суспільстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Дуцик Діана Ростиславівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 19 с.
26. Дуцик Д. Політична журналістика / Д. Дуцик. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 137 с. – ISBN 966-518-322-2.
27. Дуцик Д. Українські медіа : від авторитарного до демократичного дискурсу / Д. Дуцик // Магістеріум. Вип. 22. Журналістика / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія» ; редкол. В. С. Брюховецький (гол. ред.) [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – С. 39–41.
28. Дяків Р. Ринок засобів масової інформації : проблеми становлення і розвитку / Р. Дяків // Друкарство. – 2000. – № 2. – С. 22–23.
29. Евсеєва Л. П. Средства массовой информации Польши 1976–2000 гг. (от «пропаганды успеха» к свободной журналистике Республики Польша) / Л. П. Евсеєва [1 часть. Печать]. – М. : Факультет журналистики МГУ, 2001. – 143 с.
30. Економічний тлумачний словник : власність, приватизація, ринок цінних паперів (українсько-англійсько-російський) / [Л. М. Алексєєнко, В. М. Олексєнко]. – Тернопіль : Астон, 2003. – 672 с.
31. Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 роки :

навіть підсилити «п'яту владу» як це відбулося на Бірмі, коли це призвело до підсилення активності «знизу-до-гори» [237, с. 15]. Отже, демократичний потенціал «п'ятої влади» ілюструє можливість, що можуть бути втраченими через неприпустимі форми Інтернет-урядування та регулювання. Однак, розуміння тієї ролі, яку може відігравати Інтернет у ліберальних демократичних суспільствах, має сприяти регуляторам у захисті права індивідів у мережах, наприклад, забезпечуючи свободу політичних висловлювань, можливість висловити анонімний протест, більше відкритого доступу до публічної інформації та конкуренції між провайдерми Інтернет послуг, особливо тих, що надають пошукові можливості.

Зважаючи на вищезазначене, можна говорити й про різний розвиток традиційних та нових медіа в країнах Центрально-Східної та Західної Європи через різний базис їх функціонування, а тому й різні можливості та причини розвитку, а також взаємовпливів з політикою.

Так, на думку західного дослідника П. Коултера, невпевненість у розвитку індустрії друкованих засобів масової інформації, особливо на Заході, була спричинена цифровою революцією, що трансформувала шлях, за допомогою якого люди зараз отримують новини та інформацію. Однак, перехід до он-лайн новин відбирає прибутки від традиційних мас-медіа, при цьому, не створюючи достатніх нових джерел прибутків. Газети втрачають своїх читачів на користь Інтернету, що надає більшість своїх новин безкоштовно. Отже, тому що багато газет скорочують робочі місця для журналістів, існує занепокоєність у тому, що Інтернет може перетворити бізнес якісної журналістики на неприбутковий [219, с. 7]. А. Сульцбергер, видавець «New York Times», під час своєї лекції «Reuters» перед журналістською спільнотою висловив свою віру в те, що якісний журналізм виживе, зберігаючи свою ідентичність. І дійсно «nytimes.com» (офіційний веб-сайт газети «New York Times») б'є всі рекорди щодо залучення читачів до електронної версії газети з останнім піком у 8,9 мільйонів відвідувачів зі США. Але й сама друкована версія газети також збільшувала свою щоденну циркуляцію газет – приблизно 1,1 мільйон друкованих копій, просуваючи цю найбільшу газету з рівня міста як національну газету поза межами міста Нью-Йорк [219, с. 7].

Зазначимо, що ситуація в сучасній Україні є протилежною, адже, головним чином, якісний журналізм існує саме в Інтернет-газетах. А криза ринку друкованих засобів масової інформації в Україні не була спричинена появою Інтернету, а економічною кризою початку 1990-х рр., про що вже зазначалося раніше в даному дослідженні.

Для вивчення питання про регулювання медіа-ринку та створення різних форм власності на мас-медіа в результаті демократизації медіа-системи, потрібно, перш за все, розглянути концепції плюралізму та різноманіття ЗМІ, що є важливими поняттями медіа-регулювання в демократичному суспільстві. Концепцію плюралізму інформації в ЗМІ часто пов'язують із різними власниками на медіа-ринку. Б. Клімкевич говорить про те, що у широкому розумінні плюралізм мас-медіа відноситься до існування різноманіття медіа в соціальному середовищі [305, с. 2]. Важливим концептом є також «різноманіття медіа», що є одним із індикаторів плюралізму мас-медіа і, відповідно, рівнем свободи ЗМІ, та який був розроблений у 1960-1970-х рр. Зауважимо, що, наприклад, учений В. Шульц не розрізняє поняття плюралізму та різноманіття медіа-ринку та зауважує, що останнє означає, що всі відповідні соціальні групи та політичні діячі повинні мати доступ до мас-медіа [382, с. 49].

Відомі медіа-дослідники М. Прайс та Б. Розумілович звертають увагу на те, що «більш плюралістичні, автономні та немонополізовані мас-медіа зазвичай існують у тих країнах, де суспільства стали більш зрілими у своїх демократичних тенденціях» [367, с. 260]. Р. Коллінз і К. Марроні також зауважують, що не плюралістичне медіа-середовище загрожує демократії [214, с. 66] та медіа-індустрії. У демократичному суспільстві не повинна домінувати єдина медіа-компанія, навіть якщо вона представляє диверсифіковану продукцію. Р. ван дер Вурфф також указує на необхідність доступу до різних фактів, інформації тощо [426, с. 76]. Більш того, протекція медіа-плюралізму та різноманіття інформації на ринку ЗМІ загалом сприймається як законна мета політики щодо медіа [305, с. 5] у країнах Європи.

Провідний дослідник медіа-регулювання Т. Гіббонс розмежовує поняття «внутрішнього плюралізму», що є розмаїттям програмного контексту в межах єдиного джерела, та «зовнішнього плюралізму», який полягає в диверсифікації медіа-джерел на ринку ЗМІ [258, с. 31]. Е. Монкс також упевнений у тому, що мас-медіа повинні мати зобов'язання відповідно до закону показувати протилежні погляди в демократичному суспільстві [339, с. 54]. Однак, на думку Т. Гіббонса, різні джерела не можуть гарантувати вироблення різноманіття контексту інформації [258, с. 157]. Незважаючи на це, медіа-ринки надаватимуть різноманіття контексту інформації та забезпечуватимуть плюралізм джерел [214, с. 58], як принаймні очікується.

Під час зміни централізованої системи соціалістичних мас-медіа на плюралістичну і демократичну медіа-систему приватизація ЗМІ виступає критично важливим процесом: свобода та незалежність мас-

- канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Григор Олег Олександрович ; Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президенті України. – Львів, 2003. – 20 с.
13. Гриценко О. На інформаційній магістралі : Євростандарти і політика в галузі ЗМІ / О. Гриценко // Політика і час. – 2003. – № 6. – С. 72–75.
 14. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра політ. наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Гриценко Олена Миколаївна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2003. – 31 с.
 15. Грицяк І. А. Розвиток європейського управління в контексті впливу на державне управління в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук з держ. упр. : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Грицяк Ігор Андрійович ; Національна академія держ. управління при Президенті України. – К., 2006. – 36 с.
 16. Громадські ЗМІ : український варіант [Електронний ресурс] // Центр медіареформ. – 18.09.2003. – Режим доступу до журн. : <http://www.mediareform.com.ua/article.php?articleID=31>. – Назва з екрану.
 17. Демченко С. Ціна слова, його свобода не означає свободу від моралі та відповідальності / С. Демченко // Журналіст України. – 2003. – № 1–2. – С. 17–20.
 18. Демченко С. В. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Демченко Сергій Володимирович ; Дніпропетровський нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2004. – 18 с.
 19. Дмитренко Г. В. Державне управління процесами адаптації податкової системи України до вимог Європейського Союзу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Дмитренко Геннадій Васильович ; Національна академія держ. управління при Президенті України. – К., 2004. – 20 с.
 20. Домбровський І. П. Взаємовідносини з пресою : правові та моральні аспекти / І. П. Домбровський // Журналіст України. – 2003. – № 6. – С. 15–18.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барановський Ф. Чинники та мотиви європейської інтеграції України / Ф. Барановський // Політичний менеджмент. – 2007. – № 6. – С. 115–125.
2. Бебик В. М. Засоби масової інформації посткомуністичної України / В. М. Бебик, О. І. Сидоренко. – К. : МАУП, 1996. – 124 с. – ISBN 5-86926-089-2.
3. Бенц А. Багаторівневе переплетення в Європейському Союзі / А. Бенц // Європейська інтеграція [уклад. М. Яхтенфукс, Б. Колер-Кох]. – К. : Вид. дім «КМА», 2007. – С. 208–231. – ISBN 966-518-399-0.
4. Бондаренко Ю. М. Державне управління соціальним захистом населення в умовах європейської інтеграції України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Бондаренко Юрій Миколайович ; Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя, 2008. – 20 с.
5. Введение в политологию : словарь-справочник / [сост. Г. Л. Купряшин, Т. П. Лебедева, Т. И. Марченко и др.] ; под ред. В. П. Пугачева. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 264 с. – ISBN 5756701141:20.40.
6. Вербило Є. Чи потрібно Україні четверта влада? / Є. Вербило // Віче. – 1999. – № 8. – С. 80–82.
7. Войцех Ц. Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989-1999) / Ц. Войцех. – К. : Центр вільної преси, 2000. – 218 с. – ISBN 966-7181-61-8.
8. Воронцова-Хетч Т. М. Журналистика Польщі в 1990-х гг. / Т. М. Воронцова-Хетч. – СПб. : Роза мира, 2006. – 206 с.
9. Гаврада І. Цензура як прояв недемократичності державної політики України у сфері засобів масової інформації / І. Гаврада // Політичний менеджмент. – 2006. – № 5. – С. 95–105.
10. Ганжуров Ю. Імплементация законодавства України до європейських стандартів як комунікативний процес / Ю. Ганжуров // Політичний менеджмент. – 2007. – № 1. – С. 136–151.
11. Геруля М. Местная периодическая печать Польши 1990-гг. : типология, современное состояние и перспективы развития / М. Геруля. – Ростов-на-Дону, 2001. – 160 с. – ISBN 5-900548-10-4.
12. Григор О. О. Формування інформаційного суспільства в Україні в контексті інтеграції в Європейський Союз (державно-управлінський аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня

медіа означає створення різноманітного медіа середовища [291, с. 215]. Загалом, приватизація – це процес утручання держави, яка продає державні підприємства, такі як, наприклад, телевізійна станція [341, с. 172]. К. Спарк зазначає, що одним із результатів медіа-інтеграції у світову економіку є відмова від бар'єрів у власності на медіа, так само як і торгівлі програмами та інформацією [391, с. 113], що підвищує конкуренцію на ринку медіа, якість та різноманітність інформації у зв'язку з різними формами власності і різними власниками.

Найбільш загальним та лаконічним визначенням приватизації в юридичній літературі можна вважати таке визначення: приватизація – «це передача державної чи муніципальної власності за платню або безкоштовно у власність приватних осіб чи організацій» [5, с. 544]. Відповідно до політологічного словника приватизація – це «процес перетворення будь-якої форми власності (державної, колективної, особистої і т. ін.) у приватну; передача частини державної власності в будь-яку іншу недержавну власність, трансформація державних організацій в акціонерні, колективні, кооперативні, приватні тощо» [106, с. 285]. Крім того, зазначається, що приватизація державної власності співпадає за значенням із поняттям денационалізації. В економічній літературі розглядаються особливості приватизаційного процесу, які більше стосуються взаємозв'язку загальної приватизації та приватизації сектора ЗМІ.

До розуміння приватизації як «денационалізації» та «передачі власності у приватні руки» додається й «процес роздержавлення власності на засоби виробництва, майно, житло, землю, природні ресурси» [147, с. 258]. Роздержавлення в політології розуміється як «зміна форми власності, що належать державним структурам» [106, с. 305]. Розмежування понять роздержавлення економіки (тобто перехід до інших форм власності) та приватизація власності (тобто перехід у приватну власність) простежують вчені, наприклад, С. Мочерний. На його думку, роздержавлення і приватизація не означають повного переходу державних підприємств до рук приватного та колективного капіталу [76, с. 297]. Г. Горланов вважає приватизацію найсуттєвішою складовою роздержавлення економіки, процесом передачі або ж продажу державного або муніципального майна у приватну власність фізичним та юридичним особам [155, с. 479].

Державна власність допускається за ринкової економіки, але щодо власності на ЗМІ це не є прийнятним. Відомий дослідник реформ у сфері мас-медіа в постсоціалістичних країнах П. О'Ніл зауважує, що державний контроль чи то через власність, чи то через регулювання міністерством будь-якої частини медіа не відповідає стандартам

незалежності в усіх моделях вільної преси [352, с. 20]. Це положення є переважаючим щодо власності на ЗМІ у всіх моделях функціонування медіа в умовах демократичної політичної системи.

Звідси, на відміну від загальної ситуації для країни, коли певна частка державної власності в економіці може залишитися і при цьому не завадити визнанню економіки ринковою, навіть часткова державна власність на мас-медіа загрожує не визнанням медіа-системи як такої, що відповідає демократичній моделі. Це означає, що приватизація сектора ЗМІ полягає в повному переході від державної до інших форм власності, головним чином, приватної. Зважаючи на те, що ЗМІ переважно у всіх соціалістичних країнах знаходились виключно в державній власності, процес приватизації був досить складним та політично заангажованим. Особливо це стосується аудіовізуальних мас-медіа, які вважаються головними засобами для впливу на громадян та маніпуляцій, тому повинні бути відмежовані від держави.

Загалом приватизація вирішує в основному три головні завдання. По-перше, вона забезпечує зростання ефективності підприємств; по-друге, дозволяє залучити інвестиції з метою розвитку виробництва; і, по-третє, формує конкурентоспроможне середовище.

Б. Конерт та П. Кемпбелл зазначають, що роль держави в сучасному суспільстві полягає у створенні структури, в якій медіа-риннок може діяти відповідно до ринкових механізмів. Це практично означає відкриття ринків мас-медіа для всіх та приватизацію колишніх державних монопольних компаній [307, с. 45]. С. Сплічал наголошує, що загальна ідея полягає в тому, що фундаментальною умовою для демократичної медіа-системи є стабільна база вільного ринку [395, с. 52]. Він доводить, що помилково вірити в приватну власність та вільний ринок як єдину альтернативу через те, що лише механізми ринкової економіки не можуть забезпечити і гарантувати плюралізм та якість інформації у демократичному суспільстві. С. Сплічал зазначає: «ринковий лібералізм передбачає, що основним правом людини є право на приватну власність. Через те, що це право є загальним, воно гарантує як свободу мас-медіа (їх незалежність від держави), так і свободу громадян (вільний вибір між різними ЗМІ та їх інформацією). У дійсності це, зрозуміло, ідеальний тип «вільного ринку», який у реальному житті не існує через процеси концентрації капіталу та централізації. У результаті цього, «вільний» медіа-риннок стає надто олігархічним, а «вільний» вибір – сильно обмеженим через недостатню пропозицію» [395, с. 57]. Аналіз процесу приватизації медіа-ринку в Центрально-Східній Європі доводить правильність висновків цього науковця.

Центрально-Східної Європи. Загальні економічні показники в Україні відстають від відповідних показників більшості інших країн регіону і, за припущенням автора, це має означати, що й економічні тиски на ЗМІ повинні бути більшими в Україні через залежність функціонування мас-медіа від економічної ситуації в країні. У результаті проведеного автором дослідження можна визначити те, що в Україні рівень економічних тисків на ЗМК за роки президентства В. Ющенка був практично однаковим і, загалом, можна говорити про їх незначне зменшення порівняно з останнім роком президентства Л. Кучми.

Звісно, такі тенденції з економічними тисками на ЗМІ на медіа-ринку можна також пояснити й світовою фінансово-економічною кризою за президентства В. Ющенка і яка, безумовно, негативно вплинула на розвиток ринку ЗМІ в Україні. Адже, до початку світової фінансово-економічної кризи у 2008 р. в Україні спостерігалось економічне зростання, що підвищило прибутки від реклами в комерційних аудіовізуальних ЗМК. При цьому, зауважимо, що поступове перетворення певної частини ЗМІ в прибутковий бізнес не покращило ситуацію з незалежністю медіа. Крім того, коли пізніше економіка України сильно постраждала від світової фінансово-економічної кризи, це значно зменшило певні позитивні економічні тенденції на медіа-ринку України.

Таким чином, хоча державна політика щодо аудіовізуальних засобів масової комунікації в Україні була загалом направлена спочатку на демократизацію медіа-ринку, що потребувало докорінних змін у медіа-регулюванні, а пізніше – на приведення функціонування аудіовізуального ринку ЗМК та його регулювання відповідно до європейських стандартів у цій сфері через стратегію нашої держави на інтеграцію до Європейського Союзу, трансформації на медіа-ринку відбувалися повільно й надалі потребують особливої уваги у виробленні і реалізації державної політики щодо аудіовізуального сектора ЗМК з метою гармонізації умов його функціонування та регулювання з європейськими стандартами у зв'язку з євроінтеграційними прагненнями України.

України 17 грудня 2008 р. Європейської конвенції про транскордонне телебачення. Загалом правова база в Україні встановлює свободу медіа. Проведений автором аналіз правової бази за президентства Л. Ющенко порівнянно з другим строком президентства Л. Кучми, показав у середньому покращення нормативно-правової бази щодо мас-медіа в Україні за президентства В. Ющенка.

Однак, політичний конфлікт між трьома найбільш впливовими українськими політиками В. Ющенком, Ю. Тимошенко, В. Януковичем під час президентства В. Ющенка, у тому числі, заважав проведенню реформ в аудіовізуальному секторі ЗМК та призвів до того, що журналісти працювали в досить політизованих умовах. У результаті дослідження можна констатувати, що у середньому рівень політичних впливів на ЗМК за часів президентства В. Ющенка був значно меншим за політичні впливи на медіа під час другого строку президентства Л. Кучми. Незважаючи на це, головною тенденцією років президентства В. Ющенка у результаті дослідження можна визначити й те, що в Україні рівень політичних впливів на ЗМІ був практично однаковим. Звідси можна зробити висновок, що хоча, порівняно з останніми роками президентства Л. Кучми, політичні впливи на медіа відчутно зменшилися за весь строк президентства В. Ющенка, однак, загалом за останні роки не відбулося значного прогресу у цьому питанні, бо політичні впливи на мас-медіа залишалися на тому ж рівні, що й за президентства Л. Кучми, якщо не брати до уваги значне посилення політичних впливів в останні роки президентства другого Президента України.

Незважаючи на достатньо різноманітний ринок мас-медіа в Україні, багато засобів масової комунікації знаходяться у власності політико-економічних еліт. Одним із основних викликів останніх років президентства В. Ющенка можна визначити зростання адміністративного тиску на журналістів з боку власників ЗМІ. І, хоча прозорість власності на медіа дещо покращилася в останні роки президентства В. Ющенка через дослідницькі зусилля НГО в Україні, однак загалом прозорість власності на мас-медіа залишалася на низькому рівні в Україні. Таким чином, в Україні відкритість медіа-ринку призвела до структурної різноманітності конкуруючих ЗМІ, але зазвичай не до різноманітності контексту ЗМІ. Крім того, існує тенденція до збільшення концентрації на медіа-ринку в Україні.

В останні роки ЗМІ діють у ринковому середовищі, адже у 2006 р. Україні було надано статус країни з ринковою економікою, хоча в Україні діяльність медіа під час перехідної економіки була значно довшою, ніж в більшості інших країн постсоціалістичних трансформацій

Медіа-концентрація збільшується з кожним роком [387, с. 65] і, тим самим, викликає все більше занепокоєння у медіа-фахівців із приводу впливу цих процесів на якість мас-медіа [388, с. 27], їх плюралізм [257, с. 161; 258, с. 179] та різноманіття [382, с. 53], або усього вищепереліченого разом [428, с. 54; 214, с. 58]. Р. Беркман і Л. Кітч вважають, що концентрація власності та контролю в індустрії комунікації порушує серйозні питання про якість і різноманіття громадського дискурсу [200, с. 45]. ОБСЄ, інші міжнародні і вітчизняні організації, які займаються моніторингом свободи ЗМІ, відзначають, що концентрація власності на мас-медіа часто призводить до зменшення об'єктивності репортажу новин, і персональні або групові інтереси та думки домінують у більшості медіа джерел [414]. Я. Засурський заявляє, що ЄС та Рада Європи намагаються збалансувати комерціалізацію та концентрацію на ринку ЗМІ шляхом розвитку громадських медіа [428, с. 56].

Однак не всі дослідники такі критичні до концентрації мас-медіа й говорять також про позитивні наслідки цих процесів. Наприклад, Р. Коллінз та К. Марроні стверджують, що певна концентрація власності на медіа є навіть бажаною, тому що нові медіа-ринки потребують ризикового капіталу та влади на ринку, щоб випускати нові продукти [214, с. 58], а це можуть зробити саме медіа з концентрованою власністю, а не інші ЗМІ, які мають обмежені фінансові можливості. З цієї ж причини, а точніше можливості надання якісної продукції, Дж. Гаттузо також бачить великі переваги для аудиторії. Тому він навіть пропонує не обмежувати медіа-концентрацію [256, с. 91]. Загалом же у медіа-регулюванні сьогодення увага звертається саме на горизонтальну концентрацію як на найбільшу загрозу медіа-плюралізму та різноманіття інформації, у той час як вертикальна концентрація викликає менше занепокоєння.

Американські дослідники Р. Беркман та Л. Кітч згодні з тим, що концентрація становить можливу загрозу для фундаментального принципу демократичного суспільства: доступ до різноманіття думок та інформації. Можна виділити певні види такої концентрації. Найбільш важливою концентрацією є типи монопольної власності. За класифікацією авторів вони включають: по-перше, багатоманітну власність над декількома медіа одного типу – власність декількох газет або декількох радіостанцій, або декількох телевізійних станцій; по-друге, медіа-конгломерати – власність на різні типи ЗМІ, наприклад, власність на газету та телевізійну станцію, або на газету та радіостанцію; по-третє, конгломерати різних індустрій – власність на медіа та власність в

інших індустріях, які не пов'язані з комунікаціями. У кожному з вищезазначених випадків, кількість осіб або організацій, які контролюють потік інформації, є обмеженою. Р. Беркман та Л. Кітч наводять інші види концентрації: перший виникає тоді, коли дві або більше газети домовляються друкувати свою продукцію на одному підприємстві та використовувати єдиний офіс для продажу рекламного місця і циркуляції газет. Другий вид існує тоді, коли найвищий управлінець однієї корпорації посідає таку ж посаду в іншій корпорації [200, с. 42].

Перехресна власність на медіа полягає в перехреснуванні інтересів між різними секторами мас-медіа [196, с. 249], і ця практика також стала однією з найбільш спірних та актуальних питань у медіа-регулюванні [388, с. 27; 281]. Однак Т. Гіббонс піддає сумніву важливість обмеження перехресної власності на медіа в епоху супутникового та кабельного телебачення [258, с. 170]. Р. Коллінз та К. Марроні звертають увагу на те, що концентрація власності має значення; перехресна власність на медіа сама по собі – ні [214, с. 67], тому вони пропонують обмеження на власність у чотирьох секторах ЗМІ: телебачення, національні газети, регіональні газети та радіо. Для Великої Британії вони пропонують обмеження власності у 40 % на будь-якому з ринків медіа для одного власника, не більше 30 % для двох медіа ринків, не більше 20 % для трьох, а також не більше 15 % для всіх чотирьох ринків ЗМІ [214, с. 70].

Монополізація ринку ЗМІ означає, що медіа мають величезний контроль над тим, що публіка буде дивитись та чим стане цікавитись [397, с. 36]. Саме тому монополізація ринку мас-медіа розглядається дослідниками як загроза для демократичного суспільства [307, с. 49; 335, с. 73], а також для якості медіа-продукції [278, с. 179]. Дослідники А. Тієрер та К. Кревс Дж. звертають увагу на те, що не потрібно ототожнювати популярність певного ЗМІ з його монополією [405, с. 86].

Можливо, найбільш важливою реальністю сучасної власності на ЗМІ є модель зв'язків між медіа-корпораціями та іншими важливими інститутами суспільства. Відповідно до дослідження П. Драйера 1982 р., результати якого характеризують у своїй роботі Р. Беркман та Л. Кітч, керівництва двадцяти чотирьох найбільших друкованих мереж у США мали зв'язки з різними елітними інститутами країни, такими як: корпорації, групи регулювання діяльності бізнесу, неприбуткові громадські організації та соціальні об'єднання. Цей приклад показав те, що друковані корпорації мають тісні зв'язки з владними структурами США. Крім того, П. Драйер підкреслює те, що двадцять шість членів правління друкованих корпорацій були в певний час призначені на федеральні урядові посади вищого рівня [200, с. 43].

Як наслідок другої хвилі приватизації, яка розпочалася за президентства Л. Кучми, Україна у кінці 1990-х рр. розглядалась як найбільш комерційно розвинутий медіа-ринок з-поміж інших країн пострадянського простору. На той час значна кількість аудіовізуальних ЗМК знаходилися у приватній власності в Україні. Однак, як показало дослідження автора, економічні тиски на медіа постійно зростали. Більш того, ситуація з політичними впливами та економічними тисками на ЗМК була приблизно однаковою. Так, обидва показники постійно збільшувалися з 1999 до 2004 р. і досягли найгірших показників у 2003 р. та 2004 р., тобто перед та під час президентських виборів в Україні 2004 р.

У 2008 р. термін дії Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС закінчився, адже вона була підписана в червні 1994 р., а набула чинності 1 березня 1998 р. строком на 10 років. Після закінчення строку дії Угоди за згодою сторін вона або автоматично продовжується, або її повинна замінити нова оновлена чи більш посилена угода, переговори про яку йдуть між Україною та ЄС протягом останніх років, але нова посилена угода між Україною та ЄС ще й досі не є підписаною. Підписання нової посиленої угоди між Україною та ЄС та вступ України до ЄС можна назвати одним з головних завдань державної політики наступного після Л. Кучми Президента В. Ющенка, що мало важливе значення для державного регулювання аудіовізуального сектора мас-медіа з приведенням його у відповідність з європейськими стандартами.

На початку президентства В. Ющенко міжнародні організації та медіа-дослідники знову наголошували на необхідності розвивати вільне та професійне медіа-середовище, а також привести українські закони у відповідність з європейськими стандартами в цій сфері. До пріоритетів відносилися: написання та прийняття закону про доступ до інформації та про власність на медіа, так само, як і заходи, пов'язані з ринком аудіовізуальних мас-медіа та створення незалежного громадського телерадіомовлення в Україні.

Декларуючи забезпечення свободи масової інформації та створення громадських аудіовізуальних ЗМК у країні, серед низки інших питань, В. Ющенком було зроблено кілька спроб внести зміни до Закону «Про систему громадського радіо та телебачення в Україні» від 1997 р., але всі вони зазнали невдачі. Отож, реформа державних і комунальних ЗМІ за президентства В. Ющенка так і не відбулася. Однак, значним поступом у покращенні правової бази щодо ЗМІ та приведенні її до стандартів ЄС у цій сфері стала ратифікація Верховною Радою

прийняті за часів президентства Л. Кучми, які регулюють діяльність аудіовізуальних медіа: Закон України «Про Національну Раду з питань телебачення та радіомовлення» (1997), Закон України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» (1997). Зауважимо, що прийняття Закону про суспільне телерадіомовлення в Україні спровокувало інтенсивні дебати серед політичних еліт України так само, як раніше це відбулося в інших країнах Центрально-Східної Європи, головним чином, через небажання керівних політичних еліт втратити державні аудіовізуальні ЗМІ як засоби впливу на електорат. Більш того, у результаті проведеного автором аналізу даного Закону можна зробити висновок про те, що запропоновану ним систему управління громадських медіа з точки зору управлінської незалежності можна поставити під сумнів через те, що завдання вищезазначених рад і призначення їх членів теоретично розроблено з можливістю здійснення політичного впливу на діяльність громадських аудіовізуальних ЗМІ. Така модель громадських мас-медіа, за умови її впровадження в Україні, відповідала б практиці функціонування громадських ЗМК у країнах Південної Європи – членах ЄС. Крім того, в Україні передбачалося заснувати громадські ЗМІ з поступовим переходом до їх фінансування з ліцензійної плати за найкращими європейськими стандартами у цій сфері. Однак, громадські аудіовізуальні ЗМК не були впроваджені в Україні за часів президентства Л. Кучми, незважаючи на прийняття відповідного Закону.

У результаті аналізу можна зробити висновок, що законодавство щодо аудіовізуальних медіа в Україні на той період менш відповідало європейським стандартам, ніж щодо друкованих мас-медіа. Цей факт можна пояснити тим, що загалом правова база щодо преси була змінена швидше, ніж щодо радіо та телебачення у всіх країнах постсоціалістичних перетворень Центрально-Східної Європи через небажання політиків віддати свій контроль над телебаченням, що є найвпливовішим ЗМІ у країнах регіону. Тим не менш, можна говорити про те, що законодавство щодо аудіовізуальних мас-медіа в Україні в період президентства Л. Кучми було недосконалим та потребувало приведення його у відповідність з європейськими стандартами у зв'язку з євроінтеграційними прагненнями України.

Аналіз політичної ситуації в залежності від результатів президентських та парламентських виборів в Україні та політики щодо аудіовізуальних медіа, проведений автором, показав, що, починаючи з другого строку президентства Л. Кучми, в Україні почався постійний регрес зі свободою мас-медіа через посилення президентської влади у країні та збільшення політичних впливів на засоби масової комунікації, в тому числі й аудіовізуальні.

Громадські електронні медіа вважаються складовою незалежності ЗМІ в демократичному суспільстві. Міжнародна правозахисна організація «Артикл 19» (Article 19) говорить про громадські ЗМІ як про справжні незалежні медіа, які служать радше людям, ніж політичним силам. Амстердамський протокол ЄС 1997 р. зазначає, що система громадських медіа у країнах-членах ЄС має пряме відношення до демократичних, соціальних та культурних потреб кожного суспільства, а також збереження плюралізму ЗМІ [407, с. 78]. Розробкою теоретичних основ функціонування громадських медіа займаються як вітчизняні, так і зарубіжні вчені.

Дослідники надають різні визначення поняття і сутності громадських електронних медіа. Так, Б. Розумілович розглядає систему громадських мас-медіа як таку, яка служить суспільству загалом і створює єдиний форум для питань розповсюдження та розвитку, що сприяє демократичній співучасті в суспільстві [375, с. 15]. П. Гігліолі стверджує, що мета громадських медіа полягає у створенні публічного простору, вільного від економічних і політичних впливів [265, с. 173]. Натомість, Д. Кардіф та П. Скэннелл говорять про те, що впровадження громадських мас-медіа ставило на меті демократизацію культури і політики через пропозицію новій масовій аудиторії доступу до форм і процесів, з яких вона була раніше виключена [210, с. 158]. Отже, погляди вчених схожі в тому, що головна мета громадських ЗМІ полягає у служінні суспільству, а також у незалежності від політичних, економічних та інших впливів у своїй діяльності.

Незважаючи на те, що цілі демократизації медіа-системи та створення нового регулювання були однаковими в країнах регіону, практичну імплементацію та результати можна визнати різними для кожної країни Центрально-Східної Європи. Так, відповідно до щорічної доповіді міжнародної організації «Фрідом Хауз» у 2003 р. [248], напередодні вступу до ЄС восьми постсоціалістичних країн Центрально-Східної Європи Польщу, Угорщину, Чеську Республіку, Словацьку Республіку, Словенію і Болгарію було визнано країнами, які досягли рівня вільних ЗМІ в результаті демократизації медіа-систем. Зауважимо, що всі перелічені країни стали членами ЄС наступного, 2004 року, окрім Болгарії, яка вступила до ЄС у 2007 р. Натомість, частково вільні медіа визнані в Румунії, Хорватії, Македонії, Албанії, Боснії та Герцеговині й Югославії (Сербія та Чорногорія). З даного переліку країн Румунія вступила до ЄС у 2007 р. разом із Болгарією, а Балканські країни, такі як, наприклад, Хорватія, на теперішній час є кандидатами на вступ до ЄС. У той же час у 2003 р. в Україні, так само як і в Росії, медіа визначені як невільні (див. табл. 2.1), що не можна розцінити як відповідне підґрунтя для реалізації стратегії України на європейську інтеграцію.

Таблиця 2.1

Свобода ЗМІ в постсоціалістичних країнах
Центрально-Східної Європи в 2003 році¹

Країна	Правова база	Політичні впливи на медіа	Економічні впливи на медіа	Оцінка свободи медіа
Республіка Польща	6	5	7	Вільні (18)
Угорщина	4	10	9	Вільні (23)
Чеська Республіка	9	5	9	Вільні (23)
Словацька Республіка	9	6	6	Вільні (21)
Словенія	3	6	10	Вільні (19)
Болгарія	10	8	12	Вільні (30)
Албанія	20	18	12	Частково вільні (50)
Боснія та Герцеговина	8	20	21	Частково вільні (49)
Хорватія	8	12	13	Частково вільні (33)
Македонія	12	19	19	Частково вільні (50)
Румунія	12	14	12	Частково вільні (38)
Югославія (Сербія та Чорногорія)	10	18	12	Частково вільні (40)
Російська Федерація	14	30	22	Невільні (66)
Україна	15	29	23	Невільні (67)

Такі результати демократизації системи засобів масової комунікації в результаті створення відповідного європейським стандартам медіа-регулювання у вигляді різного рівня свободи мас-медіа в країнах постсоціалістичних трансформацій становлять основу для подальшого дослідження через євроінтеграційні прагнення України та необхідності впровадження відповідну державну політику в даній галузі.

Зазначимо детальніше показники оцінювання свободи медіа відповідно до даних міжнародної організації «Фрідом Хауз». Рівень свободи медіа в кожній країні оцінюється спеціалістами даної організації за трьома категоріями: правова база діяльності ЗМІ, політичні впливи на медіа та економічні тиски на мас-медіа. Ступінь того, наскільки кожна країна дозволяє вільний потік інформації визначає класифікацію їх медіа: «0-30» – «вільні медіа», «31-60» – частково вільні, «61-100» – «невільні медіа» [248].

¹ Таблицю складено автором на основі аналізу щорічної доповіді зі свободи медіа міжнародної організації Фрідом Хауз у 2003 р.: Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf

Східної Європи, тому, що він не запровадив громадські медіа, а лише комерційні в Україні.

Приватизаційні процеси, які почалися в Україні в 1991-1994 рр., мали велике значення і наслідки для економіки держави, а також для трансформації її медіа-ринку. Основними цілями приватизаційної програми була зміна власності на засоби виробництва, створення нової соціальної групи приватних власників, заохочення конкуренції та обмеження монополії. Це стосувалося й аудіовізуального ринку ЗМК. Однак, із запровадженням приватної власності на радіо та телебачення на початку 1990-х рр., державна власність на аудіовізуальні мас-медіа також залишилася. Тому прийняття такого нового закону, що створює приватну і залишає державну власність на аудіовізуальні ЗМК в Україні, не спричинило політичних дебатів, як це було в інших країнах Центрально-Східної Європи, де державної власності на аудіовізуальні ЗМІ не залишилося після прийняття нових законів у цій сфері. Тому на початку демократизації в Україні в результаті державної політики залишилися у державній власності, а, отже, у сфері впливу керівних політичних еліт, певні аудіовізуальні мас-медіа.

Звідси, проаналізовані проблеми з приватизацією в Україні на початку постсоціалістичних перетворень негативно позначилися також і на темпах ринкових перетворень на медіа-ринку в Україні, адже на ньому також потрібно було провести денационалізацію відповідно до демократичних стандартів. Особливої ж важливості та проблемності набули процеси приватизації на ринку аудіовізуальних мас-медіа в Україні так само, як і в інших державах постсоціалістичних перетворень Європи.

Під час президентства другого Президента України Л. Кучми в 1998 р. набула чинності Угода про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС після її ратифікації національними парламентами країн-членів ЄС. Дана угода стала базовим документом, що визначав правовий механізм двостороннього співробітництва між Україною і ЄС на десять років (1998-2008). У тому ж 1998 р. Указом Президента України було затверджено Стратегію інтеграції України до Європейського Союзу, у якій сформульовані основні напрями співробітництва України та ЄС. Таким чином, курс України на європейську інтеграцію став основою державної політики нашої держави, тому це повинно було б відобразитися в поступовому реформуванні всіх сфер суспільного життя відповідно до європейських стандартів, у тому числі й аудіовізуальному секторі мас-медіа.

Верховною Радою України 28 червня 1996 р. була прийнята Конституція України, що зафіксувала право кожного на свободу думки, слова, переконань. Крім того, такі важливі законодавчі акти були

Дослідження державної політики щодо аудіовізуального сектора ЗМК в Україні проведено автором відповідно до змін керівних політичних еліт унаслідок президентських та парламентських виборів, у результаті чого зроблена спроба проаналізувати чи або яким чином цей фактор впливав на коригування державної політики щодо аудіовізуальних ЗМК в умовах євроінтеграційного курсу України.

Відразу відзначимо, що на початку процесу демократизації в українському суспільстві не відбулася зміна політичних еліт. Як наслідок цього, в Україні не було процесу декомунізації, як у Польщі, Чехії, Угорщині, Румунії та інших постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, і можна припускати, що це був один із негативних факторів, що вплинув на вироблення та реалізацію державної політики України щодо аудіовізуальних ЗМК.

Зважаючи на складний і недостатньо успішний процес демократизації України на початку 1990-х рр. за часів президентства Л. Кравчука, Україна не досягла значних успіхів у сфері європейської інтеграції. Однак, у цей період були досягнення в забезпеченні багатьох громадянських прав і свобод, уключаючи право на свободу слова і думки, з чим були тісно пов'язані демократичні перетворення на медіа-ринку країни.

У результаті проведеного дослідження можна говорити про достатньо високий рівень свободи слова та свободи ЗМІ в перші роки незалежності України. Однак, пізніше ця позитивна тенденція на ринку ЗМК почала втрачатися через відсутність реалізації позитивних очікувань від діяльності ЗМІ та загалом від реформування різних сфер суспільного життя, а також через поступову консолідацію політичних і економічних еліт у державі.

З початку демократичних перетворень державна політика була направлена на створення нової нормативно-правової бази для функціонування вільних та незалежних ЗМІ в Україні. Так, була прийнята низка законів, які регулюють всі аспекти діяльності мас-медіа, від друкованих до аудіовізуальних. Узагалі, рамкові умови діяльності радіо, телебачення є одним із найважливіших питань, які треба розв'язати державі для успішного розвитку демократичного суспільства.

Наприклад, Закон України «Про інформацію» від 1992 р. визнає право на інформацію. Головним законодавчим актом щодо аудіовізуальних мас-медіа в Україні можна вважати Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 1993 р., зі змінами та доповненнями. Щодо прийняття цього Закону в Україні не було інтенсивних політичних дебатів, на відміну від більшості постсоціалістичних країн Центрально-

Правова база діяльності ЗМІ оцінюється за шкалою від «0» (найкращий рівень) до «30» (найгірший рівень) у рейтингах «Фрідом Хауз». Звідси, нижчі бали означають кращу нормативно-правову базу. Правова база в дослідженнях даної організації відзначається як «закони та інші нормативно-правові акти, які можуть впливати на контекст медіа, так само як і схильність уряду використовувати ці закони для того, щоб обмежити здатність мас-медіа функціонувати» [248]. «Політичні впливи» на ЗМІ визначаються «Фрідом Хауз» як «ступінь політичного контролю над контекстом новин у медіа» [248] і вимірюються фахівцями цієї організації за шкалою від «0» (найнижчий рівень політичних впливів на ЗМІ) до «40» (найвищий рівень політичних впливів на медіа). «Економічний тиск» визначається спеціалістами «Фрідом Хауз» «зі структури медіа власності, ціни на заснування нових медіа так само як їх випуску та розповсюдження, вибіркового надання реклами та субсидій від держави, офіційні преференції в наданні ліцензій та вплив корупції й хабарництва на контекст медіа» [248]. Економічні тиски вимірюються за шкалою від «0» (найменший рівень економічних тисків на медіа) до «30» (найбільший рівень економічних тисків на медіа) в аналізі «Фрідом Хауз».

Таблиця 2.2

Свобода медіа в Україні (1994-2009 рр.)²

Рік	Рівень свободи ЗМІ в Україні
1994	44 (частково вільні)
1995	42 (частково вільні)
1996	39 (частково вільні)
1997	49 (частково вільні)
1998	49 (частково вільні)
1999	50 (частково вільні)
2000	60 (частково вільні)
2001	60 (частково вільні)
2002	60 (частково вільні)
2003	67 (не вільні)
2004	68 (не вільні)
2005	59 (частково вільні)
2006	53 (частково вільні)
2007	53 (частково вільні)
2008	57 (частково вільні)
2009	55 (частково вільні)

² Таблицю складено автором на основі даних міжнародної організації Freedom House: www.freedomhouse.org.

Організація «Фрідом Хауз» надає відповідні дані щодо свободи медіа за різними країнами і, хоча результати дослідження цієї міжнародної організації можуть вважатися дещо сумнівними, вони все ж таки дозволяють автору порівняти дані щодо свободи ЗМІ за певними індикаторами в Україні щороку з 1994 до 2009 р., тобто за шістнадцять років вивчення ситуації зі свободою ЗМІ в Україні (див. табл. 2.2). Таким чином, як видно з таблиці «Свобода медіа в Україні», що складено автором на основі щорічних даних «Фрідом Хауз», українські медіа оцінюються як «частково вільні» за період дослідження (1994-2009 рр.) відповідно до розрахованого автором середнього бала «54». До того ж, кожного року оцінка свободи ЗМІ погіршувалася в Україні: від рівня у «44» балів у 1994 р. до «68» балів у 2004 р. Особливу увагу потрібно звернути на роки 2000, 2001 та 2002, коли оцінка свободи українських медіа була на межі між «частково вільними» та «невільними» медіа, і врешті-решт досягла рівня «не вільних медіа» у 2003 р. Відповідно до пояснень експертів «Фрідом Хауз», рейтинг свободи медіа в Україні знизився від рівня «частково вільних» до «невільних» ЗМІ через державну цензуру електронних мас-медіа, постійні переслідування та порушення діяльності незалежних медіа та нездатність влади ефективно розслідувати атаки проти журналістів [248].

У 2005 р. українські медіа було визнано як «частково вільні» з балом «59». Ця зміна в оцінках свободи медіа стала результатом «помаранчевої революції» в Україні, зміною політичних еліт у країні та їх відносин з медіа. Не тільки фахівці «Фрідом Хауз» звертають увагу на відразу помітний позитивний вплив «помаранчевої революції» та зміни політичних еліт на свободу медіа в Україні, але й інші міжнародні правозахисні організації. Так, «Хьюман Райтс Вотч» наголосила на підвищенні рівня свободи медіа ще під час «помаранчевої революції» [417]. До того ж після інавгурації Президента В. Ющенка в 2005 р., ця організація наголосила на потребі надання пріоритету для прогресу в певних областях, у тому числі й свободи медіа і прав людини [319] у листі українському Президенту. Загалом, зі слів А. Каратницького, одним із головних завдань за президентства В. Ющенко повинна була бути медіа-реформа [301, с. 49]. Загалом з оцінок «Фрідом Хауз» можна побачити, що за президентства В. Ющенка свобода медіа залишалася на достатньо однаковому рівні після «помаранчевої революції» та залишалася на рівні «частково вільних медіа».

сфера, де питання регулювання і контролю відігравали визначальну роль. Це особливо стосувалося телемовлення, у меншій мірі радіо. Одними з основних проблем з приватизацією аудіовізуального сектора ЗМК у Центрально-Східній Європі можна виділити нестачу коштів і капіталу для приватизації; сприйняття аудіовізуальних ЗМК як засобу встановлення економічних впливів і політичної влади. Тому можна підсумувати, що високі очікування від приватизації, яка б призвела до свободи та незалежності медіа, загалом не справдилися в країнах постсоціалістичних перетворень Центрально-Східної Європи.

У постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи колишні державні медіа стали не лише комерційними в результаті приватизації, але й громадськими. Але перехід від державних до громадських медіа був більш ускладнений, ніж очікувалося в країнах регіону. Це стосувалося як створення незалежності управління громадськими медіа, що загалом були створені за аналогом Південної Європи з можливістю політичних впливів на громадські медіа, так і системи їх фінансування, що поєднувала в собі отримання комерційного прибутку і, в меншій мірі, прибутку ліцензійної плати.

Необхідно наголосити на тому, що одним із результатів медіа-інтеграції у світову економіку є відмова від бар'єрів у власності на мас-медіа, так само, як і торгівлі програмами та інформацією, що підвищує конкуренцію на ринку медіа, якість та різноманітність інформації у зв'язку з різними формами власності і різними власниками. Це у повній мірі стосувалося й аудіовізуального ринку ЗМК країн Центрально-Східної Європи, що інтегрувався до європейського. Відповідно, хоча у країнах Центрально-Східної Європи іноземна власність щодо аудіовізуальних медіа була загалом обмеженою на початку демократичних перетворень, то через необхідність гармонізації законодавства з європейським та розробкою медіа-регулювання відповідно до європейських стандартів перед вступом до ЄС, для країн регіону це означало й відміну будь-яких обмежень на іноземну власність на медіа. Адже країни регіону розуміли, що ніяких обмежень на іноземний капітал не може бути після їх вступу до ЄС.

Отож, загалом державне регулювання аудіовізуальних ЗМК було гармонізовано із стандартами ЄС у цій сфері, адже, ще раз наголосимо на тому, що більшість країн регіону ставили на меті реформувати свої медіа-системи відповідно до європейських стандартів через зацікавленість до вступу до ЄС. У результаті такої державної політики країн регіону «дуальна медіа-система» тепер заснована в колишніх соціалістичних країнах Центрально-Східної Європи з діяльністю на ринку як громадських, так і комерційних медіа, що є притаманним для всіх країн-членів ЄС.

політиків віддати свій контроль над телебаченням, що з початку 1990-х рр. було найвпливовішим ЗМІ в країнах регіону.

Незалежність мас-медіа автоматично не призвела до нейтральності, неупередженості, рівності і відсутності надання переваг певним політичним силам у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи. Керівні політичні еліти у країнах регіону намагалися певним чином зберігти свій вплив на аудіовізуальні ЗМК, особливо телебачення. Тому декларування незалежності ЗМК до новоствореної нормативно-правової бази та політики демократизації даного сектора, автоматично не призвела до свободи мас-медіа у своїй діяльності тому, що політичні впливи на медіа певним чином залишалися в країнах регіону.

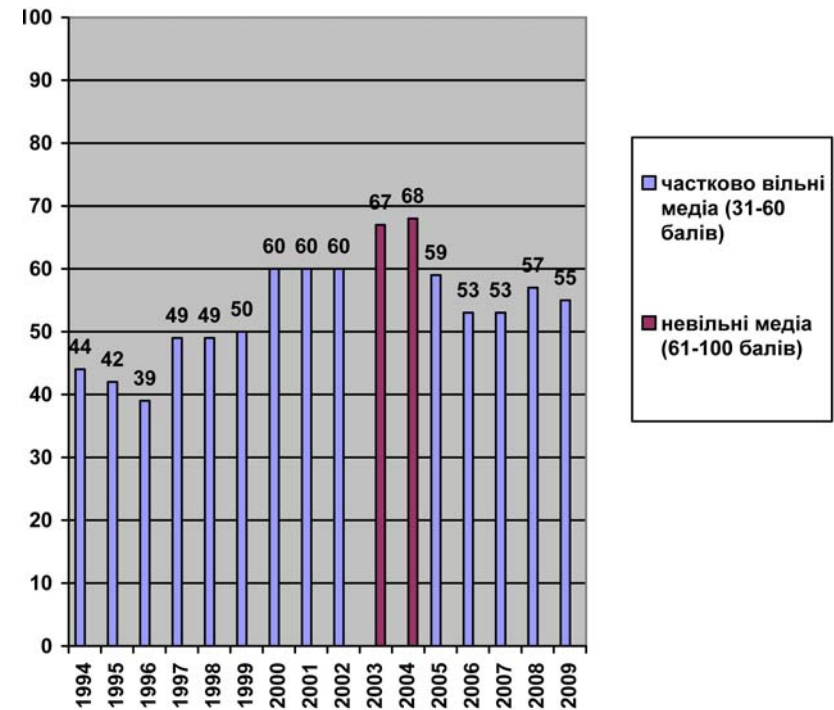
Загалом же правова база функціонування аудіовізуальних ЗМК у країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи була створена відповідно до міжнародних та європейських стандартів. Перед вступом до ЄС десяти країн Центрально-Східної Європи порівняння головних аспектів регулювання аудіовізуальних ЗМІ вказувало на те, що лише деякі національні положення права потребували удосконалення для остаточної гармонізації з європейськими стандартами, адже до вступу в ЄС країни повинні гармонізувати свою правову базу, у тому числі й щодо аудіовізуальних мас-медіа, зі стандартами ЄС.

Економічні аспекти функціонування аудіовізуального медіа-ринку загалом у трансформаційному процесі відіграють помітну роль, адже вони пов'язані з питаннями власності, контролю та регулювання. Проблема власності на мас-медіа є найбільш критичним фактором із усіх вищенаведених тому, що навіть у результаті державної політики на створення приватних комерційних медіа, власниками мас-медіа може стати економічна еліта країни, що призводить до зіткнень або, навпаки, об'єднання, медіа-інтересів із владою.

Тому процес медіа-приватизації та появи нових форм власності на ЗМК є важливим аспектом державної політики шляху до медіа-диверсифікації та плюралізму в перехідних суспільствах. Однак, після цього наступним кроком державної політики щодо аудіовізуальних мас-медіа повинен стати нагляд за медіа-ринком для того, щоб уникнути монополізації, концентрації та інших процесів, які загрожують плюралізму ЗМІ і різноманіттю інформації та, відповідно, права громадян на свободу інформації.

У країнах Центрально-Східної Європи розвиток приватного сектора в аудіовізуальних мас-медіа відбувався повільніше головним чином тому, що, лише за винятком Чеської Республіки, це була та

Малюнок 2.1

Рівень свободи мас-медіа в Україні (1994-2009)³

У 2005 р. українські медіа було визнано як «частково вільні» з балом «59». Ця зміна в оцінках свободи медіа стала результатом «помаранчевої революції» в Україні, зміною політичних еліт у країні та їх відносин з медіа. Не тільки фахівці «Фрідом Хауз» звертають увагу на відразу помітний позитивний вплив «помаранчевої революції» та зміни політичних еліт на свободу медіа в Україні, але й інші міжнародні правозахисні організації. Так, «Хьюман Райтс Вотч» наголосила на підвищенні рівня свободи медіа ще під час «помаранчевої революції» [417]. До того ж після інавгурації Президента В. Ющенка в 2005 р., ця організація наголосила на потребі надання пріоритету для

³ Малюнок складений автором на основі даних міжнародної організації Freedom House: www.freedomhouse.org

прогресу в певних областях, у тому числі й свободи медіа і прав людини [319] у листі українському Президенту. Загалом, зі слів А. Каратницького, одним із головних завдань за президентства В. Ющенко повинна була бути медіа-реформа [301, с. 49]. Загалом з оцінок «Фрідом Хауз» можна побачити, що за президентства В. Ющенка свобода медіа залишалася на достатньо однаковому рівні після «помаранчевої революції» та залишалася на рівні «частково вільних медіа».

Слід зазначити, що організація «Хьюман Райтс Вотч» у своїх доповідях систематично наголошувала на тому, що в Україні немає свободи мас-медіа та заохочувала міжнародну спільноту до прийняття певних мір щодо цього. Так, у 2003 р. вона рекомендувала, щоб «міжнародні організації, такі як Рада Європи та ОБСЄ, продовжували надавати допомогу українському уряду та контролювати його діяльність щодо забезпечення свободи слова» [415] в Україні. У тому ж році «Хьюман Райтс Вотч» заявляла про те, що «Європейський Союз повинен поставити умову Україні продовжувати поглиблювати відносини з нею у разі очевидного прогресу українського уряду у гарантуванні свободи слова» [414] в Україні. Крім того, організація запропонувала головні напрямки для забезпечення свободи медіа в Україні: запобігання та покарання офіційної медіа-цензури, ліквідація довільних адміністративних та правових дій проти медіа, особливо телевізійних станцій, припинення насильства проти журналістів в Україні. На думку автора, такі оцінки рівня свободи медіа «Хьюман Райтс Вотч» можна порівняти з відповідними оцінками «Фрідом Хауз» у той же 2003 р., який уперше з часу української незалежності надав українським ЗМІ оцінку не «частково вільні», а «невільні медіа». Таким чином, оцінки свободи ЗМІ в Україні були порівняно схожі та наголошували на проблемі зі свободою медіа в Україні.

Загалом, Україну переважна більшість дослідників відносять до групи країн, які не досягли вагомих успіхів у встановленні свободи ЗМІ після демократизації медіа-ринку та встановленні нової регулятивної системи щодо ЗМІ. У зв'язку з цим питання державної політики України у сфері медіа вимагають подальшого ґрунтовного вивчення. Майже два десятиліття розвитку мас-медіа в умовах трансформації дозволяє підвести певні висновки адаптування медіа до умов ринкового функціонування в нових суспільно-політичних умовах, у тому числі і в умовах євроінтеграційного курсу України.

Автор звертає особливу увагу на те, що серед керівної політичної еліти України різного періоду з початку постсоціалістичних трансформацій превалювала думка про необхідність демократизації

Румунія) приєднатися до ЄС через три роки, у 2007 р., коли відбулося поки що останнє розширення ЄС. Уперше членами ЄС стали країни (крім Кіпру й Мальти), які лише в кінці 1980-х рр. почали перехід до демократії європейського зразка. У межах цих постсоціалістичних перетворень була й повна зміна медіа-політики задля трансформації медіа-систем країн регіону.

Початок постсоціалістичних трансформацій у країнах Центрально-Східної Європи приніс швидке де-регулювання та анархію на аудіовізуальному медіа-ринку. Наприклад, виникали піратні радіо станції, які діяли без ліцензії. У той же час країни Західної Європи наголошували на необхідності лібералізації ЗМК. У результаті цього державні мас-медіа спочатку були демонополізовані, а потім відбулася лібералізація, коли державні частоти були запропоновані для приватного сектора.

Державна політика на де-регулювання аудіовізуального сектора мас-медіа у країнах Центрально-Східної Європи набула більшого розмаху ніж у колишніх республіках Радянського Союзу. Більш того, у результаті проведеного автором аналізу можна зробити припущення, що більш вирішальна державна політика, направлена на демократизацію аудіовізуального сектора мас-медіа та приведення його регулювання і функціонування відповідно до європейських стандартів, була в тих державах, де відбулася зміна керівних політичних еліт у результаті перших вільних і чесних виборів у країнах Центрально-Східної Європи на початку постсоціалістичних трансформацій.

У переважній більшості країн Центрально-Східної Європи після повалення соціалістичного режиму простежувалися наміри розширити коло політичних поглядів на телебаченні. Більшість дослідників демократизації ЗМІ у країнах Центрально-Східної Європи згодні з тим, що уряди країн намагалися відкласти трансформування існуючих монополістичних і підконтрольних уряду систем радіо- та телемовлення.

Початкова стадія державної політики, направленої на перехід від соціалістичної моделі функціонування ЗМІ до ринкової в країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи, була націлена на зміну правової бази щодо аудіовізуальних ЗМК, що створило нову систему медіа-регулювання. Потрібно наголосити на тому, що атмосфера навколо законодавчого процесу щодо демократизації ЗМІ була достатньо політизованою в країнах регіону. Крім того, загалом правова база щодо преси була змінена швидше, ніж щодо радіо та телебачення у всіх країнах постсоціалістичних перетворень Центрально-Східної Європи, головним чином, через небажання

ВИСНОВКИ

Основні засади регулювання аудіовізуальних засобів масової комунікації визначені на міжнародному рівні. На світовій арені діють правила ВТО та ООН, на європейському рівні регулювання здійснюється Європейським Союзом та Радою Європи. Україна є членом всіх вищезазначених міжнародних організацій за винятком ЄС, стратегічний курс на членство в якому закріплений у законодавстві нашої держави. Тому аналіз політики ЄС щодо регулювання медіа-ринку є важливим кроком на шляху євроінтеграції України з метою адаптації національного законодавства з європейськими, в тому числі, й у сфері аудіовізуальних ЗМК.

На відміну від минулого століття, ЄС зараз відіграє суттєву роль у формуванні медіа-регулювання у Європі. Незважаючи на те, що ще й досі немає єдиної політики щодо комунікацій, інститути ЄС такі, як: Європейська Комісія, Європейський Парламент та їх комітети займаються питаннями, пов'язаними з комунікаціями. Більш того, починаючи з 1990-х рр., впливовість європейських консультативних органів постійно зростає. Це обумовлено, у тому числі, й тим, що у результаті європейської інтеграції був створений спільний європейський ринок, а аудіовізуальне мовлення розглядається як товар (створення програми, наприклад) або ж послуга (діяльність громадських ЗМІ) на ринку ЄС, а тому потребує державного регулювання як на рівні ЄС, так і на рівні країн-членів ЄС.

Основними напрямками регулювання аудіовізуальних ЗМК Європейським Союзом є прозорість та плюралізм мас-медіа, механізми та процедури ліцензування мовлення, транскордонне телебачення, розвиток громадського мовлення. Хоча на початку 1990-х рр., державна політика на європейському та національному рівнях була направлена на де-регулювання електронних ЗМІ, на даному етапі це вважається неприйнятним. Навпаки, медіа-регулювання є зараз важливою частиною політичного порядку денного в Європі, бо сьогодні ЄС наполягає на максимальній лібералізації та конкуренції у сфері мас-медіа та використовує свої регулятивні інструменти, такі як, наприклад, директиви, для того, щоб впливати на розвиток та функціонування аудіовізуальних ЗМІ у Європі.

1 травня 2004 р. відбулося розширення Європейського Союзу на Схід. Уперше Євросоюз поповнили відразу 10 держав, з яких вісім – постсоціалістичні країни Центрально-Східної Європи (Естонія, Латвія, Литва, Польська Республіка, Угорщина, Чеська Республіка, Словаччина, Словацька Республіка). А також ще дві країни регіону (Болгарія та

медіа-системи та досягнення медіа свободи в країні. Наприклад, схожі думки були висловлені в різний час такими політичними діячами України, як: Л. Кучма [31; 64], Ю. Тимошенко [163], М. Томенко [164], В. Ющенко [185], В. Янукович [169] та іншими. Таким чином, важливість встановлення свободи медіа та функціонування вільних і незалежних ЗМІ в Україні усвідомлюється керівною політичною елітою України. Доцільно проаналізувати реальне втілення даного теоретичного усвідомлення з точки зору практичної реалізації державної політики у сфері ЗМІ, створення державного регулювання медіа відповідно до демократичних стандартів.

Отже, підведемо підсумки даного розділу.

Напередодні вступу до ЄС восьми постсоціалістичних країн Центрально-Східної Європи у 2004 р. Польщу, Угорщину, Чеську Республіку, Словацьку Республіку, Словенію і Болгарію було визнано країнами, які досягли рівня вільних ЗМІ. Усі перелічені країни стали членами ЄС у 2004 р., окрім Болгарії, яка вступила до ЄС у 2007 р. Натомість, частково вільні медіа були визнані в Румунії, Хорватії, Македонії, Албанії, Боснії та Герцеговині й Югославії (Сербія та Чорногорія). З даного переліку країн Румунія вступила до ЄС у 2007 р. разом із Болгарією, а Балканські країни, такі як, наприклад, Хорватія, на теперішній час є кандидатами на вступ до ЄС.

У той же час в Україні медіа, як було показано в даному розділі, ніколи не визнавалися вітчизняними та закордонними дослідниками та правозахисниками як вільні. Такий факт можна розцінити як негативний фактор для реалізації стратегії України на європейську інтеграцію. Тому результати трансформації системи засобів масової комунікації зі створенням відповідного європейським стандартам медіа-регулювання у результаті досягнення свободи мас-медіа становлять основу для подальшого дослідження через євроінтеграційні прагнення України та необхідності впровадження відповідної державної політики в даній галузі. Отже, для даного дослідження свобода засобів масової комунікації є важливим концептуальним поняттям через необхідність демократизації системи ЗМК у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, а також створення такого медіа-регулювання, яке б забезпечувало свободу слова та слугувало б суспільному інтересу.

Якщо цензура не повинна існувати в демократичному суспільстві, то самоцензура існує, і вона не може підлягати державному регулюванню тому, що таке втручання держави в функціонування ЗМК буде сприйматися як цензура. Тим не менш, самоцензура є небезпечною для свободи слова. Самоцензура може розумітися як саморегулювання,

адже вона передбачає створення етичного коду журналістів, який приймає до уваги різні характеристики та потреби кожної країни, в якому журналісти погоджуються користуватися кодом у своїй діяльності для того, щоб досягти вищих стандартів журналістики.

Для вивчення питання про регулювання медіа-ринку та створення різних форм власності на мас-медіа в результаті демократизації медіа-системи, були розглянуті концепції плюралізму та різноманіття ЗМІ, що є важливими поняттями медіа-регулювання в демократичному суспільстві. Концепцію плюралізму інформації у ЗМІ часто пов'язують із різними власниками на медіа ринку. Важливим концептом є також «різноманіття медіа», що є одним із індикаторів плюралізму мас-медіа і, відповідно, рівнем свободи ЗМІ, та який був розроблений у 1960-1970-х рр. Відповідно, у дослідженні автор погоджується з поглядами медіа-дослідників на те, що більш плюралістичні, автономні та монополізовані мас-медіа зазвичай існують у тих країнах, де суспільства стали більш зрілими у своїх демократичних тенденціях. У зв'язку з цим важливо наголосити на тому, що протекція медіа-плюралізму та різноманіття інформації на ринку ЗМІ загалом є метою державної політики щодо медіа.

ОБСЄ, інші міжнародні і вітчизняні організації, які займаються моніторингом свободи ЗМІ, відзначають, що концентрація власності на мас-медіа часто призводить до зменшення об'єктивності репортажу новин, і персональні або групові інтереси та думки домінують у більшості медіа-джерел. Зауважимо, що державна власність на мас-медіа загрожує не визнанням медіа-системи як такої, що відповідає демократичній моделі. Це означає, що державна політика на приватизацію сектора ЗМІ з початку демократичних трансформацій нашої держави має полягати в повному переході від державної до інших форм власності: приватної та громадської. Зазначимо, що ЄС намагається збалансувати комерціалізацію та концентрацію на ринку ЗМІ у приватній власності шляхом розвитку громадських медіа. Дане питання буде детальніше розглянуте в наступному розділі.

Незважаючи на зазначене, у результаті аналізу потрібно зробити наголос на тому, що оцінка нормативно-правової бази щодо діяльності ЗМІ в Україні за два останні роки президентства Л. Кучми (2003 та 2004) та за два останні роки президентства В. Ющенка (2008 та 2009) була однаковою. Тому, хоча на початку президентства В. Ющенка у 2005 р. та 2006 р. відбулося покращення показників правової бази порівняно з останніми роками президентства попереднього Президента України, в останні роки президентських повноважень В. Ющенка така позитивна тенденція втрапилася.

Головною тенденцією років президентства В. Ющенка у результаті дослідження можна визначити те, що в Україні рівень політичних впливів на ЗМІ практично є однаковим. Крім того, можна констатувати, що у середньому рівень політичних впливів на медіа за часів президентства В. Ющенка був значно меншим за другий строк президентства Л. Кучми. Зменшення політичних впливів на мас-медіа було особливо відчутним у перший рік В. Ющенка як Президента України (2005), коли відбулося різке зменшення політичних впливів на ЗМІ порівняно з показником попереднього року (2004) за попереднього Президента України.

Щодо економічних чинників трансформацій аудіовізуального сектора мас-медіа в Україні потрібно відзначити те, що, незважаючи на достатньо різноманітний ринок медіа в Україні, багато основних ЗМІ знаходяться у власності регіональних бізнес-магнатів, які мають тісні зв'язки з політичною владою. Таким чином, хоча прозорість власності на мас-медіа дещо покращилася в останні роки президентства В. Ющенка через дослідницькі зусилля НГО в Україні, однак загалом прозорість власності на мас-медіа залишалася на низькому рівні. Відзначимо, що у результаті дослідження автора можна говорити про те, що в Україні рівень економічних тисків на ЗМІ у 2004-2009 рр. був практично однаковим і незначно зменшився порівняно з останнім роком президентства Л. Кучми. Більш того, у середньому рівень економічних тисків на ЗМІ в Україні за президентства В. Ющенка був вищим за середній показник розрахованих автором за той самий проміжок часу економічних тисків на медіа за другий строк президентства Л. Кучми. Звичайно, на економічне середовище функціонування аудіовізуальних ЗМК вплинула й світова фінансово-економічна криза, яка негативно позначилася і на аудіовізуальному ринку медіа країн-членів ЄС, і на загалом економічному розвитку ЄС.

Україні рівень політичних впливів на ЗМІ був високим, кожного наступного року аналіз збільшувався, досягнувши найбільш високого рівня перед виборами Президента України у 2004 р.

Звичайно, вищезазвані проблеми з регресом свободи слова та посиленням політичних впливів на медіа порушували зобов'язання України щодо статті 10 Європейської конвенції прав людини і основоположних свобод та статті 19 Міжнародного пакту про громадські та політичні права, які є частиною національного законодавства відповідно до Конституції України. Так само це порушувало і статті Конституції України та Законів України, що забороняють цензуру.

На початку XXI століття значна кількість друкованих та аудіовізуальних ЗМІ знаходилися в приватній власності в Україні. Проведений автором дослідження аналіз показує те, що за останні шість років президентства Л. Кучми економічні тиски на мас-медіа постійно зростали.

Після президентських виборів 2004 р. та початку Президентства В. Ющенка міжнародні організації наголошували на необхідності розвивати вільне та професійне медіа-середовище, а також привести українські закони у відповідність з європейськими стандартами у цій сфері. До пріоритетів відносилися: написання та прийняття закону про доступ до інформації та про власність на медіа, так само як і заходи, пов'язані з ринком аудіовізуальних мас-медіа та створення незалежного громадського телерадіомовлення в Україні.

Однак, більшість з пріоритетних завдань удосконалення українського законодавства щодо аудіовізуальних ЗМК відповідно до європейських стандартів у цій сфері не було реалізовано за президентства В. Ющенка. Так, наприклад, реформа державних і комунальних ЗМІ за президентства В. Ющенка так і не відбулася. Тим не менш значним поступом у покращенні правової бази щодо ЗМІ та приведенні її до стандартів ЄС у цій сфері стала ратифікація Верховною Радою України 17 грудня 2008 р. Європейської конвенції про трансграничне телебачення від 9 вересня 1998 р. Крім того, з метою посилення свободи медіа в Україні у зв'язку з євроінтеграційною стратегією держави Президент України у 2006 р. видав Указ «Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі», яким передбачалося створення Комісії як консультативно-дорадчого органу при Президентові України.

Отож, аналіз автора правових основ функціонування незалежних і демократичних ЗМІ у Україні вказав в середньому на покращення нормативно-правової бази щодо мас-медіа в Україні за президентства В. Ющенка порівняно з другим строком президентства Л. Кучми.

Розділ 3

РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА ЄС НА РИНКУ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Історія мас-медіа в демократичних суспільствах Західної Європи та Північної Америки була історією боротьби за свої права. Наприклад, перші закони щодо впровадження цензури були видані римокатолицькою церквою в 1482 р. через публікацію критичних до церкви памфлетів. Перший індекс Папи Римського вийшов у 1559 р. Він забороняв читання певних текстів, а не тільки їх публікацію. До XVIII століття цензура газет була легітимною в інтересах держав. В історії становлення вільних французьких медіа є показовий відрізок часу між 1788 р., коли було запрошення від короля до громадян для публікації памфлетів, та 1800 р., коли закон Наполеона Бонапарта відновив контроль. У цей період можна знайти «як моменти триумфу, так й агонії журналістів, які піднімалися до голів законодавчої влади, так само як і тих журналістів, яких було засуджено революційними трибуналами до страти» [345, с. 87].

Після революцій кінця XVIII століття в Америці та Європі, які вплинули на історію всього Старого Світу, боротьба за свободу друку та відміну цензури стала більш ефективною [314, с. 63–66]. Дж. Кеане в першому розділі своєї монографії «Медіа та демократія» [302, с. 1–51] змальовує історію боротьби за свободу друку в країнах Заходу. Відповідно до його висновків, довга і виснажлива боротьба за свободу друку спочатку та з найбільшим розмахом виникла у Великій Британії, звідки швидко поширилася на Північну Америку та, у меншій мірі на Європейський континент [302, с. 8].

На сучасному етапі основні засади регулювання телерадіомовлення визначені на міжнародному рівні. На світовій арені діють правила ВТО та ООН, на європейському рівні регулювання здійснюється ЄС та Радою Європи. Окрім цього, існують додаткові рекомендації, ухвалені ОБСЄ, Комітетом з прав людини ООН, Комісаріатом ООН з прав людини тощо. Міжнародні акти щодо сфери телерадіомовлення зазвичай стосуються такого аспекту регулювання як загального антимонопольного законодавства про ЗМІ. При цьому історично міжнародне регулювання мовлення мало на меті таке завдання: плюралізм ЗМІ та свободу слова, ефективне регулювання світової торгівлі та роботу міжнародних комунікаційних магістралей [161]. Однак, важливо розрізняти міжнародні

документи, які мають рекомендаційний характер і ті, що є обов'язковими до виконання (наприклад, Європейська конвенція про транскордонне телебачення). Більшість же спеціальних рекомендацій Ради Європи не є юридично обов'язковими до виконання.

Базові принципи регулювання мовлення закріплені основоположними документами європейських інституцій. Для ЄС таким принципом є свобода надання послуг, а для Ради Європи – прав на свободу вираження. Відповідно, ЄС, у першу чергу, опікується питаннями економічного співробітництва та єдиних правил спільного ринку, а РЄ акцентує увагу на проблемах дотримання прав людини. Основними змістовними блоками діяльності ЗМІ, щодо яких ЄС та Рада Європи координують діяльність держав-учасниць, є прозорість та плюралізм мас-медіа, механізми та процедури ліцензування мовлення, транскордонне телебачення, розвиток суспільного мовлення [42].

У 1982 р. Комітет міністрів Ради Європи ухвалив Декларацію про свободу виразу думки та інформації, визначивши на меті відсутність цензури, здійснення відкритої державної інформаційної політики та існування різних незалежних і автономних ЗМІ, що дозволяють відобразити багатоманітність ідей і точок зору. У 1994 р. було прийнято Рекомендацію Комітету міністрів Ради Європи «Про заходи щодо прозорості засобів масової інформації», яка сформулила шість принципів прозорості ЗМІ, основні правила доступності, відкритості та транспарентності інформації про медіа. У 1999 р. Комітет міністрів Ради Європи ухвалив Рекомендацію «Про заходи стимулювання плюралізму ЗМІ», в якій серед основних заходів стимулювання зазначалися регулювання питань власності, розвиток нових комунікативних технологій, змістовне наповнення, власність і редакційна відповідальність, громадська служба мовлення. У 2001 р. ПАРЕ прийняла Рекомендацію «Свобода слова та інформації в засобах масової інформації в Європі», в якій було підкреслено важливість розвитку незалежних ЗМІ для збереження та розвитку демократичних цінностей [42].

Сьогодні ЄС наполягає на максимальній лібералізації та конкуренції у сфері мас-медіа та використовує свої регулятивні інструменти, такі як, наприклад, директиви, для того, щоб впливати на розвиток та функціонування аудіовізуальних ЗМІ в Європі [209, с. 126]. Отже, погоджуючись зі словами медіа-дослідника Д. МакКуайла, медіа-регулювання є зараз важливою частиною політичного порядку денного в Європі [325, с. 161].

Стаття 10 Європейської конвенції захисту прав людини і основоположних свобод гарантує свободу висловлювань та інформації.

Україні не було інтенсивних політичних дебатів, на відміну від більшості постсоціалістичних країн Центрально-Східної Європи.

Конституція України була прийнята Верховною Радою України 28 червня 1996 р. і зафіксувала право кожного на свободу думки, слова, переконань. Крім того, такі важливі законодавчі акти були прийняті за часів президентства Л. Кучми, які регулюють діяльність аудіовізуальних медіа: Закон України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» (1997); Закон України «Про Національну Раду з питань телебачення та радіомовлення» (1997).

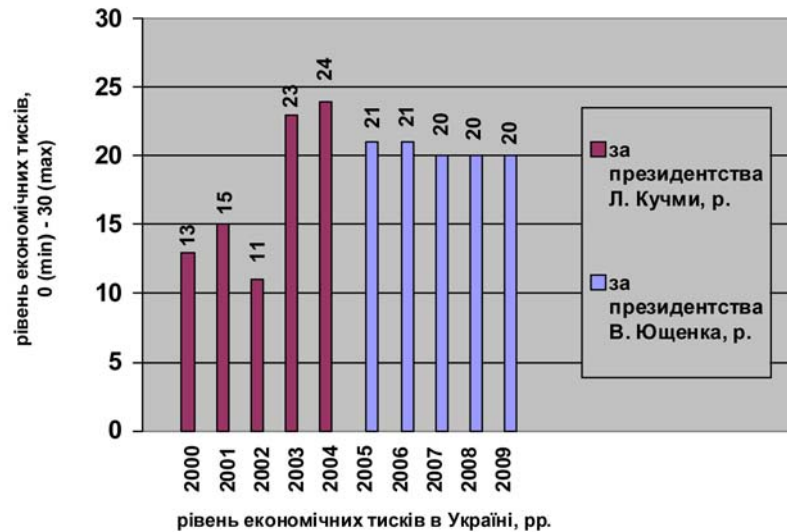
Щодо дотримання етичних норм у ЗМІ, то Закон України «Про захист суспільної моралі», прийнятий у 2004 р., встановлює правові основи захисту суспільства від розповсюдження продукції, що негативно впливає на суспільну мораль. У той же час діяльність Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 2004 р. «Про Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі» викликає певні застереження з точки зору їх повної відповідності загальним і, у тому числі, європейським стандартам свободи слова та права людини на інформацію.

Закон України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» (1997) визначив створення громадських аудіовізуальних медіа як і в інших постсоціалістичних країнах Європи. Однак, аналіз Закону, проведений автором, свідчить про те, що незалежність управління громадських медіа в Україні можна поставити під сумнів. Адже завдання рад управління громадських медіа і призначення їх членів теоретично розроблено з можливістю здійснення політичного впливу на діяльність громадських аудіовізуальних ЗМІ. Відповідно, можна говорити й про достатньо велику перспективу політизації управління громадськими мас-медіа за умови їх упровадження на основі досліджуваної теоретично-правової розробки. Щодо системи фінансування громадських медіа, то аналіз автора показав, що в Україні передбачалося заснувати громадські ЗМІ з поступовим переходом до їх фінансування з ліцензійної плати за найкращими європейськими стандартами в цій сфері.

Аналіз політичної ситуації, зроблений автором, важливий для розуміння причин того, що, починаючи з другого строку президентства Л. Кучми, в Україні почався постійний регрес зі свободою слова та свободою медіа через посилення президентської влади в країні. Так, головною тенденцією шести років аналізу за Президентства Л. Кучми в результаті авторського дослідження можна визначити те, що в

Малюнок 5.6¹⁵

Економічні тиски на медіа в Україні за президентства Л. Кучми та В. Ющенка (2000-2009)



У результаті аналізу державної політики щодо аудіовізуальних ЗМК в Україні відповідно до змін керівних політичних еліт у країні та курсу на європейську інтеграцію підведемо підсумки до даного розділу.

На початку процесу демократизації в країні українське суспільство не змогло провести зміну політичних еліт. У результаті цього в Україні не було процесу декомунізації, як у Польщі, Чехії, Угорщині та інших постсоціалістичних країнах, і можна припускати, що це було одним із негативних факторів, що вплинув на вироблення та реалізацію державної політики України щодо аудіовізуальних ЗМК.

В Україні була прийнята низка законів, які регулюють всі аспекти діяльності мас-медіа, від друкованих до аудіовізуальних і нових технологій у цій сфері. Наприклад, Закон України «Про інформацію», запроваджений у 1992 р., визнає право на інформацію. Головним законодавчим актом щодо аудіовізуальних мас-медіа в Україні можна вважати Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 1993 р., зі змінами та доповненнями. Щодо прийняття цього Закону в

Потрібно зазначити, що Європейська конвенція з прав людини є документом, обов'язковим для виконання країнами-учасницями. Наддержавні органи, такі як Європейський суд з прав людини, слідкують за виконанням положень Конвенції. Крім того, права і свободи за положеннями Конвенції повинні бути прямо запровадженими в національному праві. Більш того, існують і директиви Європейської Комісії, які повинні бути запроваджені в національному законодавстві країн-членів, та обов'язковими до виконання [220, с. 207]. Хоча принцип «вільної передачі інформації» було задекларовано у 1948 р. Загальною декларацією прав людини, прийнятій на Генеральній Асамблеї ООН [34], але Декларація не накладала зобов'язання на впровадження її принципів. Відповідно до статті 19 цього документа свобода інформації є всесвітнім правом людини: кожен має право на свободу думки і висловлювання, а також шукати, отримувати та передавати інформацію та думки через будь-які медіа та незалежно від кордонів [293, с. 60]. Лише в 1976 р. додатковий юридичний документ Міжнародний пакт про громадянські і політичні права юридично зобов'язав країни-учасниці до виконання його положень [238, с. 67; 74].

Європейський Союз зараз відіграє суттєву роль у формуванні медіа-регулювання у Європі, на відміну від майже всього ХХ століття. Незважаючи на те, що ЄС ще й досі немає єдиної політики щодо комунікацій, інститути ЄС такі як: Європейська Комісія, Європейський Парламент та їх комітети займаються питаннями, пов'язаними з комунікаціями. Більш того, починаючи з 1990-х рр. впливовість європейських консультативних органів постійно зростає. Спільний європейський ринок, що є одним з найбільших досягнень європейської інтеграції, стосується аудіовізуального мовлення так само, як і всього іншого.

Головний аспект діяльності ЄС полягає в регулюванні ринкових процесів. Його правові норми служать для створення передумов функціонування ринку в Європі та для перешкоджання негативним наслідкам процесів вільного виробництва та обміну.

Так, важливим напрямом діяльності європейських інституцій стало формування загальноєвропейського інформаційного простору. У 1974 р. Суд Європейських Співтовариств підтвердив дію принципу свободи надання послуг відносно мовлення, що означало застосування до мовних компаній загальних правил конкуренції. Це знайшло своє відображення в Директиві ЄС «Телебачення без кордонів» (1989), яка зобов'язала учасників утримуватися від обмеження ретрансляції телепрограм з інших держав та гарантувати виконання вимог цієї директиви і

¹⁵ Малюнок складено автором на основі джерел: Freedom House report // www.freedomhouse.org

внутрішнього законодавства власними телемовниками, а також внормувала певні моменти розміщення реклами та просування європейського продукту. У 1997 р. в Директиву були внесені зміни, зокрема, положення про події особливої суспільної значущості та обов'язковість доступу населення до їх трансляції. У той же час держави-учасники Ради Європи підписали Європейську конвенцію про транскордонне телебачення, яка за змістом є близькою до Директиви «Телебачення без кордонів» [42].

Регулятивні та регламентуючі програми ЄС виходять з переговорів між представниками національних урядів, Комісії та Європейського Парламенту. Вони формально приймаються в Раді міністрів, однак пропозиції рішень повертаються до обговорення на неформальних попередніх переговорах між європейськими та національними галузевими управліннями та експертними об'єднаннями. Роль Європейського Парламенту в ухваленні рішень та в процесі прийняття управлінських рішень змінюється залежно від того, яка законодавча практика застосовується. У процесі прийняття спільного рішення може бути накладене вето. У принципі, на думку А. Бенца, у ЄС існує багатостороння система переговорів, що поєднує національну та спільно-європейську площину з їхніми відповідно різними організаційними контекстами [3, с. 215].

Можливість уніфікації регламентуючої політики в ЄС впливає принципово на те, що держави, які впровадили високий рівень регулювання, намагаються зробити його європейським стандартом. Вони підтримують або сприяють ініціативам ЄС, і запропоновані ними принципи регулювання стають головним пунктом переговорів у європейській багаторівневій системі. У першу чергу це вдається у сферах, в яких регулювання позитивно сприймається суспільством, а також діє як індикатор якості життя. Тому держави, які впровадили, наприклад, ефективні закони для поліпшення охорони довкілля, охорони здоров'я, захисту прав споживачів або соціальної політики, перебирають роль форејтора, локомотива ЄС. Це саме має місце у випадку перегулювання забезпечення інфраструктур (залізниця, пошта та телекомунікації, енергозабезпечення) [3, с. 217].

Організаційні правила політичної системи ЄС прив'язують держав-учасниць до основних принципів поведінки, які запобігають тому, щоб уряди максимально наслідували стратегії влади. Парламенти можуть примушувати свої уряди жорстко дотримуватися національних інтересів, але, оскільки вони оцінюють можливості отримання проблем, то зазвичай відмовляються від формальних об'єднань свого уряду з позиціями переговорів [3, с. 218].

від реклами в комерційних медіа та стала загрозою для зменшення медіа-плюралізму через підвищення залежності від державних субсидій або більшої концентрації власності на медіа» [254] в Україні.

Ідентифікуймо економічні тиски на медіа в Україні із щорічних аналітичних доповідей «Фрідом Хауз» за п'ять років президентства В. Ющенка (2005-2009) та порівняймо ці показники з відповідними показниками за п'ять років президентства Л. Кучми (2000-2004). Нагадаймо, що «економічний тиск» визначається спеціалістами «Фрідом Хауз» «зі структури медіа власності, ціни на заснування нових медіа так само, як і їх випуску та розповсюдження, вибіркового надання реклами та субсидій від держави, офіційних преференцій у наданні ліцензій та вплив корупції та хабарництва на контекст медіа» [248]. Автором було систематизовано дані щорічних доповідей організації щодо економічних тисків на ЗМІ в Україні за 2000-2009 рр. та представлено їх у графічній формі (див. Мал. 5.6).

Економічні тиски в аналізі «Фрідом Хауз» вимірюються за шкалою від «0» (найменший рівень економічних тисків на медіа) до «30» (найбільший рівень економічних тисків на медіа).

За розрахунками автора, за п'ять років (2005-2009) президентства В. Ющенка середній рівень економічних тисків на ЗМІ в Україні становить «20,4» із максимальних «30», що є рівнем вище середнього. Для порівняння, середній показник розрахованих автором за той самий проміжок часу економічних тисків на медіа за другий строк президентства Л. Кучми (2000-2004) складає «17,2», що є в середньому нижчим рівнем економічних тисків на ЗМІ порівняно з періодом за Президента В. Ющенка.

У результаті дослідження можна визначити й те, що в Україні рівень економічних тисків на ЗМІ у 2004-2009 рр. був практично однаковим («21» у 2005, 2006 рр. та «20» у 2007, 2008 та 2009 рр.) і незначно зменшився (до показника у «21» у 2005 р.) порівняно з останнім роком президентства Л. Кучми («24» у 2004 р.).

Звичайно, такі тенденції з економічними тисками на ЗМІ на медіа-ринку можна також пояснити й світовою фінансовою та економічною кризою, яка відбулася за президентства В. Ющенка та, безумовно, негативно вплинула на розвиток ринку ЗМІ в Україні. Однак, можна говорити й про те, що при зменшенні політичних впливів на медіа за часів Президента В. Ющенка, покращення ситуації з економічними тисками не відбулося ще й через те, що тиски керівних еліт на ЗМІ змістилися з площини політичних – у економічні, на чому наголошують також міжнародні та вітчизняні правозахисні організації.

повсюдженим явищем у комерційних медіа [252]. Загалом же, ЗМІ у своїх рекламних прайсах прямо вказують на вартість розміщення таких матеріалів, що змінюється в залежності від рейтингу програми та тривалості такого матеріалу. Серед таких послуг: підготовка і розміщення статті, сюжетів у новинах, журналістського одностороннього розслідування чи телевізійного фільму. Різновидом цього є запрошення так званих «гостей» у студію: часто запрошуються політики чи бізнесмени, котрі люблять свої інтереси за оплату телерадіоорганізаціям, а не особи, що можуть внести додаткову інформацію в суспільну дискусію. Уся така інформація передається без зазначення, що це є реклама чи оплачений матеріал, що вводить людей в оману, [117], на думку українських правозахисників.

Узагалі така прихована реклама, або, по-іншому, розміщення в ЗМІ оплачених матеріалів (так звані «джинси») [117; 252], була поширеною в мас-медіа в роки президентства В. Ющенко та, на думку фахівців «Фрідом Хауз», призвела до зменшення довіри громадян України до журналістів [252].

В останні роки ЗМІ діють у ринковому середовищі, адже у 2006 р. Україні було надано статус країни з ринковою економікою, хоча в Україні діяльність медіа під час перехідної економіки була значно довшою, ніж у більшості інших країн постсоціалістичного транзиту Центрально-Східної Європи. Загальні економічні показники в Україні відстають від відповідних показників більшості інших країн регіону, це означає, що й економічні тиски на ЗМІ повинні бути більшими в Україні через залежність медіа від економічної ситуації в країні.

Відповідно до даних організації «Хьюман Райтс Вотч», яка оприлюднила спеціальну доповідь по Україні, «слабкість української економіки обмежує можливість незалежних медіа процвітати як бізнес, що приносить зиск і залежить виключно від реклами і прибутку від продажу» [416]. Тому можна говорити про те, що економічні тиски на ЗМІ пов'язані з нестійкою економічною ситуацією країн, і це призводить до використання державних дотацій або фінансової підтримки від індивідів та груп, що ставить під загрозу свободу медіа. Так, наприклад, в Україні економічна нестабільність змушує більшість ЗМІ та журналістів приймати спонсорську допомогу від головних індустріальних та політичних груп в обмін на фінансову безпеку [415]. Дж. Дрюкер і Д. Кокс називають такий феномен «економічною вразливістю» [235, с. 34] медіа-ринку. Негативні тенденції продовжують зберігатися та посилюються на українському медіа-ринку у зв'язку також з тим, що «глибока економічна криза в країні у 2009 р. після світової фінансової кризи призвела до різкого зменшення прибутків

Важливо відзначити, що власне виконання регламентуючої політики потрапляє в компетенцію національних адміністративних установ. Наприклад, існують директиви Європейської Комісії, які повинні бути запроваджені у національні законодавства країн-членів та обов'язковими до виконання. Єврокомісія виконує контрольні функції і має певні можливості застосування санкції. У будь-якому випадку вона може подавати до Європейського Суду на країни-члени через порушення європейського права відповідно до договору. Статутно-політичні правила ринкової незалежності здійснюються, у тому числі і контролем грошової допомоги. Політико-правове регулювання ринку може здійснюватися і шляхом контролю за розподілом допомоги. Закон ЄС вимагає, щоб держави-учасниці, а також їх регіони та місцеві управління повідомляли про всі субсидії або пільги, які надаються підприємствам комісією. Хоча регламентуюча політика відрізняється також тим, що держави-учасниці дбають за всю єдину європейську політику в ЄС і наголошують на видах регулювання та, відповідно, дерегулювання або на процесах розходження інтересів [3, с. 218-219]. Вищезазначене стосується, в тому числі, й регулювання медіа-ринку в ЄС.

Відповідно до стандартів ЄС, одним із головних завдань у політиці щодо медіа є встановлення абсолютної прозорості щодо приватної власності в медіа-індустрії [387, с. 67]. Як про це говорить дослідник Я. Куїлленбург, відкритість та прозорість щодо приватної власності і громадський контроль та регулювання [222, с. 31] існують для того, щоб виключити можливість медіа концентрації на ринку ЗМІ.

Учені Дж. Тансталл і Д. Мачін звертають увагу на фінансову прозорість як на один із найважливіших аспектів функціонування медіа-ринку, який існував упродовж усієї історії демократичних англо-американських медіа [411, с. 74]. Економічні аспекти трансформації медіа-ринку в Західній Європі були надзвичайно важливими протягом історії і вказували на зв'язок з політичними впливами на ЗМІ. Наприклад, випадки концентрації та монополізації мас-медіа можна знайти у країнах з довгою історією демократії. Так, концентрація ЗМІ у власності так званих «баронів преси» у Великій Британії на початку ХХ століття піддала під сумнів цілий концепт свободи преси. У той період преса була у володінні трьох братів Хармсвортів, які використовували найголовніше на той час джерело інформації для того, щоб впливати на громадську думку та нав'язувати свої погляди в політиці, включаючи передвиборчі кампанії. Більш сучасні приклади медіа концентрації можна побачити в США. Відповідно до даних Е. Германа, на початку 1980-х рр. більшість ЗМІ в США контролювалися 50-ма

корпораціями, а вже через чотири роки, у 1987 р., лише 29 корпорацій контролювали такий же об'єм медіа-ринку в країні [281, с. 82].

Щодо медіа-регулювання у ЄС, то перехресне володіння на європейському ринку ЗМІ було ліквідоване в 1995 р. «Зеленим документом» (Green Paper) щодо медіа-власності. Зауважимо, що, наприклад, Велика Британія на власному досвіді побачила загрозу перехресної власності для плюралізму ЗМІ. Наприклад, «медіа-могул» Р. Мердок у 1993 р. експериментував з цінами на свої друковані ЗМІ у цій країні. Наприкінці цього експерименту його газети не приносили прибутку через надто низькі ціни в продажі, але змогли вижити через субсидії з його прибуткових медіа інших секторів власності «медіа-могула». Однак, у результаті таких низьких цін конкуруючі з Р. Мердоком газети були знищені. У США, наприклад, регулювання перехресного володіння було впроваджене у 1980-х рр. із метою «обмеження рівня вертикальної інтеграції та горизонтальної концентрації капіталу серед медіа-корпорацій у країні» [341, с. 171].

Економічні умови та тенденції щодо більшої централізації в ринкових умовах прискорюють концентрацію власності в медіа-індустрії. Р. Беркман та Л. Кітч перекладають провину в цьому на американський уряд, який, на їх думку, нічого не зробив для того, щоб зупинити розширення контролю гігантських медіа-корпорацій [200, с. 12]. Відзначимо, що федеральна комісія з комунікацій США час від часу намагалась запобігти концентрації власності на ринку ЗМІ, але з перемінним далекосяжним успіхом, на думку Р. Беркмана та Л. Кітч. Визначально, що до 1990-х рр. Федеральна комісія з комунікацій США вирішила зняти майже всі обмеження щодо власності. М. Фовлер, голова комісії на той час, вірив, що пом'якшення обмежень на власність заохотить до створення нових мереж і збільшить різноманіття програм. Критики нововведень, у тому числі й дослідники Р. Беркман та Л. Кітч, відразу відреагували, що такі дії збільшать конкуренцію між маленькими медіа-організаціями, піднімуть їх ціни та, врешті-решт, виштовхнуть з ринку ЗМІ невеликих операторів, а, отже, зменшать різноманітність медіа [200, с. 44].

Рада Європи, міжнародна організація 27 держав-членів у європейському просторі, також опікується зменшенням концентраційних тенденцій та збереженні плюралістичного медіа-середовища на європейському медіа-просторі. Так, Комітет міністрів Ради Європи 19 січня 1999 р. ухвалив Рекомендацію № R (99) 1 «Про заходи щодо сприяння плюралізму в ЗМІ». У ній Комітет міністрів, відповідно до пункту b статті 15 Статуту Ради Європи, підкреслював важливість для людей мати доступ до плюралістичного змісту ЗМІ, що зокрема

юридичною або фізичною особою [130]. Але обмежень щодо інформаційних агентств, радіо чи телебачення немає.

У результаті можна констатувати, що в Україні присутній процес концентрації та «корпоратизації» [427, с. 17] на ринку мас-медіа. Більше того, різні типи медіа стали інструментами в руках великих банків, фінансових та індустріальних груп, окремих індивідів, що уособлює авторитарну корпоративну та індустріальну модель [427, с. 18] на противагу моделі вільних медіа. Таким чином, можна сказати, що в Україні відкритість медіа-ринку призвела до структурної різноманітності конкуруючих ЗМІ [421, с. 129], але, на жаль, зазвичай не до різноманіття контексту ЗМІ. Загалом, в Україні останнім часом концентрація медіа збільшується.

Рекламний ринок був дуже слабкий, особливо для газет і журналів новин в Україні станом на 2004 р. [235, с. 35]. Близько 75-80 % всіх прибутків від реклами на ринку медіа в Україні акумулювалося в телеканалах національного масштабу. Частка газет при цьому становила лише 7 %, що є досить низьким показником порівняно з 15 % в інших країнах [235, с. 35]. У даній ситуації треба звернути увагу на те, що регіональні ЗМІ зазвичай залежать від регіональних рекламодавців, а, отже, економічне виживання регіональних медіа стає більш проблематичним за нерозвинутого ринку реклами. Щодо спонсорства, то воно було розповсюдженим явищем і при цьому «приватне комерційне спонсорство загалом політичне за характером, а власність на медіа не означає відповідальність перед аудиторією» [326, с. 32] в Україні.

Станом же на 2007 р. в Україні було сильне економічне зростання, що підвищило прибутки від реклами в мас-медіа так само як і популярність бізнес-репортажів [252]. При цьому, поступове перетворення певної частини ЗМІ в прибутковий бізнес не покращило ситуацію із незалежністю медіа, бо фінансова незалежність не зумовила незалежність редакційну [117]. Крім того, пізніше економіка України сильно постраждала від світової фінансової кризи у 2008 р., що значно зменшило позитивні економічні тенденції на медіа-ринку України [252].

Основними викликами свободі ЗМІ в Україні в останні роки став значний відсоток оплачених матеріалів у ЗМІ, що не позначається як реклама. За даними Української Гельсінської спілки з прав людини, в певних новинах більшість сюжетів є оплаченими [117]. Так, наприклад, під час передвиборчої кампанії до парламентських виборів в Україні за президентства В. Ющенка, прихована політична реклама була роз-

заснування ТРО іноземними юридичними особами лише заплутала ситуацію з власниками ЗМІ, оскільки іноземні особи були просто переведені в друге покоління власників чи цей контроль був прихований в інший спосіб [115]. Інші вчені зауважують, що «недостача прозорості, надання фальсифікованої інформації Національній раді та прихована власність роблять все складнішим процес пізнання фінансової правди» [235, с. 36] про медіа в Україні. Крім того, нова редакція Закону України «Про радіо та телебачення в Україні» від 2006 р. не передбачала відкритості інформації про власників цих ЗМІ в Україні.

Таким чином, хоча прозорість власності на медіа дещо покращилася в останні роки президентства В. Ющенка через дослідницькі зусилля НГО в Україні [254], однак загалом прозорість власності на мас-медіа залишалася на низькому рівні в Україні тому, що бізнесмени та політики часто надавали перевагу приховувати їх власність на ЗМІ та редакторський вплив на передачі новин у цих ЗМІ [252]. У січні 2008 р., наприклад, приватний телевізійний канал «5 канал» припинив трансляції передачі новин «Час» та звільнив її репортера, Є. Соболева, за його незалежний показ та аналіз парламентських виборів 2007 р. та критику політизованого редакторського втручання в роботу журналістів [253]. Таким чином, можна говорити про те, що непрозорість ринку власників ЗМІ, що не дає змогу забезпечити належний рівень плюралізму ЗМІ в Україні, є одним з основних проблем зі свободою слова в країні.

В Україні перехресна концентрація на електронні та друковані мас-медіа не обмежується законом як у більшості інших країн [114, с. 165], як зауважують медіа-фахівці. Навпаки, правова база України заохочує аудіовізуальні ЗМІ до отримання прибутку у сфері публікації та розповсюдження газет, журналів, книжок тощо [373, с. 316]. На відсутність антимонопольного законодавства у сфері ЗМІ звертають увагу й українські правозахисні групи як, наприклад, Українська Гельсінська спілка з прав людини [113, с. 133]. Те, що регулювання процесів концентрації та монополізації медіа в Україні покладено виключно на загальне антимонопольне законодавство, викликає занепокоєння в медіа-спеціалістів через особливості цих процесів та їх наслідків на медіа-ринку, відмінного від інших [114, с. 164].

Українська Гельсінська спілка з прав людини говорить про те, що в Україні існують певні галузеві обмеження щодо концентрації мас-медіа [114, с. 165], наприклад, стаття 10 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», яка встановлює обмеження на 5 % власності всіх друкованих медіа в Україні за однією

стосується інформації; звертав увагу на те, що існування численних автономних і незалежних ЗМІ на національному, регіональному й місцевому рівнях зазвичай сприяє плюралізму й демократії; нагадував, що політична й культурна різноманітність видів і змісту ЗМІ є визначальною умовою їхнього плюралізму; підкреслював, що держави мають сприяти політичному й культурному плюралізму завдяки розвитку своєї політики у сфері ЗМІ відповідно до статті 10 Європейської конвенції з прав людини, в якій гарантується свобода вираження поглядів й інформації за умови належної поваги принципу незалежності ЗМІ; нагадував рекомендації, які в минулому Рада Європи вже давала державам-членам з метою забезпечити плюралізм у ЗМІ, зокрема принципи, що містяться в деклараціях і резолюціях, ухвалених на 3-й, 4-й і 5-й конференціях міністрів з питань політики в галузі ЗМІ (Кіпр, жовтень 1991, Прага, грудень 1994, Салоніки, грудень 1997), і рекомендацію Комітету міністрів № R (94) 13 «Про заходи щодо сприяння прозорості ЗМІ»; нагадував також положення про плюралізм у ЗМІ, що містяться в Протоколі, який вносить зміни до Європейської конвенції про транскордонне телебачення та визнавав роботу, здійснену в рамках Європейського Союзу й інших міжнародних організацій у сфері концентрації й плюралізму ЗМІ [140].

У результаті Рада Європи з-поміж іншого рекомендувала своїм державам-членам: розглянути питання про впровадження законодавства, яке має на меті запобігти або протидіяти концентрації, що може загрожувати плюралізму в ЗМІ на національному, регіональному або місцевому рівнях; вивчити можливість встановлення рамок – у законодавстві, наданні повноважень, ліцензуванні або аналогічних процедурах – з метою обмежити вплив, який одна комерційна компанія чи група може здійснювати в одному або кількох секторах ЗМІ; національні органи, відповідальні за видачу ліцензій приватним телерадіомовникам, під час здійснення своїх функцій мають приділяти особливу увагу питанню сприяння плюралізму в ЗМІ; розглянути можливість створення спеціальних керівних органів у сфері ЗМІ, наділених повноваженнями протидіяти злиттю чи іншим операціям концентрації, що загрожують плюралізму в ЗМІ, або надати такі повноваження регулювальним органам, що вже існують у секторі мовлення; розглянути питання про вжиття конкретних заходів у випадку, коли вертикальна інтеграція – тобто контроль за ключовими елементами виробництва, мовлення, поширення й відповідна діяльність однієї компанії або групи – може бути шкідливою для плюралізму [140].

У 2007 р. Рада Європи ухвалила нову Рекомендацію «Щодо плюралізму засобів масової інформації та розмаїття медіа контенту» через те, що від прийняття в 1999 р. попередньої рекомендації відбулися важливі технологічні події, які зробили необхідним перегляд попередніх документів з метою їх адаптації до сучасної ситуації в медіа-секторі Європи. Ураховуючи положення про плюралізм ЗМІ, які містяться у Європейській конвенції про транскордонне телебачення (ETS № 132), а також підтверджуючи, що медіа-плюралізм та багатоманітність медіа-контенту є надзвичайно важливими для існування демократичного суспільства та впливають з основоположного права на свободу вираження поглядів та інформації, гарантованих статтею 10 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, Рада Європи визнає вирішальний внесок ЗМІ в сприяння публічній дискусії, політичному плюралізму та усвідомленню існування різних думок. Рада Європи: 1) нагадує своїм державам-членам про важливість прозорості власності на ЗМІ з тим, щоб гарантувати, що органи влади могли приймати обґрунтовані рішення і що суспільство могло робити власний аналіз інформації, ідей і думок, виражених ЗМІ; 2) рекомендує державам-членам пристосувати існуюче законодавство, особливо стосовно власності на ЗМІ, а також ужити будь-яких регулятивних і фінансових заходів, покликаних гарантувати прозорість ЗМІ та структурний плюралізм, а також багатоманітність контенту, що поширюється. Ці рекомендації Рада Європи надає беручи до уваги те, що національна медіа-політика також може бути орієнтована на збереження конкурентоздатності національних медіа-компаній у контексті глобалізації ринків і те, що явища транснаціональної концентрації ЗМІ можуть мати негативний вплив на багатоманітність контенту [183].

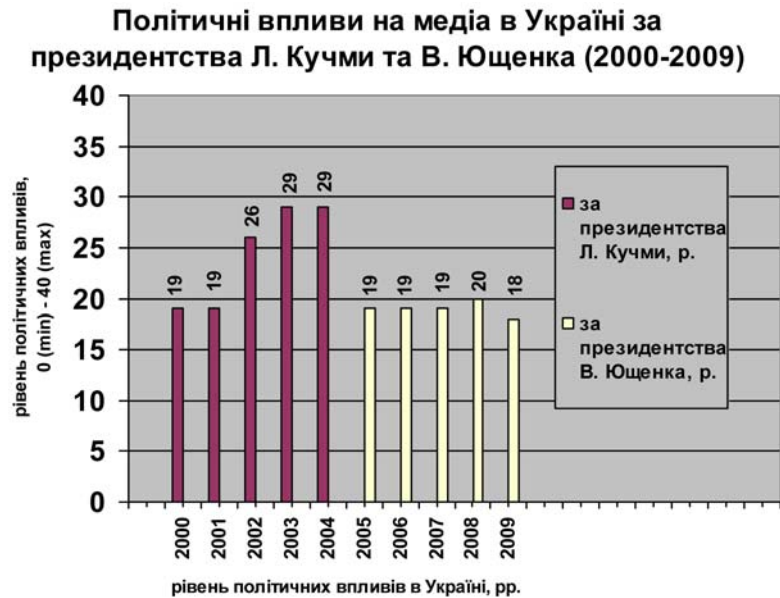
У Німеччині також особливо важливим є завдання установ федеральних земель у справах ЗМІ, яке полягає в тому, що гарантувати різноманітні погляди. Воно здійснюється з огляду на програми, що поширюються по всій країні, на підставі положень Державного договору про телерадіомовлення. У старій редакції Державного договору про телерадіомовлення намагалися забезпечити різноманітні погляди та протидіяти концентрації через встановлення межі участі у відсотках серед засновників телерадіомовлення. Ці норми не утрималися на швидко зростаючому німецькому ринку ЗМІ. Врешті-решт не можна було завадити тому, щоб у галузі приватного телебачення утворилися дві великі родини телерадіомовних компаній («CLT/UFA» та «Kirch-Gruppe»), які брали участь у багатьох програмах, могли в них

можна зробити висновок про те, що хоча порівняно з останніми роками президентства Л. Кучми політичні впливи на медіа відчутно зменшилися за весь строк президентства В. Ющенка, однак, загалом за останні роки не відбулося значного прогресу в цьому питанні, бо політичні впливи на мас-медіа залишалися на тому ж рівні, що й за президентства Л. Кучми, якщо не враховувати різке посилення політичних впливів в останні роки другого Президента України.

Станом на 31 грудня 2008 р. до Державного реєстру телерадіоорганізацій внесено дані про 1 610 телерадіоорганізацій та суб'єктів інформаційної діяльності, а саме: 1513 телерадіомовних організацій та провайдерів програмної послуги, 97 суб'єктів інформаційної діяльності. Із 1513 ліцензій за формою власності 36 – державних, 376 – комунальної власності, 1101 – інших форм власності. Із Державного реєстру телерадіоорганізацій 2008 р. було вилучено 63 телерадіоорганізації. Порівняно з 2007 р. загальна кількість телерадіоорганізацій збільшилася на 87 [117].

Незважаючи на достатньо різноманітний ринок медіа в Україні, багато основних ЗМІ знаходяться у власності регіональних бізнес-магнатів, які мають тісні зв'язки з політичною владою [252]. Одним з основних викликів останніх років президентства В. Ющенка стало зростання адміністративного тиску на журналістів з боку власників ЗМІ, що виражався в численних звільненнях, зарплаті «у конвертах», неофіційному працевлаштуванні журналістів і порушеннях трудового законодавства щодо журналістів, що використовувався власниками ЗМІ з метою просування контрольованої редакційної політики, особливо в питаннях політичного життя [117]. Інші ж ЗМІ, які знаходяться у державній власності, залежали від державних субсидій, що призводило до поширеного явища самоцензури журналістів та висвітлюванню новин відповідно до певних політичних або економічних інтересів [252].

Разом із тим, в Україні дізнатися про власника ЗМІ, особливо аудіовізуального, практично неможливо [114, с. 164–165; 166] через повністю непрозорі схеми власності на медіа в Україні, у тому числі й через відсутність в Україні обов'язку оприлюднювати ім'я власника ЗМІ [113, с. 133]. А це є «однією з основних проблем у сфері забезпечення плюралізму ЗМІ» [114, с. 165]. Зауважимо, що нова редакція Закону України «Про громадське телебачення та радіомовлення», ухвалена Верховною Радою України у 2006 р., не змінила ситуацію на краще в цьому питанні. Так, на думку спеціалістів Української Гельсінської спілки з прав людини, норма закону щодо заборони

Малюнок 5.5¹⁴

Загалом, за підрахунками автора, за п'ять років президентства В. Ющенка (2005-2009) середній рівень політичних впливів на ЗМІ в Україні становить «19», що є середнім рівнем. Для порівняння, за такий же період у п'ять років другого строку президентства Л. Кучми середній рівень політичних впливів на медіа дорівнював «24,4». Отож, можна констатувати, що в середньому рівень політичних впливів на медіа за часів президентства В. Ющенка був значно меншим за другий строк президентства Л. Кучми. Зменшення політичних впливів на мас-медіа було особливо відчутним у перший рік В. Ющенка як Президента України (2005), коли відбулося різке зменшення політичних впливів на ЗМІ («19») порівняно з показником попереднього року (2004) за попереднього Президента України («29»). Така велика різниця у втручаннях та невтручаннях політичних еліт у функціонування медіа була відчутною і її констатували міжнародні та вітчизняні правозахисні організації та журналісти. Однак, з малюнку можна побачити, що рівень політичних впливів за часів Президента В. Ющенка був на тому ж самому рівні, що й за Президента Л. Кучми у 2000 та 2001 р. Звідси

¹⁴ Малюнок складено автором на основі джерел: Freedom House report // www.freedomhouse.org

отримати надзвичайно велику частку глядачів і разом із видавництвом «Springer» домінували на ринку телерадіомовлення [182, с. 243].

Оскільки норми щодо гарантії різноманітних думок виявилися відносно неефективними, у 1996 р. було внесено зміни до Державного договору про телерадіомовлення. У змінній редакції, яка набрала чинності з 1 січня 1997 р., робиться спроба гарантувати наявність різноманітних думок та протидіяти концентрації завдяки моделі «частки на ринку» і «частки глядачів». Згідно з цією редакцією кожне окреме підприємство може мати максимум 30 % аудиторії німецьких телеглядачів: якщо програми компанії в середньому за рік досягають частки глядацької аудиторії у 30 %, то виникає підозра, що тут панує влада однієї думки (речення 1 абзацу 2 параграфу 26 Державного договору про телерадіомовлення). У цьому випадку контроль по всій країні здійснює Комісія з контролю за концентрацією, яка була створена для підтримки установ федеральних земель у справах ЗМІ. Крім цього, приватні власники, згідно із змінним Державним договором про телерадіомовлення, повинні передати час для трансляції передач незалежній третій стороні, якщо їхня частка на ринку досягне 10 %. Тим не менш, німецький медіа-дослідник Г. Штромайер має сумнів чи було створено значно кращий засіб для гарантії представлення різноманітних поглядів та унеможливлення концентрації на медіа-ринку Німеччини завдяки вищезазначеним змінам у Державному договорі про телерадіомовлення. Певні дослідники навіть стверджують, що таким чином просто змирилися з концентрацією ЗМІ на ринку телебачення [182, с. 243–244].

Щодо рекламного ринку, то його рівень в країнах пов'язаний, у тому числі, зі стабільним прибутком медіа та, відповідно, фінансовою незалежністю ЗМІ [388, с. 24], адже компанії приватного телерадіомовлення фінансуються, за винятком платного телебачення, лише за рахунок доходів від реклами.

Крім того, спонсорство, що означає деякий внесок у виробництво продукції в обмін на публічність [257, с. 185], становить важливу частину прибутку медіа. Але існує чітка відмінність між рекламою та спонсорством: у той час як реклама не впливає на контекст програм і вважається основним джерелом прибутку ЗМІ, спонсорство може впливати на контекст програм двома способами. По-перше, може загрожувати редакторській незалежності і, по-друге, впливати на зміст програм таким чином, щоб маніпулювати аудиторією.

Аналізуючи регулювання реклами та спонсорства в мас-медіа на наддержавному рівні в ЄС, потрібно розглянути Директиву «Телебачення

без кордонів» (Television Without Frontiers Directive) (1989) щодо радіо та телебачення, до якої було внесено поправки у 1997 р. у зв'язку з інноваційним розвитком в аудіовізуальному секторі ЗМІ. Так, стаття 17 Директиви «Телебачення без кордонів» говорить про те, що спонсорство дозволене лише для цілої програми або більшої її частини [275, с. 203]. Разом із тим, дана директива обмежує рекламний час до 12 хвилин на годину на радіо та телебаченні у країнах ЄС [411, с. 212].

Зауважимо, що технологічні революції на початку 1980-х рр. та швидко зростаючий торгівельний дефіцит з США в аудіовізуальній сфері, стали поштовхом для впровадження загальноєвропейського регулювання у цій галузі. Стрімкий розвиток технологій радіо та телебачення, особливо супутникового теле- та радіомовлення, призвели до розповсюдження комерційних радіо- та телестанцій та їх продукції по всій Європі. У зв'язку з тим, що аудіо- та відеосигнали не зупиняються на державних кордонах, а закони, що регулюють цей сектор мас-медіа, різняться в європейських країнах, ЄС вирішив запровадити мінімальні загальні стандарти у цій сфері, що були б впроваджені в країнах-членах ЄС [404].

Крім того, також потрібно відзначити Директиву «Аудіовізуальні медіа-послуги без кордонів» (Audiovisual Media Services Without Frontiers Directive), яка розширила регуляторну політику ЄС, що спочатку була розроблена для телебачення та радіо до Інтернету. Директива ЄС «Аудіовізуальні медіа-послуги без кордонів» вступила в силу в кінці 2007 р. та з того часу її регуляторні положення впродовж двох років повинні були бути впровадженими у законодавство країн-членів ЄС, але щонайпізніше 19 грудня 2009 р.

Директива «Аудіовізуальні медіа-послуги без кордонів» (2007) направлена на всі аудіовізуальні медіа-послуги у цифрову еру в ЄС. Вона замінює Директиву «Телебачення без кордонів», пропонуючи менш детальне і більш гнучке регулювання. У тому числі, дана Директива модернізує правила реклами на телебаченні з метою покращення фінансування аудіовізуального контексту. Нові правила надають більш широке визначення того, у чому полягає реклама, включаючи спонсорство, розміщення продукції, телевізійного магазину тощо. Це робиться для впевненості в тому, що єдиний спільний код правил стосується всіх форм комерційного аудіовізуального контексту незалежно від того, який використовується метод доставки програми, з яким вони асоціюються (стаття 3е) [404].

Регулювання реклами на телебаченні направлено на дотримання стандартів якості та обмеження кількості реклами. До існуючих правил щодо стандартів якості реклами на телебаченні, таких як: захист

поширення інформації порнографічного, еротичного, насильницького характеру повинне існувати з морально-етичних міркувань, але воно не може виходити за такі межі, щоб виникала загроза державної цензури інформації, що надається. Отже, зважаючи на вищезазначене, на думку автора, можна говорити про тонку межу між державним регулюванням діяльності ЗМІ відповідно до норм моралі та цензурою і через це поставали і будуть поставати питання та сумніви щодо діяльності Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі відповідно до Закону України «Про захист суспільної моралі».

Діяльність Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі не повинна переходити в площину журналістики, в тому числі політичної. Свобода слова, свобода медіа та свобода інформації мають включати відповідальність та моральність. Однак, говорячи про моральну та відповідальну журналістику, потрібно, перш за все, ці питання пов'язувати з професіоналізмом журналістів. До аспектів моральності відноситься також і журналістська самоцензура, адже, як зазначає А. Родрігез, «поняття самоцензури означає не примушення, а відповідальність; це внутрішній механізм контролю» [374, с. 135] журналіста. Більш того, для додержання моральних принципів у журналістиці потрібно створювати коди журналістської етики та підсилювати їх важливість відповідно до європейського досвіду в цьому питанні.

Перейдімо до аналізу статистичних даних щодо політичних впливів на медіа в Україні за президентства В. Ющенка (2005-2009) відповідно до фахівців міжнародної організації «Фрідом Хауз» та порівняймо їх з відповідними показниками за другий строк президентства Л. Кучми (2000-2004). Ця організація визначає «політичні впливи» на ЗМІ як «ступінь політичного контролю над контекстом новин у медіа» [248]. Автор систематизувала дані щорічних доповідей організації щодо політичних впливів на ЗМІ в Україні за 2000-2009 рр. та представила їх у графічній формі (див. Мал. 5.5).

Нагадаймо, що політичні впливи вимірюються фахівцями цієї організації за шкалою від «0» (найнижчий рівень політичних впливів на ЗМІ) до «40» (найвищий рівень політичних впливів на медіа). Відповідно, головною тенденцією років президентства В. Ющенка в результаті дослідження можна визначити те, що в Україні рівень політичних впливів на ЗМІ практично є однаковим («19» у 2005, 2006 та 2007 рр., «20» у 2008 та «18» у 2009 р.)

попередженням порнографії і насильства у ЗМІ, а тепер її завдання також пов'язані з недопущенням приниження національної гідності, гідності особи за національною ознакою, ксенофобією, посягань на національні та релігійні святині, спробами агресивно впливати на формування світогляду молодого покоління. Потрібно визнати, що в українському суспільстві є проблеми з мовою ворожнечі, ксенофобськими висловленнями та навіть закликами до насильства в ЗМІ тощо. Звичайно, це є неприйнятним у демократичному суспільстві, в якому дотримуються всі права людини і громадянина, і за такі прояви потрібно обмежувати, але, за словами Г. Койнаш, «тут теж слід якнайчіткіше визначити припустимі обмеження свободи слова, ті, що, за словами Європейського суду з прав людини, є потрібними у демократичному суспільстві» [53].

На переконання правозахисників з Української Гельсінської спілки з прав людини, взагалі існування окремого контрольного державного органу – Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі – діяльність якого спрямована лише на захист суспільної моралі, не узгоджується з демократичними принципами. На їх думку, існування такого органу – це інституалізація державної цензури, межі якої чітко не визначені й будуть постійно розширюватися. За час президентства В. Ющенка практика показала істотні порушення стандартів свободи слова через усе більше активну діяльність цього органу влади. Взагалі відповідно до вимог Європейської Конвенції про захист прав людини та практики Європейського суду з прав людини обмеження свободи вираження з метою захисту суспільної моралі повинне відбуватися виключно на підставі закону та бути необхідним у демократичному суспільстві. Однак, українському законодавству із захисту суспільної моралі бракує чіткості та передбачуваності, а рішення Комісії не є пропорційними поставленій меті. Тому, на думку українських правозахисників, основними викликами останніх років президентства В. Ющенка для свободи слова в Україні стали непропорційні та необґрунтовані обмеження свободи вираження з метою захисту суспільної моралі без чіткого та передбачуваного правового регулювання [117].

Таким чином, необхідно ще раз наголосити на тому, що свобода слова не означає право, перш за все, відправника та надавача інформації до презентації своїх поглядів, але, головним чином, це право того, хто отримує інформацію на її отримання (за визначенням Р. Бартошче). Крім того, зі свободою отримання інформації тісно пов'язаний концепт плюралізму інформації – право на вибір інформації з різноманіття наданої інформації. Звичайно, державне регулювання

споживачів, дітей та людської гідності, були додані нові правила, наприклад, проти потенційно нездорових продуктів харчування (через звернення до саморегулювання індустрії або кодів поведінки). Наголошується, шоу-ради країн-членів ЄС та Європейська Комісія повинні заохочувати аудіовізуальні мас-медіа розвивати коди поведінки з метою скорочення реклами «нездорових» напоїв та їжі у програмах для дітей (стаття 3e (2)). Регулювання кількості реклами на телебаченні стало більш гнучким, але ліміт у дванадцять хвилин реклами на одну годину залишається (стаття 18 (1)). Крім того, стаття 3a Директиви накладає зобов'язання щодо прозорості редакторських рішень [404].

Загалом обидва правові документи регулюють аудіовізуальний сектор ЗМІ, у тому числі й рекламний ринок ЗМІ та спонсорство у мас-медіа. На думку спеціалістів з регуляторної політики ЄС, для того, щоб спільний ринок аудіовізуальних ЗМІ в ЄС оптимально функціонував, потрібно встановити мінімальну кількість загальних правил, що стосувалися таких аспектів, як: реклама на телебаченні, виробництво програм та захист прав меншин. Вищезазначені Директиви ЄС саме і направлені на вирішення цих завдань. Вони створюють необхідні умови для вільного руху теле- радіомовлення в межах ЄС, уключаючи більшість форм передачі аудиторії програм. Директиви ЄС досягають цього шляхом попередження країн-членів ЄС від заборони отримувати та розповсюджувати теле- радіомовлення з інших країн ЄС [404].

З приводу регулювання реклами та спонсорства в ЗМІ цікаво навести приклад Великої Британії. У цій країні реклама у друкованих медіа контролюється і регулюється головним чином через орган саморегулювання – Відділ стандартів реклами. А от щодо реклами на телебаченні та, у меншій мірі, на радіо існують чіткі обмеження частоти та кількості реклами [196, с. 198–199]. Цікавим фактом є те, що спонсорство щодо медіа було взагалі забороненим у Великій Британії до 1990 р. через побоювання, що спонсори будуть впливати на зміст медіа-програм [196, с. 225]. Та, навіть, коли тепер спонсорство у цій країні дозволене, найважливішою вважається свобода редакторів.

У Німеччині обороти реклами у компаній приватного телерадіомовлення мають значні розміри переважно у сфері телебачення. Проте їх не завжди вистачає для покриття витрат для німецького приватного телебачення за винятком деяких каналів. Більш успішними за приватні телевізійні компанії є, як правило, приватні радіокомпанії. Це пов'язано в тому числі з тим, що виробничі витрати для радіопрोगрами є значно меншими, ніж для телевізійної програми [182, с. 250–251].

Для власників приватного телерадіомовлення щодо передачі реклами не діють такі категоричні правила, як для власників громадського телерадіомовлення. Щоправда, у Державному договорі про телерадіомовлення визначено певні загальнофедеральні положення щодо передачі реклами компаніями приватного телерадіомовлення. Так, наприклад, реклама не може займати більше ніж 20 % денного часу передачі [182, с. 251].

Щодо медіа-регулювання в Німеччині, то законодавчі повноваження у галузі телерадіомовлення, згідно з Конституцією ФРН, передані, за незначними винятками, федеральним землям. Держава, відповідно до статті 73 Конституції ФРН, має право видавати лише закони щодо міждержавних угод у сфері телерадіомовлення, а також щодо сфери телекомунікації. Регулювання організації телерадіомовлення та гарантії свободи телерадіомовлення належить до компетенції федеральних земель в Німеччині. Регулювання ж телерадіомовлення за кордоном належить до компетенції держави. Так, вона має повноваження на те, щоб установлювати загальні умови для передачі телерадіомовлення, тобто розподіл, координування та нагляд за частотами, визначення місцезнаходжень телерадіомовних станцій та інтенсивності передачі, а також запобігання перешкодам. Суттєві правові основи для приватного телерадіомовлення формують закони федеральних земель про ЗМІ. Ці закони містять зокрема положення про організацію приватного телерадіомовлення та заснування інстанцій для контролю над приватним телерадіомовленням (установи земель у справах ЗМІ) [182, с. 254–255].

Регулюючі положення, що охоплюють всі федеральні землі в галузі телерадіомовлення, містяться у державних договорах федеральних земель. Оскільки регулювання питань культури є завданням федеральних земель, телерадіомовлення (радіо і телебачення) є культурним надбанням і, таким чином, федеральні землі здебільшого займаються питаннями правопорядку у сфері телерадіомовлення, то загальнодержавне регулювання в галузі телерадіомовлення потребує загальнодержавних угод між федеральними землями. Подібні угоди є державними договорами між федеральними землями і мають вигляд «закону статті» у Державному договорі про телерадіомовлення в об'єднаній Німеччині. Окрім цього, існують державні договори між окремими федеральними землями щодо заснування «установ багатьох земель», як, наприклад, між Гамбургом, Нижньою Саксонією, Шлезвіг-Гольштейном та Мекленбургом – Передньою Померанією щодо заснування Північно-німецького радіо. Ще існують угоди між телерадіомовними

заступником голови Верховної ради М. Томенком, «аби закликати боротися з негативом у новинах на законодавчому та морально-етичному рівнях» [53], правозахисник Г. Койнаш скептично ставилася до такої ініціативи. Вона визнавала те, що новини з якоїсь хроніки злочинів дійсно вводять аудиторію в оману, що може мати місце ймовірний ефект від постійного показу жертв насильницької смерті тощо, тому всі ці фактори безумовно треба враховувати. Звичайно ЗМІ мають проявляти чутливість і відповідальність, але ж ніяк не замовчувати інформацію. Однак, регулювання інформації в новинах з будь-якою метою не може не бентежити, незважаючи на слова політиків про необхідний пошук механізмів збалансування позитивної та негативної інформації при обов'язковому дотриманні принципів свободи слова та незалежності засобів масової інформації.

Хоча міжнародна правозахисна організація «Хьюман Райтс Вотч» констатує, що в цей період журналісти та ЗМІ в Україні працювали без прямого втручання влади і їх роботу, однак погрози та фізичні атаки на журналістів, які висловлюються критично до політичних еліт, ще й досі залишається проблемою [418]. Дійсно, серйозні атаки проти журналістів із застосуванням фізичної сили стали менш розповсюдженим явищем, ніж у минулому, але прокурори та міліція практично постійно зазнавали поразок у намаганні прийняти міри проти підозрюваних у атаках на журналістів у попередні роки, що призвело до культури безкарності. Крім того, незважаючи на те, що Президент України В. Ющенко обіцяв розкрити справу вбивства журналіста Г. Гонгадзе у 2000 р., під час його президентства відбувся незначний прогрес у цій справі [254].

Існували випадки втручання Національної ради з питання телебачення і радіомовлення України в редакційну політику телерадіоорганізацій та цензури окремих передач. Наприклад, приватні кабельні телерадіоорганізації скаржилися на те, що Національна Рада з питань телебачення та радіомовлення, що є державним органом регулювання медіа-ринку, видавала неформальні інструкції, які телевізійні канали мають бути включені або виключені з кабельних мереж [253]. Далі розглянемо питання обмеження свободи слова з метою захисту суспільної моралі Національною комісією з питань захисту суспільної моралі в Україні. Зазначене показує «методи та способи адміністративного впливу на зміст програм і передач, що здійснюється регулюючим органом» [117] в Україні.

Голова Експертної комісії з питань захисту суспільної моралі В. Костицький зауважив у 2008 р., що раніше Комісія займалась тільки

Незважаючи на вищезазначене, у результаті аналізу потрібно зробити наголос на тому, що оцінка нормативно-правової бази щодо діяльності ЗМІ в Україні за два останні роки президентства Л. Кучми (2003 та 2004) та за два останні роки президентства В. Ющенко (2008 та 2009) була однаковою та складала «15» балів. Отож, хоча на початку президентства В. Ющенко у 2005 р. та 2006 р. відбулося покращення показників правової бази («13») порівняно з останніми роками (2004 і 2004) президентства попереднього Президента («15»), в останні роки своїх президентських повноважень така позитивна тенденція втратилася, і показник правової бази в 2008 р. та 2009 р. знову досяг позначки у «15» балів.

Щодо політичних впливів на медіа під час президентства В. Ющенко, то правозахисники з Української Гельсінської спілки з прав людини, наприклад, відзначають, що після 2004 р. значно послабився тиск на ЗМІ та журналістів з боку влади. З 2006 р. цей тиск почав зростати, хоча рівень свободи вираження поглядів був значно вищим за рівень, що передував 2004 р. На їх думку, всі наступні роки президентства В. Ющенко ситуація зі свободою медіа була практично незмінною. Однак, незалежність від влади в цей період не стала гарантією незалежності для ЗМІ. Надалі відсутнім залишалося відокремлення редакційної політики від власників ЗМІ, що робило ЗМІ надто залежними від бажань їхніх власників, котрі все більше контролювали редакційну політику, оскільки самі практично всі є політиками [117].

З метою посилення свободи медіа в Україні у зв'язку з євроінтеграційною стратегією держави Президент України у 2006 р. видав Указ «Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі», яким передбачалося створення Комісії як консультативно-дорадчого органу при Президентові України. [138] Як зазначається в Указі, основними завданнями Комісії є: 1) підготовка пропозицій щодо виконання зобов'язань України, які випливають з її членства в Раді Європи, ОБСЄ, інших міжнародних організаціях, а також досягнення Україною відповідності політичній складовій Копенгагенських критеріїв 1993 р. щодо набуття членства в ЄС і в частині забезпечення стабільності та ефективності функціонування відповідних інститутів, які гарантують демократію, принципи свободи слова та розвиток ЗМІ та виконання відповідних положень Плану дій «Україна – ЄС» [143]. Звичайно, такі ініціативи Президента В. Ющенко щодо забезпечення свободи слова в Україні через стратегічний курс України на європейську інтеграцію не можна не оцінити позитивно.

Після відвідування круглого столу «Формування позитивного інформаційного контенту в телепросторі України», що був організований

компаніями, як, наприклад, Координаційна угода між «ARD» і «ZDF» відносно ранкової програми [182, с. 255].

Установи у справах федеральних земель у справах ЗМІ в Німеччині займаються видачею дозволу і наглядом за засновниками приватного телерадіомовлення, і це врегульовано законами земель про ЗМІ. Крім м. Берлін та м. Бранденбург, які мають спільну установу у справах мас-медіа, кожна федеральна земля має власну установу. Органами, що приймають рішення в установах земель у справах ЗМІ, є медіа-ради. Вони працюють разом із телерадіомовними радами і, подібно до них, складаються, як правило, з суспільно важливих груп. Витрати установ федеральних земель у справах ЗМІ більш ніж на 80 % покриваються від абонентської плати за послуги телерадіомовлення. Частка абонентської плати, яка надходить до установ земель у справах ЗМІ, становить 2 %. П'ятнадцять установ федеральних земель у справах ЗМІ по всій Німеччині об'єднані в мережу. З 1985 р. вони співпрацюють на Конференції директорів установ федеральних земель у справах ЗМІ, а з 1993 р. – також у Комітеті установ федеральних земель у справах мас-медіа. Таким чином, забезпечується єдине тлумачення і застосування законодавчих актів для організаторів приватного телерадіомовлення [182, с. 242].

Чимало документів країн Європи присвячено питанням суспільного мовлення. У Резолюції про роль суспільного мовлення в мультимедійному суспільстві (жовтень 1996 р.) Європейський парламент визначив необхідність підтримки суспільного мовлення як ключового елемента в розвитку інформаційного суспільства. Рада ЄС у своїй Резолюції від 25 січня 1999 р. зайняла більш стриману позицію, відзначивши, що, незважаючи на важливу роль суспільного мовлення, його фінансування державою не повинно впливати на конкуренцію на медіа-ринку [161, с. 335–336].

Протягом майже всього ХХ століття у континентальній Європі, так само як і у Великій Британії, існувала тенденція тісного зв'язку між громадським теле- і радіомовленням та інтересами держави, яка полягала у виконанні культурного дискурсу високоякісного журналізму. У Великій Британії, наприклад, перший комерційний телевізійний канал у структурі громадських ЗМІ був створений Телевізійним Актом 1963 р. У той же час «Бі-Бі-Сі» (the British Broadcasting Company – the BBC) – громадська теле- радіокомпанія Великої Британії почала трансляції у 1936 р. Однак у кінці ХХ століття у Європі виникло поняття «дуальної медіа-системи» («dual media system»); цей термін широко використовується у наукових колах з 1980-х рр. [349] і означає співіснування

обох громадських та приватних ЗМІ в одній медіа-системі. Ці типи медіа виконують різні завдання в одній медіа-системі; вони структуровані по-різному і деколи конкурують одне з одним. На думку Р. Вольдта, «в ідеалі співіснування приватних та громадських медіа повинно сприяти можливості максимального вибору для аудиторії, забезпечуючи найвищі стандарти якості» [425, с. 80]. Звідси, дуальні медіа-системи виникли з громадської медіа-системи, тобто з «моно медіа системи» («mono media system») у Європі.

На протигагу медіа-системі Західної Європи, у багатьох країнах світу, наприклад, Сполучених Штатах Америки, громадське телебачення існує лише в маргінальній формі там, де воно взагалі існує [218, с. 6]. У системі мас-медіа США головні аудіовізуальні канали є комерційними, і громадські зобов'язання виконуються невеликою додатковою організацією [391, с. 108]. Учений Л. Серес вважає найбільш визначальною рисою громадських медіа США «Американську громадську службу» («PBS») та її визначення як приватної, неприбуткової корпорації [383, с. 157]. Більше того, телемовлення у США було завжди на комерційній основі [334, с. 250], а регулювання телемовлення спиралося на віру в безпомилкову мудрість ринкових сил. Науковець Е. Херман критично ставиться до існування приватної медіа-моделі в США, стверджуючи, що «в системі, де сконцентроване багатство і влада, нерівність управління ресурсами безперечно впливає на доступ до медіа з боку громадськості та на якість самого телемовлення комерційних медіа» [281, с. 82]. Підсумовуючи словами Д. МакКуайла, вільна ринкова модель домінує у США, але це не робить її автоматично прийнятною для решти світу [325, с. 148].

Дійсно, контроль публічної та медіа-сфери є іншим засобом, через який приватна влада намагається захопити державу тому, що це забезпечує один важливий ресурс – увагу, що є найбільш цінним для політиків, які обираються на виборах шляхом голосування. Медіа-магнати такі, як: лорд Бівербрук, У. Херст та Р. Мердок можуть, якщо захочуть та докладуть до цього свої вміння, отримати велику владу над політиками, яким дуже необхідна увага та обґрунтованість своєї діяльності. Апофеозом цього тренду, на думку британського дослідника Дж. Моглана, є політична кар'єра медіа-магната С. Берлусконі, який з неповагою до незручних законів використав медіа та бізнес як основу захоплення державної влади, а потім – державну владу для посилення своєї влади над засобами масової інформації. Як він сказав своєму раднику М. Делльютрі «якщо чогось не показують по телебаченню, то його не існує» [342, с. 84].

правової бази в Україні за 2000-2009 рр. та представила їх у графічній формі (див. Мал. 5.4).

Малюнок 5.4¹³



Правова база оцінюється за шкалою від «0» (найвищий рівень) до «30» (найнижчий рівень) у рейтингах «Фрідом Хауз». Звідси, нижчі бали означають кращу нормативно-правову базу.

За розрахунками автора, середній бал правової бази щодо ЗМІ за п'ять років другого строку президентства Л. Кучми в Україні (2000, 2001, 2002, 2003 і 2004) складає «17,8». Так як даний рівень правової бази щодо ЗМІ є достатньо низьким, то можна говорити про те, що законодавство щодо мас-медіа в Україні на той період було недосконалим та потребувало покращення. Для порівняння, за розрахунками автора середня оцінка правової бази щодо ЗМІ в Україні за п'ять років (2005, 2006, 2007, 2008 і 2009) президентства В. Ющенко складала «14». Це вказує в середньому на покращення нормативно-правової бази щодо мас-медіа в Україні за президентства В. Ющенко порівняно з другим строком президентства Л. Кучми.

¹³ Малюнок складено автором на основі джерел: Freedom House report // www.freedomhouse.org

зазначають спеціалісти «Фрідом Хауз», під час передвиборчої кампанії до парламентських виборів у вересні 2006 р. ЗМІ у державній власності головним чином надавали переважно позитивну інформацію про В. Ющенко та В. Януковича [252]. Тобто, ЗМІ з державною формою власності пережили період реформування мас-медіа і ще й досі діють на території України, хоча залишаються одним із факторів з не встановлення свободи медіа в Україні через політичні втручання в їх діяльність.

Значним поступом у покращенні правової бази щодо ЗМІ та приведенні її до стандартів ЄС у цій сфері стала ратифікація Верховною Радою України 17 грудня 2008 р. Європейської конвенції про транскордонне телебачення від 9 вересня 1998 р. У результаті цього «Україна з 1 липня 2009 р. набула статусу повноправного учасника Конвенції, залишивши за собою право обмежувати на своїй території ретрансляцію програм, що містять рекламу алкогольних напоїв, у частині, що не відповідає національному законодавству» [42]. Європейська Комісія у своєму звіті щодо України «Впровадження Європейської політики сусідства у 2008 році» схвально оцінює такий крок політичних еліт України у відношенні аудіовізуальної політики. ОБСЄ надала допомогу для приведення законодавства України про ЗМІ у відповідність до європейських стандартів через проект, що завершився весною 2008 р. Зазначається, що починаючи з осені 2008 р., ці зусилля були продовжені через проект Європейської Комісії, який упроваджується Радою Європи [35, с. 21].

Крім того, важливо зауважити, що 9 вересня 2007 р. було прийнято Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», в якому викладені основні підвалини національної політики розвитку інформаційного суспільства в Україні [144].

Отож, для підсумування попереднього аналізу покращення правових основ функціонування незалежних і демократичних ЗМІ в Україні, розглянемо оцінку фахівців «Фрідом Хауз» правової бази щодо медіа в Україні за президентства В. Ющенка (2005-2009) та для ілюстрації порівняймо її з ситуацією у даній сфері під час другого строку президентства Л. Кучми (2000-2004). Правова база у дослідженні даної міжнародної організації відзначається як «закони та інші нормативно-правові акти, які можуть впливати на контекст медіа, так само, як і схильність уряду використовувати ці закони для того, щоб обмежити здатність мас-медіа функціонувати» [248]. Зазначимо, що автор систематизувала дані щорічних доповідей даної організації щодо

«Бі-Бі-Сі» у 1922 р., є визнаним лідером серед громадських медіа у світі [411, с. 71; 196; 257]. Дослідник Д. МакКуайл звертає увагу на те, що телемовлення у Британії й у деяких країнах Європи було визначено не як ринковий продукт, а як такий, що є цінним для всього суспільства, і який демократичний уряд має організувати для колективного багатства всіх громадян для того, щоб упевнитись, що громадяни добре поінформовані та навчені, так само як і розважені [325, с. 147]. Як зазначають С. Басіч-Хрватін та М. Томпсон, національні телерадіомовні компанії приймають форми тієї держави, де вони оперують. Через те, що вони виникли в період між двома світовими війнами ХХ століття та після 1945 р., ці телерадіомовні компанії мали на меті посилити існуючий політичний порядок тим, що вони служили домінантній концепції національної ідентичності [199, с. 8].

Потрібно наголосити, що «Бі-Бі-Сі» у Великій Британії має найдовшу традицію громадського мовлення у Європі [239; 211]. Незважаючи на це, Британія не була єдиною країною, яка запровадила громадські медіа в першій половині ХХ століття, однак інші країни-піонери в цій галузі підпали під фашистський або нацистський контроль [411, с. 74].

Як зауважує німецький медіа-дослідник Г. Штрмайер, створення телерадіомовлення, яке існує цілком вільно від державних та економічних впливів, було основною метою політики телерадіомовлення західних окупаційних держав у ФРН. Після Другої світової війни західні союзні країни тимчасово використовували існуючі телерадіокомпанії для того, щоб контролювати політичне та економічне становище у Західній Німеччині. Потім вони заклали основи для громадського телерадіомовлення за зразком моделі Британської «Бі-Бі-Сі». Згодом громадські телерадіокомпанії почали розвиватися на рівні земель у ФРН. Натомість, у НДР телерадіомовлення використовувалося для того, щоб повідомляти політику держави та виховувати громадян у дусі соціалізму. Проблематичним для керівництва Східної Німеччини виявився той факт, що в багатьох регіонах НДР можна було приймати західні радіо- і телестанції. Пізніше, у кінці 1980-х рр. у рамках створення нової структури східнонімецького телерадіомовлення після воз'єднання Німеччини були засновані дві нові східнонімецькі громадські телерадіомовні компанії. Так, метою постанови Народної палати НДР «Про забезпечення свободи слова, інформації та засобів масової інформації» було передусім створити в НДР незалежне від держави, громадське телерадіомовлення [182, с. 197–198]. Таким чином, спочатку в ФРН після Другої світової війни, а потім і в об'єднаній Німеччині і кінці 1980-х рр. було запроваджено громадське телерадіомовлення за аналогом Британського «Бі-Бі-Сі».

Бельгійський уряд, побоюючись того, що може втратити контроль над радіочастотами через швидке розповсюдження приватних радіостанцій, вирішив наслідувати Британський досвід у заснуванні громадської компанії, яку було засновано у 1930 р. під назвою «NIR/INR» (National Institute for Radio Broadcasting). Ця організація транслювала програми французькою та голландською мовами і фінансувалася урядом державами на 90 % з прибутку від надання радіо ліцензій. Рекламу було заборонено. Плюралізм поглядів та програм забезпечувалося різними методами. Однак, після Другої світової війни влада впливала на громадське мовлення і, щоб запобігти цьому, було створено новий статут та прийняті нові закони. Тим не менш, як зазначають Ф. Антуан, Ф. Сайерс, Д. Граммєнс та Е. Ван Дамм, хоча в принципі вплив уряду на функціонування громадських ЗМІ був обмежений, на практиці уряд мав достатній вплив на громадські мас-медіа через процедури призначення на посади [189, с. 48–49]. Дослідники зауважують, що у сучасній Бельгії федеральна влада не має практично ніяких повноважень для вироблення державної аудіовізуальної політики. Однак, що стосується телебачення, то тут законодавці бельгійських федеральних утворень мають брати до уваги ті правила в регулюванні ринку цього мас-медіа, які вимагає Євросоюз [189, с. 51].

Отже, громадські медіа запроваджені в континентальній Європі головним чином після 1945 р. і, на думку різних дослідників [344; 182], були скопійовані з моделі «Бі-Бі-Сі» у Британії, навіть у Німеччині. Однак, результати впровадження громадських медіа у різних країнах Західної Європи й досі різні, що виражається в їх функціонуванні.

Серед дослідників ЗМІ існує спільна думка про те, що дуальні медіа-системи виникли з початком комерціалізації сектора радіо та телебачення. Це означає, що держава змінює форми регулювання, які засновані на громадському інтересі, служінні громадськості та схожих стандартах на такі, як універсальність і закони вільного ринку, що встановлюють регулювання медіа [341, с. 168]. Для дослідників К. Марседена та С. Верхалста також є зрозумілим, що питання стоїть більше про «ре-регулювання», ніж про де-регулювання [363, с. 221], коли поняття «суспільного інтересу» суттєво переглядають для того, щоб до нього віднести економічні та споживчі цінності [222, с. 31] у сучасному секторі аудіовізуальних медіа.

З 1980-х рр., коли громадські телерадіомовні компанії уже втратили або почали втрачати свою монополію на ринку через прихід на медіа-ринку Європи приватних аудіовізуальних компаній, міжурядові організації почали визнавати громадське мовлення як основу європейської

однак на практиці зменшилася повага до цих законів та їх дотримання за останні роки після «помаранчевої революції» 2004 р. [252].

Хоча Україна в 1997 р. врешті-решт прийняла закон, який створив правові рамки для запровадження громадської системи радіо та телебачення, громадські медіа і більше ніж через десять років після прийняття відповідного закону ще й досі не функціонують в Україні. Після «помаранчевої революції» в Україні, яка декларувала забезпечення свободи масової інформації та створення громадських медіа в країні серед низки інших питань, було зроблено кілька спроб внести зміни до Закону «Про систему громадського радіо та телебачення в Україні» від 1997 р., але всі вони зазнали невдачі. У 2008 р. Президент України видав Указ «Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України», в якому Президент постановив Кабінету Міністрів України вжити заходів щодо створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України з метою «всебічного задоволення потреб суспільства в оперативній, об'єктивній інформації, забезпечення плюралістичного характеру мовлення, висвітлення позицій представників різних верств населення, забезпечення реалізації конституційного права особи на інформацію, керуючись статтями 34 і 102 Конституції України, нормами Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України»» [142]. Однак, на думку правозахисників Української Гельсінської спілки з прав людини, створення громадських телерадіоорганізацій в Україні не відбулося через те, що не існувало «політичної волі Президента, голови уряду та парламенту» [117]. Отже, політичні еліти знову продемонстрували свою неспроможність або небажання віддати повноту своєї влади над державними радіо та телебаченням.

Протягом 2007 р. продовжувалась розробка закону «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». Він був унесений до парламенту, проте листом від 1 березня 2007 року Законопроект був відкликаний у зв'язку зі зміною складу Уряду. Міністерство юстиції України звернулося до Кабінету Міністрів України з поданням про перенесення терміну доопрацьованого проекту Закону на 1 липня 2008 р. (лист від 17 січня 2008 року) [116]. Отож, реформа державних і комунальних ЗМІ за президентства В. Ющенка так і не відбулася, адже, на думку експертів міжнародної організації «Фрідом Хауз», «політичні змагання відволікали політичні еліти від реформування політизованих ЗМІ в державній власності» [252]. Живучи на дотації з бюджету, такі ЗМІ частіше працюють «рупором» влади без дотримання стандартів свободи слова. Наприклад, як

В. Фріц, нова українська влада схоже також не бажала відмовитися від певних практик колишнього «гібридного режиму України». Так, улітку 2005 р. Державна Податкова Адміністрація України поновила податкове розслідування медіа-холдингу («Бліц-Інформ»). Газети під контролем цієї компанії критикували членів команди В. Ющенко [255, с. 194].

У вересні 2005 р. посеред обвинувачень у корупції між різними членами уряду, В. Ющенко відправив Ю. Тимошенко у відставку як Прем'єр-міністра України. Через два тижні Ю. Єхануров, за поданням Президента України, був затверджений парламентом як наступник Ю. Тимошенко на посту Прем'єр-міністра України. Однак, для того, щоб забезпечити необхідну кількість голосів у парламенті для затвердження кандидатури Ю. Єханурова (і через те, що прибічники Ю. Тимошенко відмовилися), В. Ющенко домовився з В. Януковичем та його одно-партійцями [255, с. 183–184].

Конституційні зміни, що вимагав табір Л. Кучми – В. Януковича під час «помаранчевої революції», було врешті погоджено для вступу в силу в січні 2006 р. Такі зміни збільшували конституційну вагу Прем'єр-міністра та зменшували – Президента. Це лише посилювало суперечності в таборі постпомаранчевої коаліції та додало важливості парламентським виборам березня 2006 р., адже вони мали виняткове значення для визначення кандидатури майбутнього Прем'єр-міністра [255, с. 184]. Місяці політичного конфлікту між правлячими політичними елітами, включаючи розчинення пропрезидентської коаліції в парламенті та призначення колишнього конкурента В. Ющенко по президентським виборам 2004 р. В. Януковича Прем'єр-міністром України в серпні 2006 р., призупинили досягнення більшої свободи медіа та свободи слова, які загалом дотримувалися на практиці в Україні після президентських виборів 2004 р., коли В. Ющенко став Президентом України [251], відповідно до аналітичної доповіді міжнародної організації «Фрідом Хауз».

У наступні роки президентства В. Ющенко – 2007 р., 2008 р., а також 2009 р. перед президентськими виборами 2010 р. – політичний конфлікт між трьома найбільш впливовими українськими політиками (В. Ющенко, Ю. Тимошенко, В. Януковичем) «заважав проведенню реформ у країні та призвів до того, що журналісти працювали в хаотичних і дуже політизованих умовах» [252]. Хитка коаліція між В. Ющенко та В. Януковичем зазнала краху у травні 2007 р., призвівши до парламентських виборів у вересні того року та призначення Ю. Тимошенко Прем'єр-міністром України в листопаді 2007 р.

Незважаючи на те, що правове поле в Україні загалом установлює свободу медіа та є одним із найбільш прогресивних у Східній Європі,

культурної ідентичності, що прямо пов'язана з демократичними, соціальними та культурними потребами кожного суспільства та з потребою збереження медіа-плюралізму. Усі країни-члени ЄС, Ради Європи та ОБСЄ взяли на себе зобов'язання щодо підтримки громадського мовлення та в тому, щоб забезпечити його фінансову автономію та управлінську незалежність [199, с. 9].

Так, наприклад, початок приватного телерадіомовлення у ФРН припав на 1 січня 1984 р., коли почався пілотний проект кабельного телебачення в м. Людвігсхафен. Як зауважує дослідник Г. Штромайєр, цю подію часто називають «медійно-політичним вибухом» [182, с. 215]. Потреба в запровадженні приватного телерадіомовлення у Федеративній Республіці Німеччина, яка виникла набагато раніше – вже у 1950-х рр., його запровадження вимагали з двох причин. По-перше, існував економічний інтерес, адже приватне телерадіомовлення вважали інвестиційно привабливим або носієм реклами для різних видавництв та рекламної індустрії. По-друге, існували партійно-політичні мотиви. Політична партія ХДС/ХСС убачала у приватному телерадіомовленні інструмент для врівноваження, на їх погляд, одностороннього і спрямованого проти них інформування громадськими телерадіомовними компаніями. Тим не менш, вирішальною причиною, через яку тривалий час не дозволяли запроваджувати приватні компанії у ФРН, на переконання Г. Штромайєра, був брак частот. Адже без відповідних потужностей для приватних телерадіостанцій була зайвою будь-яка дискусія про запровадження приватного телерадіомовлення [182, с. 215–216]. Отже, вирішальними передумовами для появи приватного телерадіомовлення не тільки в Німеччині, а й в інших країнах Західної Європи, були: технічний розвиток, що розширив можливості передачі сигналу, а також прагнення політичних та економічних еліт до його запровадження.

На думку Ф. Моргана, нещодавній досвід показує, що ринок усе більше вимагає від комерційних ЗМІ працювати на рівні громадських медіа, і вони це роблять [340, с. 149]. Це є важливим, адже, за даними Ж.-К. Бургелмана, у результаті комерціалізації аудіовізуальних ЗМІ у Європі 60 % каналів у 1990 р. стали комерційними на противагу 5 % у 1980 р. [209, с. 126]. Отже, на кінець ХХ століття у Європі налічувалося вже більше комерційних каналів радіо та телебачення, ніж громадських.

Дослідники аналізують результати цих перетворень. Наприклад, Р. Вольдт вважає, що різні ролі та завдання громадських і комерційних ЗМІ підтримують творчу конкуренцію в стабільному медіа-середовищі, від якої аудиторія може лише отримати переваги [425, с. 83]. Деякі

вчені звертають увагу на те, що саме такими і були відносини під час функціонування дуальної системи «Бі-Бі-Сі» та «Ай-ТВ» («ITV») у Великій Британії [368], яку називали «комфортною дуальною системою» («comfortable duopoly») [257, с. 3; 196, с. 82; 411, с. 164] та яку Дж. Тансталл називав «справжнім британський компромісом» [410, с. 31] до того, як нові регулятивні структури були впроваджені у країні в результаті домовленостей між прем'єр-міністром М. Тетчер і медіа-магнатом Р. Мердоком у 1990 р. Дж. Тансталл та Д. Мачин називають ці трансформації британського медіа-ринку вирішенням дилеми комфортної дуальної системи телебачення шляхом створення не менш комфортної монополії супутникового і кабельного телебачення [411, с. 164].

Г. Штрамайер говорить про те, що завдяки орієнтації на аудиторію приватним компаніям телерадіомовлення після запровадження приватного телерадіомовлення вдалося відібрати у публічно-правових «конкурентів» велику частку на ринку. У Німеччині, наприклад, після етапу експансії приватних телерадіокомпаній на медіа-ринок, коли вони займали дедалі більшу частку на ньому, у 1992-1993 рр. утворилася певна рівновага між громадськими та приватними каналами. Однак, орієнтація приватних телерадіомовних компаній на аудиторію, а також «конкуренція» між приватними та громадськими телерадіомовними компаніями привела до того, що програми громадських компаній дещо уподібнились до програм приватних компаній [182, с. 249].

Отож, громадські електронні ЗМІ намагаються відшукати своє місце в сучасному медіа-просторі, підвищуючи свою конкурентоспроможність завдяки використанню нових стратегій, таких як, наприклад, реклама, спонсорська допомога, розважальні передачі та інше, зазвичай притаманні комерційним мас-медіа. Як зауважують Р. Коллінс та К. Марроні, телемовлення змінюється, і «Бі-Бі-Сі» повинно змінюватись разом із ним [214, с. 139]. На думку С. Сплічала, громадські аудіовізуальні ЗМІ повинні конкурувати з медіа-системами, які підтримуються державою («батьківські системи» – «paternal systems») та ринком («комерційні системи» – «commercial systems») [396, с. 62]. Але громадські ЗМІ також критикуються за свої спроби змінитися в новій медіа-реальності. Дослідник Ж.-К. Бургелман підсумовує, що в результаті вищезазначених змін фактично немає суттєвої різниці між громадським та комерційним телемовленням [209, с. 130]. Натомість, «незважаючи на часткове уподібнення, між програмами громадських та приватних компаній існують великі відмінності» [182, с. 250] уважає Г. Штрамайер.

Т. Гіббонс узагалі піддає сумніву можливість існування дуальної медіа-системи сьогодні, звертаючи увагу на той факт, що розвиток

Незважаючи на таке рішення суду, керівна політична еліта з президентського боку все ж таки вимагала конституційних змін, які б зменшили повноваження президента. Натомість, вони б погодилися на зміни до виборчого права України як вимагала опозиція. Спочатку політичний табір В. Ющенка не підтримував таку ініціативу, однак зрештою погодився на таку домовленість. 8 грудня 2004 р. парламент прийняв зміни до виборчого права та відразу й прийняв поправки до Конституції України (402 проголосували «за», 21 – «проти» та 19 – «утримались»), що мали вступити в силу 1 січня 2006 р. [255, с. 182].

На повторному другому турі виборів Президента України В. Ющенко отримав 52 % голосів проти 44 % за В. Януковича [255, с. 183]. Хоча це була важлива перемога для В. Ющенко, вона також показала що дуже значна кількість громадян України не були прихильниками його та його політичної програми, головним чином у Південній та Східній Україні. Почався наступний етап в історії України – період президентства В. Ющенко. Час після президентських виборів та «помаранчевої революції» в Україні іноземна дослідниця В. Фрітц назвала періодом «переходу від гібридного режиму до неконсолідованої демократії» [255, с. 176].

Президент України В. Ющенко призначив Ю. Тимошенко Прем'єр-міністром України. Від самого початку роботи нового Кабінету Міністрів України виникли значні суперечки та непорозуміння між новим Кабінетом Міністрів України, тобто Ю. Тимошенко, з одного боку, та головою Ради Національної безпеки та оборони П. Порошенком – з іншого. Внутрішні розколи посилювалися у зв'язку з парламентськими виборами березня 2006 р., що наближалися, а також тим фактом, що уряд В. Ющенко – Ю. Тимошенко був сформований на основі чотирьох достатньо різних політичних партій (соціалістами; партією, що очолював спікер Верховної Ради України В. Литвин; «Наша Україна» та «Блок Юлій Тимошенко»).

Після президентських виборів 2004 р. міжнародні організації такі як, наприклад, Організація Безпеки та Співробітництва у Європі (ОБСЄ), наголошували знову на необхідності розвивати вільне та професійне медіа-середовище, а також привести українські закони у відповідність з європейськими стандартами в цій сфері. До пріоритетів відносилися: написання та прийняття закону про доступ до інформації та про власність на медіа, так само, як і заходи, пов'язані з ринком аудіовізуальних мас-медіа та створення незалежного громадського телерадіомовлення в Україні [251].

Незважаючи на підвищення ролі та активності громадянського суспільства після «помаранчевої революції», на думку західної дослідниці

будуть вільними та чесними. Західні спостерігачі виявили значні порушення під час виборів. Спочатку Центральна Виборча Комісія України оголосила про те, що В. Янукович виграв тур з невеликим відривом, але пізніше проголосив випередження В. Януковича В. Ющенком з невеликою перевагою голосів в офіційних результатах.

Другий тур виборів було призначено на 21 листопада 2004 р., і він відбувся під сильним психологічним напруженням. На наступний день після виборів Центральна Виборча Комісія України попередньо проголосила, що В. Янукович виграв вибори з невеликим відривом: 49,4 % до 46,7 %. Виникли підозри в підробці результатів голосування. Наприклад, у м. Донецьку оголошена явка на вибори складала неймовірно високий відсоток – 96,7 % від тих, хто мав право брати участь у виборах. Екзит-поли вказували на лідерство В. Ющенко. Західні спостерігачі критичували електоральний процес, коли Президент Росії В. Путін привітав В. Януковича з перемогою у виборах – незважаючи на те, що Центральна Виборча Комісія України на той час ще не проголосила остаточний офіційний результат виборів [255, с. 181].

Після проголошення попередніх результатів президентських виборів Ю. Тимошенко, яка підтримала В. Ющенко як єдиного кандидата в Президенти України від демократичної опозиції, не висуваючи власну кандидатуру на вибори, закликала до загального страйку. Наступного дня після виборів близько 100 000 людей почали демонстрації в м. Київ, а молодіжний рух «Пора» організував наметове містечко на головній вулиці столиці – Хрещатику. Протести на вулицях продовжувалися та збільшувалися, незважаючи на холодну погоду, а помаранчевий колір став основним кольором протестуючих, що й дало ім'я революції. 26 листопада 2004 р. В. Ющенко запропонував проведення повторного другого туру виборів та зміни до виборчого законодавства. У той самий день Президент Республіки Польща А. Квасневський та Верховний представник Європейського Союзу зі зовнішньої політики Х. Солана приїхали до Києва для посередництва у проведенні переговорів. Важливо зауважити, що саме в той час почали розповсюджуватися вільні дебати в українських медіа [255, с. 182]. До того ж, під час «помаранчевої революції» саме Інтернет став головним джерелом інформації для українців. Так, наприклад, головна газета української «помаранчевої революції» «Українська правда» була Інтернет-газетою, на веб-сторінці якої за день було 1,5 мільйонів відвідувачів щоденно під час президентських виборів 2004 р. [345, с. 88].

Визначальним чинником було рішення Конституційного Суду України від 3 грудня 2004 р., що визнав вибори недійсними та визначив необхідність проведення повторного другого туру виборів.

кабельного, супутникового та цифрового програмування вже зламав дуальну медіа-систему [257, с. 130]. А ось Г. Штрмайер наголошує на тому, що згідно з теорією конвергенції, висунутою на початку 1990-х рр., не лише програми громадських телерадіокомпаній уподібнилися до програм приватних телерадіомовних компаній, а й програми приватних телерадіокомпаній уподібнилися до програм громадських телерадіомовних компаній. Гіпотеза конвергенції, зрештою, ґрунтується на тому, що громадські компанії отримують діючі на аудиторію програмні елементи приватних компаній («самокомерціалізація»), у той час як приватні компанії отримують успішні концепції передач громадських компаній [182, с. 249–250].

Загалом, громадські аудіовізуальні ЗМІ не можуть представляти єдино можливу медіа-модель у сучасному світі і тому повинні конкурувати з іншими медіа-моделями. Важливо зауважити, що європейські країни вирішили впровадити дуальну медіа-систему лише в результаті зовнішнього тиску від появи зарубіжних приватних аудіовізуальних каналів та європейської медіа-політики. Науковець Й. Бардоел також висловлює таку думку, додаючи, що «Європа диктує дуальну медіа-систему» [195, с. 105].

Хоча громадські медіа відіграють важливу роль на ринку ЗМІ Європи, на відміну від інших країн світу, однак певні істотні розбіжності існують між країнами Європи щодо діяльності громадських медіа та їх структури. З одного боку, успішні моделі громадських ЗМІ функціонують у Німеччині, Франції та Скандинавських країнах, у той час як в інших країнах Західної Європи, таких як Італія, Іспанія, Португалія і Греція перед громадськими медіа постають різноманітні виклики. Отже, проблеми залишаються, у тому числі й тому, що дуальна медіа-система відрізняється в різних європейських країнах.

Як зауважують вчені Дж. Тансталл і Д. Мачин, громадське телемовлення у Західній Європі потерпало головним чином від політичних впливів, тобто ці країни не змогли консолідувати традицію політичної нейтральності [411, с. 92]. Д. МакКуайл звертає увагу на те, що менші нації у Європі часто мають найсильніші традиції громадського телемовлення через потребу захистити свою національну культуру і мову. Дослідник наводить приклади країн Скандинавії, де система громадських мас-медіа була найменше дестабілізована у змінному технологічному та комерційному оточенні [325, с. 157]. Зауважимо, що протягом останніх десятиріч найбільших успіхів у втіленні ідеалу служіння ЗМІ суспільству досягли скандинавські країни. Крім забезпечення ефективного правового регулювання, імовірно цьому

сприяв високий рівень політичної культури і громадської активності в даному регіоні. Не останню роль відіграв також той факт, що в цих державах удалось уникнути політизації засобів масової інформації.

Відомий польський дослідник А. Якубович пов'язує систему сильних громадських медіа в Сполученому Королівстві з існуванням чотирьох націй у межах однієї країни (Англія, Шотландія, Уельс і Північна Ірландія) [287, с. 174–177] й, отже, з потребою наголошувати на культурній і соціальній ролі громадських ЗМІ.

Схожа ситуація і у багатонаціональній Бельгії. Наприклад, кожна з трьох культурних спільнот Бельгії (голландська або фламандсько-мовна, французькомовна та німецькомовна) мають власну систему громадського телерадіомовлення. У 1970-х рр., коли Парламент країни надав права у сфері культури Громадам (федеральні округи), кожний канал громадського телерадіомовлення став повністю автономним, та всі структурні зв'язки між громадськими телерадіомовними компаніями було розірвано. Усі відповідні питання такі, як: фінансування, зміст програм та аудит аудиторії були залишені за Громадами і політичною владою Громад. Хоча певні формальні подібності продовжують існувати між трьома системами через те, що вони є спадкоємцями однієї системи громадського телерадіомовлення, станом на сьогодні їх роз'єднання завершено, і дві третини громадян держави навряд чи дивляться програми громадських мовників одне одного [189, с. 42]. Бельгійський варіант дозволяє нам зрозуміти як громадське телерадіомовлення може оперувати в країні, яке перейшло від унітарного до федеративного устрою.

Крім того, цікавим є досвід громадського телемовлення на прикордонних територіях, наприклад, громадської телерадіокомпанії «ARTE», яку було створено на підставі франко-німецького договору від 2.10.1990 р. Дана компанія має особливу систему управління, яка формується урядами Франції та Німеччини, та фінансується з коштів бюджетів Франції та Німеччини. Мовлення даної компанії здійснюється на каналі «France 5» виключно в період між 19.00 та 3.00, а основний продукт даної компанії – це високоякісні культурні програми, документальні фільми та ток-шоу [67].

Для запобігання можливості політичних та інших впливів на громадські аудіовізуальні ЗМІ створюються телерадіомовні та адміністративні ради, що діють як наглядові органи громадського телерадіомовлення. Завдання цих рад полягає в тому, щоб представляти інтереси суспільства, адже громадські телерадіокомпанії мають право на самоврядування і не підлягають відомчому експертному контролю. На думку О. Джонсона, широке представництво у системі управління

посилена угода, переговори про яку йдуть між Україною та ЄС протягом останніх років, але нова посиленна угода між Україною та ЄС ще й досі не є підписаною. Підписання нової посиленої угоди між Україною та ЄС та вступ України до ЄС можна назвати одним з головних завдань зовнішньої політики наступного після Л. Кучми Президента В. Ющенка, що має безпосереднє значення для даної роботи.

Як тільки були завершені парламентські вибори 2002 р., увага в політиці була зосереджена на майбутніх президентських виборах 2004 р. в Україні. У політичних, дослідницьких та журналістських колах існували розповсюджені очікування того, що Президент України Л. Кучма спробує здійснити «російський стиль» передачі влади іншому політику зі свого політичного табору. Однак, результати громадських опитувань у цей період постійно показували те, що В. Ющенко був на той час найбільш популярним політиком в Україні.

У серпні 2002 р. Президент Л. Кучма почав виступати за зміну політичної системи на парламентську-президентську. Таку вимогу раніше озвучувала політична опозиція в Україні. Пропозиція Президента також уключала вибори Президента України депутатами Верховної Ради України, а не на загальнодержавних відкритих виборах. Ця ідея, на думку іноземної дослідниці В. Фрітц, виходила з того розрахунку, що це могло полегшити вибір кандидата, за яким стояли пропрезидентські сили. У кінці 2003 р. Л. Кучма також звернувся до рішення Конституційного Суду України, відповідно до якого він мав право висуватися на третій термін як Президент України у 2004 р., зважаючи на той факт, що він почав свій перший термін у президентському офісі в 1994 р. до прийняття Конституції України в 1996 р. У 2003 та 2004 рр. було здійснено дві спроби провести конституційні зміни у парламенті, що перевели владу до Верховної Ради України. Хоча ці дві спроби були невдалими, врешті-решт, конституційні зміни, схожі до запропонованих раніше Л. Кучмою, були прийняті під час «помаранчевої революції» як домовленість між старим та новим режимом [255, с. 180].

Як тільки розпочалася передвиборча президентська кампанія 2004 р. пропрезидентські сили почали використовувати жорстку тактику проти кандидата в Президенти України В. Ющенко, включаючи закриття опозиційних газет. Висвітлення передвиборчої кампанії засобами масової інформації було дуже сильно викривлено на користь кандидата в Президенти України В. Януковича. У тому числі в результаті цього рейтинги В. Януковича відчутно зросли [255, с. 180–181].

Перший тур виборів відбувся 31 жовтня 2004 р. з широко розповсюдженими побоюваннями як в Україні, так і за кордоном, що вони не

своїх кордонів [411, с. 164], що впливає на медіа-простір нації. За визначенням цих дослідників, «великі брати» – це сусідні більші країни, які розмовляють тією ж мовою [411, с. 249]. Для прикладу, у Європі «великим братом» Австрії є Німеччина, Ірландії – Велика Британія, французької Бельгії – Франція. За принципом аналогії автор робить висновок, що у випадку з Україною її «великим братом» є Росія, яка сильно впливає на медіа-ринок України з її інвестиціями в українські медіа, супутниковими каналами і телевізійною продукцією російською мовою, яка є мовою спілкування поряд із українською в певних регіонах, а в деяких – переважаючою мовою спілкування.

Як приклад націоналістичних тенденцій на українському ринку ЗМІ, можна виділити Закон України «Про ліцензування певних форм приватної діяльності» від 1996 р., який підняв поштові ціни і податки на періодичні видання російською мовою. З 1995 р. українська держава почала обмежувати розповсюдження та надання субсидій тільки для українських друкованих видань, таким чином, роблячи російські газети, які друкуються в Україні, досить дорогими. Більше того, уряд установив щомісячний податок на кожний кіоск, який продає «закордонні» (російські) видання. Деякі російські друковані видання обійшли цей податок через реєстрацію у вигляді об'єднаних товариств та додаючи слово «Україна» до їх назв (наприклад, «Известия-Україна», «Труд-Україна», «Аргументы и Факты-Україна») [372, с. 139]. У результаті такої політики загальна якість друкованої продукції знизилася [412, с. 2495]. Крім того, у 1996 р. з українського національного ефіру зникає російський канал «ОРТ», що теж можна оцінити як націоналістичні тенденції в аудіовізуальних мас-медіа. А. Ріхтер називає ці процеси націоналістичною політикою українського уряду; на його думку, це призвело до сильних обмежень російських медіа в Україні [372, с. 133]. Отже, націоналістичні тенденції щодо власності на ЗМІ та їх продукцію існують переважно у всіх країнах Центрально-Східної Європи. Однак в Україні цей процес можливо більш виражений через те, що поряд з конкуренцією та стандартами англо-американських та європейських ЗМІ присутній російський медіа-ринок, який значно впливає на український.

Базовим документом, що визначає правовий механізм двостороннього співробітництва між Україною і ЄС, є Угода про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС (далі – УПС). Однак, у лютому 2008 р. термін дії Угоди закінчився, адже вона була підписана в червні 1994 р., а набула чинності 1 березня 1998 р. строком на 10 років. Після закінчення строку дії Угоди за згодою сторін вона або автоматично продовжується, або її повинна замінити нова оновлена чи більш

громадських медіа потрібно для того, щоб кожна група у суспільстві могла висловити свої погляди [298, с. 33]. У континентальній Європі німецькі та французькі традиції громадських мас-медіа вважаються одними з найкращих, хоча, на думку дослідниці А. Мангіу-Піппіді, ради управління громадських ЗМІ політизовані відповідно до неформальних політичних угод з поділом головних управлінських посад у громадських медіа між різними політичними силами [344, с. 39]. Д. МакКуайл звертає увагу на те, що політичні партії в законодавчому органі влади колонізували аудіовізуальні ЗМІ відповідно до кількості місць у парламенті [325, с. 150].

У 2000 р. Комітет міністрів Ради Європи ухвалив рекомендацію «Про незалежність і функції регулювальних органів у секторі мовлення», сформулювавши принципи стосовно незалежних регулювальних органів, що передбачають: законодавче визнання норм забезпечення незалежності, обов'язків, повноважень, процедур призначення, звітності та джерел фінансування; захист від втручання, недопущення конфлікту інтересів, прозору процедуру призначення; унеможливлення політичного тиску; професійну компетентність; фінансову незалежність; право ухвалювати нормативні документи, здійснювати ліцензування, брати участь у плануванні частот; контролювати дотримання законодавства та умов ліцензій, накладати санкції; заборону апіорного контролю за програмуванням; обов'язкову публікацію регулярних або спеціальних звітів; підконтрольність з питань законності функціонування та прозорості фінансової діяльності [42].

Гарантії незалежності органів регулювання мовлення забезпечується, перш за все, системою їх формування. Призначення членів регуляторних органів здійснюється здебільшого за трьома основними напрямками: органами виконавчої влади або президентом; парламентом; за «змішаною» системою. Судова влада безпосередньо залучена до формування таких органів тільки у Австрії та Португалії. Разом з тим для виконання відповідних обов'язків іноді обираються судді високого рівня [119, с. 395]. Залучаються до формування регулятивних органів і суспільні організації та об'єднання. Громадськість бере участь в регулюванні комерційного мовлення Німеччини та Люксембурга, суспільного мовлення Німеччини, Ірландії та Кіпру, у консультативних органах Бельгії та Португалії. У більшості випадків юрисдикція органів регулювання поширюється на всю територію країни. Виключенням є самостійні органи регулювання у кожній із земель Німеччини, в іспанській Каталонії. Окремими органами регулюється мовлення для франкомовної й фламандської громад Бельгії [102, с. 310].

Закон ФРН щодо громадського телебачення та радіо гарантує найвищий рівень автономії менеджерам у континентальній Європі з наданням владних повноважень генеральному менеджеру [344, с. 39]. У телерадіомовних радах представлені суспільно важливі групи. Сюди ж уходить обмежена кількість членів парламенту та урядів земель. Тому, на думку німецького дослідника Г. Штромайера, «на громадські телерадіокомпанії та їхню кадрову і програмну політику не чиниться панівний державний вплив» [182, с. 212].

У німецькій моделі Загальна рада з питань радіо та телебачення призначає генерального менеджера для громадських медіа. До складу адміністративних рад уходять від семи до дев'яти членів, яких переважно або виключно обирають відповідні телерадіомовні ради. Як правило, неможливо бути водночас членом у телерадіомовній та адміністративній раді. Завдання телерадіомовних рад у Німеччині є досить широкими. Хоча в різних телерадіокомпаніях вони різняться між собою в деталях, проте зазвичай стосуються спільних основоположних цілей, таких як: призначення та звільнення директора, який відповідає за все виробництво та програмну політику; вибір членів адміністративної ради; схвалення проекту бюджету та річного балансу; консультування директора з усіх питань телерадіомовлення (особливо в питаннях програми); нагляд за дотриманням програмних директив. Адміністративні ради в системі управління громадських телерадіокомпаній Німеччини мають також важливі завдання, які можна охарактеризувати як «підзавданнями» до завдань телерадіомовних рад: укладання трудового договору з директором; перевірка проекту бюджету, річного балансу та річного звіту; нагляд за здійсненням директором керівництва, окрім програмних рішень [182, с. 212].

Складний процес розподілу влади серед регіональної та центральної влади у федеративній Німеччині також ускладнює можливості політичної інтервенції в діяльність громадських медіа. Регулювання ЗМІ в Німеччині полягає в компетентності земельної (регіональної) влади, яка відіграє ключову роль у забезпеченні незалежності громадських медіа. Крім того, у Німеччині федеральна влада продовжує працювати в рамках європейського медіа-регулювання, яке є вищим за німецьке право [220, с. 201], зауважують вчені К. Кові та К. Марсден.

Однак, стосовно незалежності управління в німецьких громадських телерадіокомпаніях від політичних впливів у деяких дослідників є певні сумніви. Так, наприклад, Г. Штромайер зауважує, що «деяку партійну заангажованість телерадіомовних та адміністративних рад не можна не помітити» [182, с. 214]. Цей дослідник більш детально аналізував це питання.

Також можна говорити й про меншу комп'ютеризацію України через менше розповсюдження персональних комп'ютерів порівняно з Польщею та, відповідно, про менше розповсюдження Інтернету в Україні. За даними Київського центру політичних досліджень та конфліктології в 2003 р. лише 8% населення України користувалися Інтернетом, причому основними користувачами Інтернету на той час в Україні були молоді освічені чоловіки на хороших робочих місцях у великих містах України. Не дивлячись на те, що комп'ютеризація та розповсюдження Інтернету в Україні йдуть швидкими темпами (адже станом на 2009 р. Інтернетом стали користуватися вже близько 33% населення України [254], все одно можна говорити про низькі показники України в цій сфері, які можна порівняти з показниками таких країн, як: Росія, Бразилія та Аргентина, а не країн Європи [108]. Інтернет на той час не був одним із головних джерел отримання інформації в Україні для основної частини населення, а користувачі Інтернету використовували цей ресурс швидше для розваг, ніж для отримання, наприклад, серйозної політико-економічної та соціально-культурної інформації.

Отож, у результаті приватизації ЗМІ Україна розглядалась як найбільш комерційно розвинутий медіа-ринок [326, с. 34] з-поміж інших країн пострадянського простору вже в кінці 1990-х рр. Більш того, Україна знаходилась у категорії «різноманітність медіа-ринку» серед колишніх республік Радянського Союзу, де комерційний сектор підтримує різні незалежні медіа, які широко доступні аудиторії. Відповідно до аналізу організації Європейського медіа-інституту в 1999 р. Російській Федерації була надана та сама категорія, яка за визнанням дослідників цієї організації означає не стільки зв'язок між розвитком ЗМІ та законодавства, скільки зв'язок між політичною культурою та розвитком медіа [326, с. 33].

Через те, що в Україні дозволені закордонні інвестиції на ринок мас-медіа, країна має другий після Російської Федерації рівень західних закордонних інвестицій у цей сектор з усіх країн Співдружності Незалежних Держав (далі – СНД). Багато радіо- та телевізійних станцій, уключаючи національні телевізійні канали, радіо- та регіональні канали в Україні мають іноземних партнерів.

Автор вважає, що Україну можна розглядати як «дилему невеликої нації» [411] в аудіовізуальних медіа відповідно до концепції Дж. Тансталла і Д. Мачина, коли нація повинна рахуватися не тільки з американськими та європейськими стандартами в діяльності мас-медіа, але і також із невідворотною присутністю «великого брата» біля

найгірших показників у 2003 р. та 2004 рр, тобто перед та під час Президентських виборів в Україні 2004 р.

Загалом, за підрахунками автора, за шість років (1999-2004) середній рівень економічних тисків на ЗМІ в Україні становить «16,3» із максимальних «30», що є середнім рівнем. Для ілюстрації, середній показник розрахованих автором за той самий проміжок часу економічних тисків на медіа в Польщі складає «5,7», що є, на противагу ситуації в Україні, низьким рівнем.

Автор порівняла медіа-ринок Польщі та Україні в результаті систематизації та аналізу розповсюдження окремих видів мас-медіа в країні (див. Табл. 5.3). Через те, що Польща та Україна є одними із найбільших країн Центрально-Східної Європи за територією (312, 685 км² у Польщі і 603, 700 км² в Україні), а також за населенням (38, 635 млн населення у Польщі та 47, 425 млн населення в Україні), порівняльний аналіз медіа-ринку саме цих країн можна вважати релевантним.

Таблиця 5.3

Розповсюдження ЗМІ в Україні та Польщі у 2001 році¹²

	Україна	Польща
Кількість щоденних газет	44	55
Кількість радіо на 1 000 населення	882	522
Кількість телевізорів на 1 000 населення	353	337
Кількість персональних комп'ютерів на 1 000 населення	13.8	43.9

Отже, за даними 2001 р., на тисячу населення у двох країнах налічується приблизно однакова кількість користувачів телебачення. Однак, по відношенню до інших мас-медіа помітна різниця: в Україні на душу населення налічується більше радіо, а в Польщі в три рази більше персональних комп'ютерів на таку ж кількість населення, як і в Україні. Крім того, у Польщі видається більше щоденних газет, ніж в Україні. Так як радіоканали в сучасній Україні в переважній більшості музичні, відповідно, вони не є джерелом отримання інформації, на відміну від телебачення і газет, а тому більше розповсюдження радіо в Україні та менше – щоденних газет, порівняно з Польщею, говорить про меншу інформативність медіа-ринку України.

¹² Таблицю складено автором на основі таких джерел:

Poland // *Censorship. A World Encyclopaedia* (Editor Derek Jones), London-Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers. – Volume 3, «L-R». – 2001. – P. 1882.

Ukraine // *Censorship. A World Encyclopaedia* (Editor Derek Jones), London-Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers. – Volume 4, «S-Z». – 2001. – P. 2492.

Так, співвідношення партійно-політичних сил у федеральних землях, як правило, також відображається у складі відповідних наглядових органів. При цьому зазначимо, що не лише представники партій, а й інші представники від суспільно важливих груп мають або теоретично можуть мати партійно-політичні преференції. Політика партії відіграє важливу роль, у першу чергу, при прийнятті особливо значущих рішень, як, наприклад, у разі обрання директора компанії. Іноді також керівні посади обіймають відповідно до розподілу мандатів згідно із співвідношенням голосів. Наприклад, якщо директор представлений від одного партійно-політичного табору, його заступник або програмний директор – від іншого [182, с. 214–215]. Це можна оцінити позитивно, адже згідно з таким розподілом посад відповідно до політичних уподобань складається достатньо дієва система стримування і противаг в управлінні громадськими телерадіокомпаніями.

Проте більш проблематичним за прямий або очевидний вплив партій є прихований партійно-політичний вплив. Наприклад, можна говорити про самоцензуру деяких журналістів, які уникають братися за політично делікатні справи через побоювання політичного тиску та проблем з власною кар'єрою.

Класичними моделями функціонування громадського мовлення вважаються Великобританія і Франція, де з посиленням ролі парламенту і появою політичної опозиції найперше з'явилась незалежна, критично налаштована до дій влади журналістика.

Керівним органом суспільного телерадіомовлення у Франції є Адміністративна рада. Склад цієї ради – 14 членів, які призначаються на посади строком на 5 років. Два члени Адміністративної ради призначають відповідно Національна асамблея і Сенат, 5 – уряд (а саме члени Адміністративної ради, призначені на посади Урядом, з числа державних службовців), 5 – Вища рада з питань телерадіомовлення (з них один член має представляти неурядові організації, один – Французькі заморські території та департаменти, один – кіноіндустрію), 2 – трудовий колектив організації суспільного мовлення [67].

Розглянемо досвід Великої Британії в цьому питанні. Структура «Бі-Бі-Сі» з точки зору забезпечення незалежності свободи управління є такою: Загальна рада з питань радіо та телебачення складається з членів, яких призначає парламент Сполученого Королівства, так само як і членів громадянського суспільства (неурядові медіа-організації, медіа-професіонали, професійні медіа-асоціації і т.п.). Рада ж призначає головних менеджерів для громадського радіо та телебачення. Наголосимо, що «Бі-Бі-Сі» також встановила модель, відому як «вибір

продюсера», і яку пропонувала Європейська телевізійна спілка для впровадження у Європі. Ця «модель надає свободу управління продюсеру і заохочує конкуренцію між зовнішньою і внутрішньою телевізійною продукцією та персоналом у межах схеми аналізу витрат та результатів» [344, с. 52]. Як наслідок, така модель певною мірою була запроваджена в різних країнах Західної Європи.

Таким чином, у Великій Британії та країнах Скандинавії політичні партії тримаються на дистанції від управлінців громадських медіа та, загалом, пряме втручання політиків в управління цими ЗМІ є мінімальним [325, с. 150]. Ця модель надає владу професійним медіа-менеджерам, які тримаються на відстані й, як визнається дослідниками, є відносно незалежними від політичних впливів.

Таким чином, 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, наприклад, належить паритетний принцип формування рад організації мовлення з числа представників парламентської більшості та опозиції, включення до складу вищих органів управління не лише політиків, але й незалежних експертів, закріплення повноважень з формування вищого керівного органу суспільного мовлення за національним органом регулювання телебачення і радіомовлення (який у багатьох країнах сам по собі є незалежним), 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 [67]. Зазначимо, що у більшості країн-членів ЄС законодавство не передбачає будь-яких обмежень щодо сумісності посади члена керівного органу організації суспільного мовлення з іншими видами діяльності. Зазвичай у цих країнах проблема конфлікту інтересів вирішується або шляхом саморегулювання, або з урахуванням відповідних традицій.

Ліцензійна плата вважається традиційним способом фінансування громадських медіа. Щорічні ліцензійні плати встановлюються урядом та оплачуються кожною оселею через пошту або схожу агенцію [325, с. 149]. Автор підтримує думку Т. Гіббонса про те, що ліцензійна система фінансування громадських медіа є методом створення конституційної дистанції між громадськими ЗМІ та політиками [257, с. 181]. Дослідниця К. Тонг вважає, що ліцензійна плата означає незалежність громадських ЗМІ від інтересів акціонерів і рекламодавців. Крім того,

низький рівень економічного тиску на ЗМІ, але простежується тенденція до зростання: з «4» у 1999 р. до «7» у 2005 р. Після систематизації статистичних даних за дев'ять років можна зробити висновок про постійне зменшення рівня політичних впливів, але в той же час постійне незначне збільшення економічного тиску на медіа в Польщі.

Таблиця 5.3

Економічні тиски на мас-медіа в Україні та Польщі (1999-2004)¹¹

Рік	Республіка Польща	Україна
1999	2 (аудіовізуальні) 2 (друковані) 4 (разом)	4 (аудіовізуальні) 8 (друковані) 12 (разом)
2000	2 (аудіовізуальні) 2 (друковані) 4 (разом)	5 (аудіовізуальні) 8 (друковані) 13 (разом)
2001	2 (аудіовізуальні) 4 (друковані) 6 (разом)	5 (аудіовізуальні) 10 (друковані) 15 (разом)
2002	6	11
2003	7	23
2004	7	24

Україна отримала такі оцінки, як: «12», «13», «15», «11», «23», «24» як показники економічного тиску на медіа в 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 рр., з чого можна зробити такі висновки. По-перше, відразу можна побачити, що за останні шість років президентства Л. Кучми економічні тиски на мас-медіа постійно зростали. Однак, за виключенням 2002 р., рівень економічних тисків значно збільшився у 2003 р. та 2004 р. і досяг найвищого рівня за роки дослідження. По-друге, рівень економічних тисків за цей проміжок часу змінився від середнього до високого. Загалом, за спостереженнями автора, ситуація з політичними впливами та економічними тисками на медіа є приблизно однаковою: обидва показники постійно зростали з 1999 до 2004 рр. і досягли

¹¹ Таблицю складено автором на основі таких джерел: Freedom House report on Freedom of the Press 1999 // www.freedomhouse.org/pfs99/pfs99.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2000 // www.freedomhouse.org/pfs2000/pfs2000.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2001 // www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2002 // www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2004 // www.freedomhouse.org; Freedom House report on Freedom of the Press 2005 // www.freedomhouse.org

доповідей організації щодо економічних тисків на ЗМІ в Україні за 1999-2004 рр. та представлено їх у графічній формі (див. Мал. 5.3).

Малюнок 5.3¹⁰

Економічні тиски на медіа в Україні (1999-2004)



Економічні тиски в аналізі «Фрідом Хауз» вимірюються за шкалою від «0» (найменший рівень економічних тисків на медіа) до «30» (найбільший рівень економічних тисків на медіа). Починаючи з 2002 р., «Фрідом Хауз» не відокремлює друковані та електронні медіа у своїх доповідях, запровадивши загальну оцінку економічних тисків на всі ЗМІ. Але в Україні економічний тиск на друковані медіа був удвічі більший, ніж на електронні медіа за той же проміжок часу (див. Табл. 5.3), що, на думку автора, вказує на проблеми з економічною ситуацією в друкованому секторі ЗМІ в Україні, принаймні в роки дослідження.

Отже, з оцінками «4», «4», «6», «6», «7», «7», «7», «7», «7» у 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 та 2007 рр., Польща показує

¹⁰ Малюнок складений автором на основі таких джерел: Freedom House report on Freedom of the Press 1999 // www.freedomhouse.org/pfs99/pfs99.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2000 // www.freedomhouse.org/pfs2000/pfs2000.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2001 // www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2002 // www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2004 // www.freedomhouse.org/pfs2004/pfs2004.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2005 // www.freedomhouse.org/pfs2005/pfs2005.pdf.

це ставить їх в унікальне становище – брати на себе ризик та впроваджувати інноваційні програми [407, с. 78]. Р. Вольдт указує на те, що повне або часткове громадське фінансування громадських мас-медіа дозволяє їм виконувати їхню функцію – діяти в інтересах громадськості [425, с. 80], у той час як комерційні ЗМІ переважно фінансуються з реклами і, менше, від підписки та, відповідно, отримують більше свободи для випуску своїх програм.

Незважаючи на явні переваги ліцензійної плати як способу фінансування громадських медіа, і цей метод критикується спеціалістами, наприклад, за те, що ліцензійна плата є регресивним податком [257, с. 181; 196, с. 73; 214, с. 145]. Це означає, що всі власники телевізорів повинні сплачувати єдиний розмір ліцензійної плати незалежно від того бідні вони чи багаті. Більш того, ліцензійна плата залежить від парламентських змін та інфляції [411, с. 36; 340, с. 155]. Відповідно до доповіді Незалежної комісії перевірки (the Report of the Independent Review Panel) у 1999 р. щодо фінансування «Бі-Бі-Сі» у майбутньому, реклама є найбільш бажаним способом фінансування навіть серед британських громадян [196, с. 73]. Така ситуація особливо стосується тих країн, де загальний рівень економіки не такий високий, як у Великій Британії, Франції, Німеччині і країнах Скандинавії (Норвегії, Швеції та Фінляндії).

У Британії «Бі-Бі-Сі» фінансується винятково за рахунок ліцензійної плати. Крім того, як зауважує британський медіа-дослідник Т. Гіббонс, умови фінансування переважно такі самі, якими вони були в 1926 р., коли компанію заснували. Важливо також зазначити, що ліцензійна плата вважається в країні більш привабливою, ніж альтернативні шляхи фінансування, наприклад, через прямий податок. Натомість, «Бі-Бі-Сі» має інші форми прибутку, окрім ліцензійної плати, хоча вони є незначними і тому неважливими, наприклад, такі як прибутки від продажу продуктів компанії, що мають тенденцію до збільшення у майбутньому як окреме джерело прибутку [257, с. 180]. Також потрібно зауважити, що «Всесвітня служба Бі-Бі-Сі» (BBC World Service) фінансується британським урядом. Отже, головним джерелом фінансування громадських медіа у Великій Британії продовжує залишатись ліцензійна плата, незважаючи на те, що її відповідність сучасним економічним умовам неодноразово ставиться під сумнів політиками, медіа-дослідниками і самими громадянами країни.

У континентальній Європі ситуація інша: громадські медіа мають змішані джерела фінансування як від ліцензійної плати, так і від

реклами. Така система фінансування громадських ЗМІ називається «змішаною моделлю» («mixed model») [325, с. 151], тому що вона має різні джерела фінансування, так само як і різні цілі у своїй діяльності. Так, говорячи про фінансування громадських телерадіокомпаній, німецький дослідник Г. Штрмайер зауважує, що вони «фінансуються переважно з абонентської (тобто ліцензійної) плати за користування їхніми послугами і незначною мірою за рахунок доходів від реклами та інших надходжень (у тому числі із реалізації ліцензійних прав) [182, с. 207].

Загалом Т. Гіббонс вважає, що «принципово немає причини чому громадські мас-медіа не можуть фінансуватися через рекламу або спонсорську допомогу» [257, с. 186], хоча такий підхід викликає сумніви як у багатьох медіа-дослідників, так і у менеджерів комерційних аудіовізуальних ЗМІ у Європі. Однак, зазвичай парламенти та уряди країн контролюють фінансування громадських ЗМІ в Західній Європі [325, с. 150].

У країнах континентальної Європи реклама як джерело прибутку громадського телерадіомовлення є, без сумнівів, другорядною після ліцензійної плати за послуги громадських телерадіокомпаній і чітко регламентована.

У Німеччині, наприклад, доходи громадського телерадіомовних компаній від реклами значно зменшилися після запровадження приватного телерадіомовлення. Якщо в 1990 р. загальні кошти від реклами на телебаченні були порівну розподілені між громадськими та приватними телерадіомовними компаніями, то у 2000 р. значна сума – 94 % – дісталась приватним і лише 6 % – громадським компаніям. Так само як змінилося відношення доходів від реклами між громадськими та приватними організаціями телерадіомовлення, змінилось і відношення між доходами від ліцензійної плати та реклами у громадських компаній. За даними Г. Штрмайера, у 2001 р. громадська телерадіокомпанія «ARD», наприклад, фінансувалася лише на 2,2 % за рахунок доходів від реклами [182, с. 211].

Більш того, у громадських телерадіокомпаніях існують чіткі правила трансляції реклами. Наприклад, у німецьких громадських каналів «ARD» та «ZDF» загальна тривалість показу реклами по телебаченню у середньому за рік може становити максимум 20 хвилин на будній день, а після 20:00 (у прайм-тайм) – вони не можуть транслювати жодної реклами. Як зауважує Г. Штрмайер, навіть якщо, наприклад, через спонсорство (у спортивних передачах) вони намагаються якось обійти ці чіткі правила, все одно загалом громадські телерадіокомпанії

другий етап якої почався у 1995 р. після того, як було запропоновано нову приватизаційну програму за президентства нового Президента України Л. Кучми.

У законодавстві України щодо власності чітко можна прослідкувати й аспект щодо медіа. По-перше, відповідно до статті 1 Закону України «Про приватизацію державного майна» приватизація державної власності – це відчуження майна, що перебуває у державній власності на користь фізичних та юридичних осіб, які можуть бути покупцями відповідно до закону, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва та залучення коштів на структурну перебудову економіки України [128]. По-друге, відповідно до Закону України «Про власність» суб'єктами права власності в Україні визнаються: народ України, громадяни, юридичні особи і держава (пункт 1, стаття 3). Крім цього, інші держави, їх юридичні особи, спільні підприємства, міжнародні організації, громадяни інших держав та особи без громадянства, які можуть бути суб'єктами права власності в Україні [127].

Відповідно до дослідження фахівців «Фрідом Хауз» значна кількість друкованих та аудіовізуальних ЗМІ знаходяться в приватній власності в Україні, але в державній власності залишаються центральні органи друку та розповсюдження друкованих ЗМІ [248]. За даними станом на 2001 р. в Україні держава була власником 673 друкованих медіа із загальної кількості 8300 зареєстрованих, а також 133 аудіовізуальних мас-медіа з 516 телевізійних та радіокомпаній в усій країні [247].

На думку автора, слід порівняти динаміку розвитку медіа-ринку України з 2001 до 2005 р. Так, за даними міжнародної організації «Фрідом Хауз» в Україні було 8300 друкованих ЗМІ та 516 телерадіостанцій у 2001 р. [249]. Уже у 2005 р. 9 948 друкованих ЗМІ та 1 268 телерадіостанцій діяли в Україні за даними Української Гельсінської спілки з прав людини [113]. Таким чином, в Україні прослідковується тенденція до збільшення кількості друкованих та аудіовізуальних ЗМІ.

Із щорічних аналітичних доповідей «Фрідом Хауз» стало можливим ідентифікувати економічний тиск на медіа в Україні за шість останніх років (1999-2004) Президентства Л. Кучми, що надало рамочні оцінки цьому явищу в статистичному вимірі. «Економічний тиск» визначається спеціалістами «Фрідом Хауз» «зі структури медіа власності, ціни на заснування нових медіа так само, як і їх випуску та розповсюдження, вибіркового надання реклами та субсидій від держави, офіційних преференцій у наданні ліцензій та вплив корупції та хабарництва на контекст медіа» [248]. Автором було систематизовано дані щорічних

законів та зобов'язань, які забороняють цензуру [417]. Загалом же, якщо робився тиск на медіа, то не прямий або політичний, а скоріше непрямий та економічний, за словами А. Ріхтера [373, с. 310].

Важливе питання у впровадженні політичних рішень у пост-радянських країнах, на думку В. Фріц, зводиться врешті-решт до того, чи таке впровадження є навмисне вибірковим, тобто чи та до якого ступеня адміністративний апарат використовується (ним зловживають) для політичних цілей, наприклад, для того, щоб покарати незалежні медіа. Такі зловживання призводять до посилення проблем нефункціональності (або «держави як джерела проблем») [255, с. 39]. Як зазначає ця дослідниця, корумпованість державного органу та його використання (зловживання ним) для досягнення політичних цілей є характерним для гібридних політичних режимів, що є обмеженими у використанні відкритих засобів пригнічення (що належать до можливостей міліції або армії), а тому шукають більш прихованих форм тиску [255, с. 164].

Наприклад, створена Державна Податкова Адміністрація в Україні в 1990-х рр., поступово збільшуючи кількість свого апарату та владу, перетворилася на корумпований орган, що використовувався як політичний засіб проти незалежних медіа, які не підтримували керівні політичні еліти в Україні. Газети та навіть телебачення регулярно шуткували та робили карикатури про податкову систему в Україні [255, с. 163]. Використання Державної Податкової Адміністрації проти засобів масової інформації стало розповсюдженим явищем у другій половині 1990-х рр. Податкові інспекції використовувалися для блокування рахунків критичних друкованих та аудіовізуальних мас-медіа. У тандемі з позовами до суду за наклеп, податкові інспекції стали основними засобами контролю над медіа – без застосування будь-якої формальної цензури. Реагуючи на внутрішню та міжнародну критику ролі Державної Податкової Адміністрації в президентських виборах 1999 р., цей орган проголосив про невтручання в парламентські вибори 2002 р., що виражалося, у тому числі, у відмові від розслідування діяльності будь-якого засобу масової інформації протягом періоду передвиборчої кампанії. Однак, після проведення виборів практика використання Державної Податкової Адміністрації як інструменту політичного тиску на ЗМІ поновилося [255, с. 164]. Українська Гельсінська спілка з прав людини перелічує і інші органи державної влади, які використовувалися для тиску на ЗМІ в Україні, наприклад Служба безпеки України та пожежні служби [113].

Створення у 1990-х рр. Державної Податкової Адміністрації в Україні відбувалося у зв'язку із загальними економічними реформами в країні та, у тому числі, й із загальнодержавною приватизацією,

в Німеччині під час трансляції реклами мають дуже мало можливостей обійти правила [182, с. 211].

У Франції частка абонентської плати у різних громадських телерадіомовних компаніях становить від 72 % до 100 %; доходи від реклами – 20 %; інші доходи – 20 % [67]. Таким чином, джерелами фінансування громадського мовлення у Франції є абонентська плата та доходи від власної господарської діяльності, у тому числі від реклами і спонсорської підтримки виробництва програм.

Зазначимо, що у Великій Британії, наприклад, щомісячна ліцензійна плата становила в 2005 р. близько 11 фунтів стерлінгів, тобто близько 18 американських доларів або 141 українську гривню.⁴ У Німеччині, де громадське телерадіомовлення фінансується не лише з ліцензійної плати, у 2002 р. ліцензійна плата складала близько 16 євро, тобто близько 22 американських доларів або 175 українських гривень.⁵ Отже, визначальною для англо-французької моделі стало те, що вона складалася за взаємодії держави і ЗМІ в умовах громадянського суспільства, що створило прецедент для стилю поведінки обох сторін і сьогодні.

Аналізуючи вищевикладене, можна зробити наступні висновки.

На сучасному етапі основні засади регулювання телерадіомовлення визначені на міжнародному рівні. На світовій арені діють правила ВТО та ООН, на європейському рівні регулювання здійснюється ЄС та Радою Європи. Однак, як зазначалося, важливо розрізняти міжнародні документи, які мають рекомендаційний характер і ті, що є обов'язковими до виконання як, наприклад, Європейська конвенція про транскордонне телебачення, яка вже ратифікована Україною. Хоча більшість спеціальних рекомендацій Ради Європи не є юридично обов'язковими до виконання, однак для України як для країни, яка розвивається на демократичних засадах та є на шляху до євроінтеграції, важливо загалом імплементувати й ті поради, які носять рекомендаційний характер. Це обумовлено тим, що якщо ЄС, у першу чергу, опікується питаннями економічного співробітництва та єдиних правил спільного ринку, то Рада Європи акцентує увагу на проблемах дотримання прав людини.

Традиція існування сильних та впливових громадських медіа у Європі є унікальною для решти світу, де існують переважно комерційні (як у

⁴ Розрахунки здійснені автором на основі середнього курсу національних валют у 2011 р.

⁵ Розрахунки здійснені автором на основі середнього курсу національних валют у 2011 р. За даними Г. Штраймєра.

США) або ж державні медіа. Американська медіа-система, наприклад, різко контрастує з європейською моделлю, де телемовлення від самого його виникнення було або державним, або громадським. Країни Західної Європи і пізніше – країни ЄС не копіювали медіа-систему США, а, відстоюючи свою моно-медіа-систему (на основі громадських або державних ЗМІ), поступово відбулася трансформація медіа-системи Європи у дуальну медіа-систему.

Однак, виникнення і функціонування «дуальної медіа-системи» у Європі призвело до пошуків місця громадських електронних ЗМІ в цій моделі, які від початку створення й майже до кінця ХХ століття домінували на медіа-ринку Європи, утворюючи так звану «моно-медіа-систему». Хоча єдиного погляду щодо ефективності функціонування громадських медіа за умов дуальної медіа-системи на сучасному етапі немає, все ж таки на основі проведеного дослідження можна говорити про те, що громадські медіа мають потенціал не тільки для виживання за умов конкуренції з комерційними ЗМІ, але й збереження своєї виняткової ролі на європейському медіа-ринку через те, що ЄС на сучасному етапі диктує країнам-членам дуальну медіа-систему.

Система управління громадськими медіа відрізняється у європейських країнах за ознакою свободи діяльності системи управління громадськими ЗМІ. Так, як показав проведений автором аналіз, найбільшу незалежність у прийнятті рішень мають менеджери системи громадських медіа у Великій Британії, а також у країнах Скандинавії, Німеччині та Франції; у кінці списку фігурують інші країни Західної Європи, наприклад, Італія, Іспанія та Португалія. В останній групі країн у структурі управління громадськими мас-медіа існує зв'язок між системою управління громадськими аудіовізуальними ЗМІ і політичною владою, головним чином політичними партіями, що в цілому негативно впливає на незалежність громадських медіа у відповідних країнах.

Щодо системи фінансування громадських електронних ЗМІ, то дослідження автора показало, що ситуація в цьому аспекті відрізняється у Великій Британії та країнах континентальної Європи. Якщо у Великій Британії громадські ЗМІ від початку функціонування й дотепер фінансуються головним чином від прибутку з ліцензійної плати, то в країнах континентальної Європи встановлено змішану модель фінансування, тобто за рахунок двох джерел: ліцензійної плати та комерційного прибутку (реклами та спонсорства). Потрібно звернути увагу на те, що обидві системи мають як свої недоліки, так і переваги. Наприклад, фінансування за допомогою ліцензійної плати створює основи для більшої незалежності громадських мас-медіа. Однак ліцензійна плата може бути непропорційно високою щодо

ліцензій і частот), а також залежність від фінансових донорів, підприємців та впливових політичних осіб [373, с. 310].

Більше того, правлячі еліти впливали на всі сфери ЗМІ в Україні [373]. Наприклад, А. Ріхтер доводить, що виконавча, так само як і судова, гілка влади мали найбільший вплив на українські мас-медіа через дискримінаційні декрети, замовні арешти, суди тощо [372, с. 140–141]. Крім того, на його думку, політичні діячі продовжували бути найбільш серйозними причинами регресу українських медіа разом із економічними елітами: «державні діячі часто втручаються в інформаційну сферу та зловживають урядовими фактами з політичних міркувань, особливо перед важливими виборами» [372, с. 150] в Україні.

На думку багатьох медіа-дослідників, політичний вплив майже не здійснювався на радіо через те, що більшість радіостанцій в Україні були музичними. Важливо відзначити, що саме деякі друковані ЗМІ та Інтернет-видання залишалися джерелом плюралістичних поглядів, зі слів фахівців «Хьюман Райтс Вотч» [354] та Української Гельсінської спілки з прав людини [113]. Так, на думку українських правозахисників, у 2000-2001 рр. коло свобод слова і друку дещо розширилося через відкриття у тих роках чималої як для України кількості новинних сайтів, що значною мірою пожвавили інформаційний простір України [113]. Але, як зазначала міжнародна організація «Хьюман Райтс Вотч», об'єктивні матеріали від якогось одного джерела були рідкістю [354] на той час в Україні.

Навіть якщо політична цензура була формально відсутня в Україні [354], через те, що головним джерелом інформації для переважної більшості українців було і досі залишається телебачення, неформальна цензура новинних телепередач в Україні з боку політичних еліт була звичайним явищем, особливо до 2004 р. [113].

А. Ріхтер так характеризує телебачення в Україні: практично від першого дня незалежності президент та прем'єр-міністр, з одного боку, та парламент – з іншого боролися за контроль над національним телебаченням. Після 1995 р. виконавча влада та президент стали переможцями в цьому протистоянні [373, с. 309]. Далі він зазначає, що «політичні діячі неправомірно використовували законодавство для того, щоб контролювати сектор радіо і телебачення, який розвивався, з метою забезпечення визнання та популярності в електорату» [372, с. 133]. У зв'язку з цим організація «Хьюман Райтс Вотч» закликала до надання гарантій того, що цензура з боку влади або окремих індивідів не буде продовжуватися в будь-якій формі шляхом виконання наявних

рівень політичних впливів на медіа постійно зростав («14», «19», «19», «26», «29», «29»), досягнувши найбільш високого рівня перед виборами Президента України у 2004 р.

Таблиця 5.2

Політичні впливи на мас-медіа в Україні та Польщі (1999-2004)⁹

Рік	Республіка Польща	Україна
1999	7 (аудіовізуальні) 4 (друковані) 11 (разом)	7 (аудіовізуальні) 7 (друковані) 14 (разом)
2000	3 (аудіовізуальні) 4 (друковані) 7 (разом)	10 (аудіовізуальні) 9 (друковані) 19 (разом)
2001	3 (аудіовізуальні) 3 (друковані) 6 (разом)	10 (аудіовізуальні) 9 (друковані) 19 (разом)
2002	6	26
2003	6	29
2004	6	29

Звичайно, вищеназвані проблеми з регресом свободи слова та посиленням політичних впливів на медіа порушували зобов'язання України щодо статті 10 Європейської конвенції прав людини і основоположних свобод та статті 19 Міжнародного пакту про громадські та політичні права, так само, як і статті Конституції України та законів, що забороняють цензуру. Тому, наприклад, організація «Хьюман Райтс Вотч» у відкритому листі до Верховної Ради України у 2002 р. звертала увагу на те, що цензури не повинно бути, для чого потрібно ввести в дію існуючі закони, які її забороняють [354]. Відзначимо, що редакторська самоцензура була також присутня в Україні так само, як і в інших країнах Центральної та Східної Європи під час демократичного транзиту. На думку А. Ріхтера, редактори ідуть на компроміси, не бажаючи протидіяти владі, яка має контроль над структурними засобами (друк, розповсюдження, видання

прибутків населення при задовільному фінансуванні громадських медіа, або, навпаки, недостатньою для фінансування громадських медіа, що вплине на якість їх продукції. Таким чином, належний рівень фінансування та функціонування громадських електронних ЗМІ виключно або переважно від прибутку з ліцензійної плати може існувати за умови високого економічного розвитку країни та відповідного рівня добробуту населення, що підтверджує приклад Великої Британії, країн Скандинавії, Франції та Німеччини. Переважання прибутків від реклами, а не ліцензійної плати для громадських медіа притаманне країнам Європи з менш високим рівнем економічного розвитку, таким як: Греція, Португалія, Іспанія. Вищезазначені висновки автора набувають особливої актуальності в умовах економічного спаду країн-членів ЄС у зв'язку з фінансовою й економічною світовою кризою, яка почалася у 2008 р. і наслідки якої й досі відчуваються, у тому числі й у функціонуванні європейського ринку аудіовізуальних ЗМК.

⁹ Таблиця складена автором на основі таких джерел: Freedom House report on Freedom of the Press 1999 // www.freedomhouse.org/pfs99/pfs99.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2000 // www.freedomhouse.org/pfs2000/pfs2000.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2001 // www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2002 // www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2004 // www.freedomhouse.org; Freedom House report on Freedom of the Press 2005 // www.freedomhouse.org

Розділ 4 РЕГУЛЮВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МАС-МЕДІА В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО- СХІДНОЇ ЄВРОПИ

1 травня 2004 р. відбулося «п'яте» розширення Європейського Союзу, так зване розширення ЄС на Схід. Уперше Євросоюз поповнили відразу 10 держав, з яких вісім – постсоціалістичні країни Центральної та Східної Європи (Естонія, Латвія, Литва, Польська Республіка, Угорщина, Чеська Республіка, Словаччина, Словацька Республіка). А також ще дві країни регіону (Болгарія та Румунія) приєдналися до ЄС через три роки, у 2007 р., коли відбулося «шосте» і поки що останнє розширення ЄС. Для більшості держав п'ятого розширення ЄС реалізація програми підготовки до вступу зайняла близько 11 років, а для Болгарії й Румунії 14-15 років.

Уперше членами ЄС стали країни (крім Кіпру й Мальти), які лише в кінці 1980-х рр. почали перехід від соціалістичної економіки до ринкового господарства, від авторитарної держави до демократії європейського зразка. У межах цих перетворень була й повна трансформація медіа-систем країн регіону. І, хоча, в цілому цей перехід відбувся, відкривши їм шлях у європейське інтеграційне об'єднання, процес формування ефективної ринкової економіки, правової держави, громадянського суспільства та незалежних ЗМІ в цих країнах далеко не закінчено. Отже, нове розширення безпрецедентне за своїми масштабами, але ще більше – за складністю самого процесу інтеграції старих і нових членів ЄС, що перебувають як на різних рівнях економічного й соціального розвитку, так і розвитку їх медіа-систем.

Тому співвідношення між демократизацією та медіа-трансформаціями в Центральній та Східній Європі було досить комплексним. Процес демократизації медіа-систем у регіоні вказував на потребу як політичних, так і економічних змін, з якими тісно пов'язані правові перетворення та випробування, що було надзвичайно актуальним у зв'язку з євроінтеграційними прагненнями країн регіону.

Дослідник М. Кунчік звертає увагу на те, що відсутність свободи інформації в соціалістичних країнах Європи абсолютно не відповідала ідеям К. Маркса та Ф. Енгельса, які були переконаними борцями за свободу друку [314, с. 63]. Так, К. Маркс наголошував на тому, що свобода друку не є комерційним проектом [314, с. 80]. А ось, наприклад, В. Ленін у 1917 р. висловив думку про те, що «свобода друку в буржуазних суспільствах означає свободу багатих систематично та

Малюнок 5.2⁸



Зауважимо, що починаючи з 2002 р. організація «Фрідом Хауз» не виділяє окремо друковані та аудіовізуальні мас-медіа у своїх доповідях, надаючи загальну оцінку політичних впливів на контекст ЗМІ. Цікаво відзначити, що в 1999, 2000 та 2001 рр. рівень політичних впливів на медіа в Україні був майже однаковим для друкованих та електронних ЗМІ (1999 – «7-7», 2000 – «9-10», і 2001 – «9-10») (див. Табл. 5.2).

Загалом, за підрахунками автора, за шість років (1999-2004) середній рівень політичних впливів на ЗМІ в Україні становить «22,2», що є середнім рівнем. Для порівняння, за такий же період часу в Польщі, яка на той час була на шляху до набуття членства в ЄС, середній рівень політичних впливів на медіа дорівнював «7», що вважається низьким рівнем політичних впливів на мас-медіа. Більш того, кожного року дослідження Польща не тільки демонструвала низький рівень політичних впливів на мас-медіа, але й він постійно зменшувався («11», «7», «6», «6», «6», «6»). Ситуація в Україні у цьому питанні була прямо протилежною, адже країна показувала не лише середній та високий рівень політичних впливів на медіа в країні, але й кожного року дослідження

⁸ Малюнок складено автором на основі таких джерел : Freedom House report on Freedom of the Press

після виборів, пропрезидентські партії та блоки спромоглися «позбирати» депутатів, які отримали місця в парламенті як незалежні. Значна кількість незалежних депутатів, більшість з яких була бізнесменами, згодом вступила до пропрезидентських фракцій, таким чином набагато збільшуючи їх частку місць у парламенті, незважаючи на факт, що пропрезидентський блок отримав лише 11,8 % на виборах за списками [255, с. 178; 113]. У результаті цього, кількість пропрезидентських фракцій у парламенті зросла, але вони залишалися окремими та не об'єдналися в єдину фракцію в парламенті, що могла би надати надійну підтримку політики Президента [255, с. 178].

Попередній аналіз політичної ситуації важливий для розуміння причин того, що, починаючи з другого строку президентства Л. Кучми, в Україні, почався постійний регрес зі свободою слова та свободою медіа через посилення президентської влади в країні. Так, голова Спільки журналістів України Е. Вербило в 1999 р. називав проблему тиску на журналістів з боку правлячих еліт однією з головних в українській журналістиці [6]. Такі міжнародні правозахисні організації, як «Хьюман Райтс Вотч» і «Фрідом Хауз» також заявляли, що цензура існувала в українських ЗМІ особливо до президентських виборів 2004 р. Наприклад, міжнародна організація «Фрідом Хауз» у щорічній доповіді у 2003 р. стверджувала, що свобода преси зменшилася від постійних політичних впливів та урядової цензури ЗМІ [248] в Україні в 1990-х рр. Як зазначається, хоча *de jure* цензура заборонена, *de facto* вона існувала, так само як і прямиї політичний вплив на медіа. Український дослідник В. Шкляр називає цензуру в українських ЗМІ «цензурою грошового мішка» [381, с. 40].

Перейдімо до аналізу статистичних даних щодо політичних впливів на медіа в Україні за другий строк президентства Л. Кучми (1999-2004 рр.) відповідно до фахівців міжнародної організації «Фрідом Хауз». Ця організація визначає «політичні впливи» на ЗМІ як «ступінь політичного контролю над контекстом новин у медіа» [248]. Автор систематизувала дані щорічних доповідей організації щодо політичних впливів на ЗМІ в Україні за 1999-2004 рр. та представила їх у графічній формі (див. Мал. 5.2).

Якщо пам'ятати, що політичні впливи вимірюються фахівцями цієї організації за шкалою від «0» (найнижчий рівень політичних впливів на ЗМІ) до «40» (найвищий рівень політичних впливів на медіа), то головною тенденцією шести років аналізу за Президентства Л. Кучми у результаті дослідження можна визначити те, що в Україні рівень політичних впливів на ЗМІ був високим, кожного наступного року аналізу збільшувався, досягнувши позначки «29» у 2003 р. та 2004 р. із максимальних «40».

безперервно обманувати, деморалізувати та робити дурнів з експлуатованих мас людей, бідних» [314, с. 80].

Відомий медіа-дослідник Дж. Довнінг характеризує історію відносин між мас-медіа та політикою в соціалістичні часи у Радянському Союзі та країнах соціалістичного блоку Європи, а також пізніше під час постсоціалістичних перетворень. У результаті досліджень він підсумовує, що сприйняття ЗМІ як рупора влади превалювало у перехідних суспільствах Європи, тому що старі традиції відмирили дуже складно у всіх країнах регіону. Для нього розмежування діяльності ЗМІ та влади займе певний час і є можливим тільки разом із появою та підсиленням ролі громадянського суспільства в регіоні [232, с. 204]. Його думки поділяє російська дослідниця Е. Вартанова, яка стверджує, що саме розвинуте громадянське суспільство може і повинне стати сильним агентом для впливу на медіа у країнах регіону [421, с. 135].

Постсоціалістична Європа вступила в нову еру розвитку мас-медіа у результаті революції 1989 р., що було чітко пов'язано з технологічним прогресом. І політики, і журналісти стали новачками на публічній сцені нових держав Центральної та Східної Європи під час процесу демократизації як цілої політичної системи, так у медіа-системі, зокрема, яка повинна була бути створеною фактично з нуля [344, с. 89].

Е. Чернявська називає суспільства Центрально-Східної Європи надто політизованими, у яких, на її думку, мас-медіа часто знаходяться небезпечно близько до політичних груп і мають тенденцію до висвітлення політичних та економічних подій під політичним кутом зору. Крім того, вона зауважує, що висвітлення подій ЗМІ може бути необ'єктивним як щодо правлячих еліт, так і щодо опозиції, що загалом залежить від різноманітності власників медіа [212, с. 142].

Дослідник В. Кляйнвахтер пропонує цікавий погляд на практику політичних впливів на медіа, особливо аудіовізуальні ЗМІ. На його думку, нові правлячі еліти думали, що мають право використовувати медіа для поширення своїх думок, тому що були обрані громадянами на вільних виборах, а не так, як за соціалістичних часів. Більш того, він уважає, що аудіовізуальні системи Центрально-Східної Європи тепер мають вибір між національним контролем влади і зарубіжним комерційним контролем [304, с. 5–13]. Науковець К. Спаркс зауважує, що політичні впливи в країнах постсоціалістичних перетворень створюються за допомогою урядового тиску на медіа, звільнення ненадійних працівників і призначення гнучких політичних прихильників на основні посади. На його думку, цими практиками нові перехідні уряди копіюють тактики соціалістичної влади [391, с. 110].

Історія мас-медіа у постсоціалістичній Європі за останні дві декади, на думку східноєвропейської дослідниці А. Мангіу-Піппіді, може побачити певну аналогію з історією становлення французьких медіа між 1788 р., коли було запрошення від короля до громадян для публікації памфлетів, та 1800 р., коли закон Наполеона Бонапарта відновив контроль. У цей період можна знайти як моменти триумфу, так й агонії журналістів, які піднімалися до голів законодавчої влади, так само як і тих журналістів, яких було засуджено революційними трибуналами до страти [344, с. 87].

Трансформація медіа-ринку в постсоціалістичних країнах Європи знаходиться під впливом академічних парадигм про роль ЗМІ в демократії та під час соціалізму. Тому, на переконання П. О'Ніла, постсоціалістична правляча еліта робила спроби підпорядковувати ЗМІ своїм бажанням саме тому, що вона не звикла до толерантності та вільного висловлювання думок, що є однією з характеристик демократії [352]. Варто пам'ятати, що медіа є завжди засобом боротьби за владу, а також засобом впливу на свідомість людей, що замовчується, але постійно присутнє при авторитарному режимі, так само як і при інших політичних режимах. Ця боротьба за ЗМК розвивається і в процесі переходу від тоталітарної держави до демократичної, так само як і в період консолідації після завершення трансформаційних процесів у суспільстві.

На початкових етапах демократизації ЗМІ серед політиків існували певні конфронтації в цьому питанні. Вони носили затяжний характер у часі і, тим самим, спричиняли відтягування трансформації медіа-ринку в багатьох країнах постсоціалістичного регіону. Часто політичні суперечки щодо мас-медіа ставали одним із найважливіших питань політики та суспільного життя. Наприклад, гостра боротьба за ЗМІ серед правлячих еліт на початку демократичних перетворень в Угорщині спричинила серйозний політичний конфлікт із широким резонансом серед населення та отримала назву «медіа-воєн» [233].

У деяких країнах, таких як, наприклад, Російська Федерація, політичні ускладнення навколо медіа стали невід'ємною частиною збройної боротьби за владу. ЗМІ там розглядалися як відправна точка в позиціях національної ідентичності [232]. Е. Вартанова пропонує точку зору, відповідно до якої політичні впливи на ЗМІ в постсоціалістичній Росії можуть бути ідентифікованими як традиційні впливи в дореволюційному та радянському періоді, уособлені в центральних політичних і регіональних елітах [421, с. 122]. На думку відомого російського медіолога Я. Засурського, політичні впливи на постсоціалістичні мас-медіа змінилися, тому що правлячі еліти тепер

опублікував перші зразки з аудіокасет, що були зроблені в президентському офісі одним з охоронців, М. Мельниченком. Розмови на аудіокасетах указували, що Президент може бути причетним до зникнення Г. Гонгадзе. Загалом, вони певним чином підтвердили загальні підозри українців щодо високого рівня корумпованості у найвищих колах української політики.

Як реакція на цей так званий «касетний скандал» перший, але все ж таки обмежений, рух протесту почав розвиватися під гаслом «Україна без Кучми» восени 2000 р. У кінці 2000 р. перші широкомасштабні демонстрації почалися в м. Київ як протест проти вбивства журналіста, який займався журналістськими розслідуваннями, але закінчилися невдовзі без будь-якого визначеного результату або ефекту.

Улітку 2001 р. почалася передвиборча кампанія до парламентських виборів 2002 р. У середині липня 2002 р. В. Ющенко оголосив про формування виборчого блоку «Наша Україна», що об'єднав два напрямки Руху та «Партію Реформи та Порядок». Цей блок залишився осторонь від «Форуму Національного Порядку», що об'єднував певну кількість менших політичних партій під лідерством Ю. Тимошенко та врешті-решт був перейменований у «Блок Юлії Тимошенко». В. Ющенко не поспішав приєднуватися до цієї більш радикальної опозиції. Замість такого кроку, він надав перевагу стати лідером політиків та політичних партій, що були центристськими, але близькими до Президента, таких як: «Партія Регіонів» та «Трудова Партія». У той же час пропрезидентські політики та партії об'єдналися в електоральний блок під назвою «За єдину Україну», що був очолений головою президентської адміністрації В. Литвином [255, с. 177].

Парламентські вибори пройшли в березні 2002 р. після достатньо брудної передвиборчої кампанії. Уперше демократична, а не ліва опозиція стала єдиною найбільшою силою у парламенті України. Ліві партії втратили частину своєї програмної привабливості, а також довіри серед виборців, беручи до уваги те, що ліві партії неодноразово підтримували пропрезидентські сили в парламенті. Порівняно з парламентськими виборами 1998 р. як соціалісти, так і комуністи програли в пропорційному голосуванні на виборах, а також ще більш відчутно в мажоритарному. «Наша Україна» стала найсильнішим електоральним блоком з 23,4 % пропорційного голосування; 7,1 % отримав «Блок Юлії Тимошенко» [255, с. 178].

Інші, пропрезидентські, політичні партії та блоки не показали гарних результатів у пропорційному голосуванні. Однак, їх кандидати виграли вибори за певними мажоритарними округами. Більш того,

Після виборів НДП почала «збирати» [255, с. 145] незалежних депутатів у свою фракцію. Починаючи з фракції лише у 29 депутатів, вона спромоглася додати ще 64 народних обранці в перші місяці після виборів. У будь-якому разі, це також не призвело до довготривалої стабільності та сили через те, що основні представники фракції з часом вийшли з неї тим самим зменшуючи її важливість. Визначальною рисою українського парламенту того часу було те, що депутати бачили себе головним чином членами фракцій, а не партій, тобто тимчасових союзників-депутатів. Плинна природа фракцій усе більше призводила до персоніфікації, а не об'єднанні інтересів в українській політиці. Між 1998 та 2001 р., 528 випадків зміни фракцій депутатами мали місце з 450 депутатів у Верховній Раді України [255, с. 145].

Треті президентські вибори в Україні проводилися у жовтні та листопаді 1999 р. Представники лівих та національно-демократичної опозиції висунули багато кандидатів проти Л. Кучми. Основними лівими кандидатами були комуніст П. Симоненко та соціаліст О. Мороз.

Вибори показали регрес демократичних правил. Більшість медіа загальнонаціонального масштабу або контролювалися державою, або різноманітними олігархічними групами, близькими до Президента Л. Кучми. Засоби масової інформації, що були критичні до діючого Президента або більш нейтральними такі як, наприклад, «СТБ», були поставлені під тиск податкової адміністрації та інспекторів пожежної служби. Це було частиною широкого використання так званого «адміністративного ресурсу», тобто використання адміністративного апарату держави для збереження політичного контролю та впливу на вибори [255, с. 146].

Використовуючи такі «адміністративні ресурси», режим унікав широкомасштабних порушень самого голосування. Більш того, Л. Кучма вийшов у другий тур виборів з таким кандидатом, який мав незначні шанси перемогти діючого Президента, – комуністом П. Симоненком. За таких обставин більшість виборців швидше за все підтримувала Л. Кучму, як найменше з двох зол, адже П. Симоненко виступав за повернення до системи радянського стилю. Потрібно відзначити, що порівняно з 1994 р., цього разу Л. Кучму майже одноставно підтримали на Західній Україні, де відмова від комуністичної альтернативи була сильнішою, у той час як П. Симоненко виграв у певних областях Східної та Центральної України [255, с. 146].

У вересні 2000 р. зник журналіст Г. Гонгадзе, редактор Інтернет-видання, що спеціалізувалося на викритті корумпованих зв'язків між політиками та бізнес-інтересами. Його тіло було знайдено в листопаді 2000 р. Два тижні пізніше відомий політик-соціаліст О. Мороз

впливають не тільки на державні медіа, як раніше, але й через дружні комерційні медіа. Більш того, дослідник упевнений, що нові комерційні медіа підтримують правлячі еліти навіть більш активно, ніж ті, що знаходяться в державній власності [427, с. 19].

У той же час, хоча недоведені обвинувачення в корупції проти політичних опонентів були головною темою в Литві так само, як і в інших державах, преса, і, в першу чергу, дві незалежні газети «Lietuvos Rytas» та «Respublika», висвітлювали випадки корупції достатньо глибоко. На думку В. Фрітц, можливо саме через це довіра до мас-медіа в Литві на достатньо високому рівні [255, с. 255]. Як вона зазначає після проведення експертних інтерв'ю в Литві, литовські політики, державні інститути та державні компанії з часом розвинули в собі зацікавленість для того, щоб не відсторонюватись від критики з боку засобів масової інформації, що, на думку В. Фрітц, допомогло виховувати культуру публічної підзвітності [255, с. 272].

Ступінь та форма державного контролю над ЗМІ дуже часто сприймається як цензура. Більш того, у періоди трансформацій чути аргументи про те, що цензуру потрібно залишити на деякий час для того, щоб запобігти проявам «ворожих» елементів для демократії. Таким чином, як уважав відомий дослідник постсоціалістичних трансформацій ЗМІ П. О'Ніл, навіть маргінальна присутність таких поглядів може існувати, як виправдання у зволіканні з проведенням реальних медіа-реформ у періоди трансформацій [352].

Дослідник П. О'Ніл наводить дві важливі тенденції медіа-трансформацій у постсоціалістичних країнах Центральної та Східної Європи. Першою є те, що не всі політики в новоутворених урядах постсоціалістичних держав змінили своє ставлення до ролі незалежної преси в суспільстві. Другою тенденцією є те, що можливість (уявна, чи прописана в законодавстві) для уряду дійсно контролювати ЗМІ напевно звужить незалежність медіа або доступ опозиції до мас-медіа, або ж усе разом. Державний контроль чи через власність, чи через регулювання міністерством будь-якої частини ЗМІ є також частиною проблеми, тому що це не відповідає стандартам незалежності у всіх моделях вільної преси. На думку П. О'Ніла, на рівні уряду так звані «нові демократи» часто не були в захопленні від вільної преси. Державне радіо та телебачення у більшості випадків були перетворені на рупор нових режимів Центрально-Східної Європи. За такої ситуації ці мас-медіа незначно відрізнялися від тієї ролі, яку вони виконували під час соціалізму. Законодавча база щодо цензури була навіть дещо поновлена як засіб проти тих, хто критикує уряд [359, с. 20].

Загалом для країн цього регіону можна ідентифікувати дві перші фази, що є спільними для всіх країн: перша – лібералізація, тобто шлях від тотального контролю до обмеженого плюралізму, коли цензура та репресії були замінені на самоцензуру та частковий контроль. Друга фаза – це де-регулювання, коли були об'єднані плановані та спонтанні елементи. Від цього моменту національні шляхи йдуть в різних напрямках: постсоціалістичні держави стають або більш демократичними, або, навпаки, автократичними.

На думку дослідниці А. Мангіу-Піппіді, перші дві фази: від тотального контролю до часткового під час періоду «гласності», а потім до де-регулювання, часткового або повного, були спільними для більшості постсоціалістичних держав, окрім деяких країн Центральної Азії. Падіння Берлінської стіни принесло швидке де-регулювання та анархію: підпільні газети без ліцензії, піратні радіостанції та сильний тиск західних країн для лібералізації ЗМІ. Державні мас-медіа спочатку були де-монополізовані, а потім відбулася лібералізація, коли державні частоти були запропоновані для приватного сектора. Де-регулювання пішло далі та набуло більших розмахів у країнах Центральної Європи ніж у колишніх республіках Радянського Союзу за винятком країн Балтії, де свобода мас-медіа була нерозривно пов'язана з процесом національного будівництва. У будь-якому разі, більш вирішальні кроки були зроблені для того, щоб захистити нові вільні ЗМІ в державах, де антикомуністи виграли перші вільні і чесні вибори [345, с. 90]. Щодо цього висновку науковця можна віднести і концепцію західного дослідника С. Фіша про важливість перших виборів у країні для шляху реформ та їх наслідків [99, с. 58].

Як показала дослідниця А. Мангіу-Піппіді (Див. Мал. 4.1), після де-регулювання ЗМІ, що відбулося після повали соціалістичної системи в Центрально-Східній Європі, відкрилися різні шляхи для становлення: так само, як і національні політичні системи почали розвиватися різними шляхами, так і відповідні медіа-системи. У деяких державах політика ставала все більш і більш конкурентною, а ЗМІ – плюралістичними, хоча залишалася комплексне поєднання функціонування професійних та партизанських ЗМІ на медіа-ринку. В інших державах контроль над медіа було знову відновлено або прямо урядами, або інтересами, які пов'язані з політикою [345, с. 90–91].

Отже, питання щодо медіа стали важливими політичними питаннями процесу переходу до демократичного суспільства в постсоціалістичних країнах. Уряди та політичні лідери країн Центрально-Східної Європи продовжували вірити в те, що найбільш ефективна медіа політика полягає в тому, щоб розглядати мас-медіа як «засіб нападу» уряду

відрізняється від ситуації в Україні в кращу сторону. Більш того, таке порівняння набуває особливої актуальності у зв'язку з тим, що у 2004 р. Республіка Польща стала членом Європейського Союзу. Отже, можна зробити висновок про те, що станом на 2004 р. в Україні рівень правової бази не був на рівні, достатньому для стратегічної мети держави на європейську інтеграцію. Тому було необхідним покращувати ситуацію в даній сфері та поступово адаптувати національне законодавство у сфері мас-медіа до відповідних європейських стандартів.

Однак, ті політичні протистояння щодо прийняття в 1997 р. Закону України «Про систему громадського радіо та телебачення в Україні» та його зміст, що були проаналізовані вище, віддзеркалюють загалом ту політичну ситуацію, яка склалася в Україні на той час.

У парламентських виборах 1998 р. державотворення та економічна криза, що тривала, були основними передвиборчими питаннями. До того ж, опозиційні партії у своїх передвиборчих програмах критикували корупцію в державному апараті. Комуністична партія України виступала за відновлення державного контролю над економікою в той час, як блок соціалістів – над банківською системою та над «стратегічними ринками». У центрі партійного спектру, Народно-демократична партія України (НДП) намагалася переконати виборців у тому, що державний апарат, який вона репрезентувала, не був монстром і що приватизація може принести процвітання для багатьох, а не для деяких громадян. Крім того, вона обіцяла оподатковувати заможних з метою підтримки небагатих верств населення, в той же час, наголошуючи на необхідності «стимулюючої», а не «пригнічуючої» податкової системи. Народний Рух України наголошував на важливості проведення вільної від мафії та інших корумпованих інтересів приватизації так само, як і на стабільній, простій та стимулюючій податковій системі. Народний Рух України продовжував поєднувати свій національний заклик з метою «повернення до Європи». Усі партії обіцяли виплачувати пенсії та зарплати, підвищувати життєві стандарти та вирішити проблему безробіття [255, с. 145].

У результаті виборів комуністи стали найбільшою окремою партією, що отримала найбільшу кількість голосів виборців – 24,7%. На другому та третьому місці були інші «справжні партії» [255, с. 145]: НРУ з 9,4% та блок соціалістів з 8,6%. Чотири центристських партії (НДП, Громада, СДПУ та Зелені) і Прогресивні соціалісти ледве пройшли 4% бар'єр. Незважаючи на те, що НДП була партією-фаворитом влади з привілейованим доступом до медіа та фінансування, вона не досягла високих результатів у виборах [255, с. 145].

Зауважимо, що, починаючи з 2002 р., «Фрідом Хауз» не розрізняє друковані та аудіовізуальні ЗМІ у своїх доповідях і надає загальну оцінку всім мас-медіа (див. Табл. 5.1). Але на основі аналізу 1999, 2000 та 2001 рр. в Україні можна зробити висновок, що законодавство щодо аудіовізуальних медіа в країні є гіршим ніж щодо друкованих мас-медіа. Цей факт можна пояснити тим, що загалом правова база щодо преси була змінена швидше, ніж щодо радіо та телебачення у всіх країнах постсоціалістичних перетворень Центральної та Східної Європи через небажання політиків віддати свій контроль над телебаченням [395; 233; 267; 265; 359], що є найвпливовішим ЗМІ в країнах регіону.

Таблиця 5.1

Правова база щодо мас-медіа в Україні та Польщі (1999-2004 рр.)⁷

Рік	Республіка Польща	Україна
1999	6 (аудіовізуальні) 4 (друковані) 10 (разом)	10 (аудіовізуальні) 8 (друковані) 18 (разом)
2000	4 (аудіовізуальні) 4 (друковані) 8 (разом)	10 (аудіовізуальні) 8 (друковані) 18 (разом)
2001	4 (аудіовізуальні) 3 (друковані) 7 (разом)	10 (аудіовізуальні) 8 (друковані) 18 (разом)
2002	6	23
2003	6	15
2004	6	15

За розрахунками автора, середній бал правової бази щодо ЗМІ за шість років президентства Л. Кучми в Україні (1999, 2000, 2001, 2002, 2003 і 2004) складає «17,8». Цей рівень достатньо низький і, отже, можна говорити про те, що законодавство щодо мас-медіа в Україні на той період було недосконалим та потребувало покращення. Так, наприклад, для порівняння, за розрахунками автора середня оцінка правової бази щодо ЗМІ в Республіці Польща за той самий період (1999, 2000, 2001, 2002, 2003 і 2004) складала «7,2», що значно

⁷ Таблиця складена автором на основі таких джерел: Freedom House report on Freedom of the Press 1999 // www.freedomhouse.org/pfs99/pfs99.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2000 // www.freedomhouse.org/pfs2000/pfs2000.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2001 // www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2002 // www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2004 // www.freedomhouse.org; Freedom House report on Freedom of the Press 2005 // www.freedomhouse.org

(«attack dogs»), а не «наглядача» уряду («watchdogs»). Іншою популярною стратегією влади щодо ЗМІ є ігнорування мас-медіа весь час, окрім передвиборчого періоду. Потрібно зазначити, що цю стратегію підтримує порівняно менша кількість діячів, які вірять у те, що консультації та комунікації з населенням є простою втратою часу. Саме тому вони активізують свою медіа політику лише у передвиборчий період.

Малюнок 4.1

Різні шляхи відходження від комуністичного медіа-контролю

Відповідно не випадково довіра до держави та соціальних інститутів є загалом низькою у посткомуністичному регіоні, як показано у результатах опитування «the New Europe Barometer». Довіра знаходиться на низькому рівні у тих країнах, що вбачаються як більш та менш корумпованими, а також у державах з вищими і нижчими стандартами життя та рівнем розвитку. В усіх країнах «плюралістичні» політичні інститути [255, с. 257], політичні партії та парламент користуються найменшою довірою у той час як президент має найвищі показники довіри навіть, випереджуючи церкву. Довіра до поліції та до судів є чітко вищою у деяких більш успішних країнах постсоціалістичного транзиту (наприклад, Естонія та Угорщина), хоча є низькою в інших країнах з достатньо гарним розвитком таких, як: Словенія, Чеська Республіка або Республіка Польща. Визначальним є те, що у 2004 р. довіра до публічних інститутів була найвищою в Білорусії з-поміж усіх країн Центрально-Східної Європи, в яких проходило опитування. У Литві, наприклад, хоча показники розвитку економіки та можливостей держави покращилися у період з 1993 до 2001 р., рівні довіри впали з

можливим невеликим збільшенням у кінці 2004 р. [255, с. 257–258]. Цей факт автор може пояснити тим, що 1 травня 2004 р. Литва вступила до Європейського Союзу, тому й рівень довіри до державних інститутів та ефективності їх діяльності зріс відразу після інтеграції Литви до ЄС.

Відповідно до досліджень міжнародної організації «Freedom House» існує сильна кореляція між свободою ЗМІ та рівнем корупції в пост-соціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, що висвітлено «Freedom House» в межах їх «Nation in Transit» проекту. Це означає, що в середовищі систематичної корупції більш вірогідно знайти «захоплені медіа» поряд із «захопленою державою». Під «захопленням медіа» А. Мангіу-Піппіді розуміє ситуацію, в якій мас-медіа не досягли успіху в отриманні власної автономії для того, щоб маніфестувати своє бачення і виконувати свою основну функцію, що полягає головним чином в інформуванні людей. Замість цього вони залишилися в проміжковому стані в той час як різні групи, не лише уряд, використовують їх для інших цілей. Таким чином, «захоплення медіа» в постсоціалістичній Європі не обов'язково означає «захоплення державою». Так як групи, які «захопили медіа» або вже «захопили державу», або намагаються це зробити, на «захоплення медіа» (чи приватних, чи громадських) потрібно дивитися як компаньйона «захоплення держави», комплементарний феномен. Серед рис, що визначають «захоплення медіа», можна назвати: медіа-концентрацію, непрозору власність на ЗМІ, коли важливі політичні актори контролюють медіа; сильний зв'язок між мас-медіа та політичними елітами та важливе проникнення до ЗМІ таємних служб. «Захоплення медіа» руйнує головну роль мас-медіа, адже «захоплені медіа» існують для того, щоб торгувати впливом та маніпулювати інформацією, а не для інформування громадськості [345, с. 91]. Під ті риси, які назвала дослідниця стосовно «захоплення медіа», підпадають більшість постсоціалістичних країн Центрально-Східної Європи особливо на початку демократизації системи ЗМІ в 1990-х рр.

Вищезазначене також показує, що коли практики від дезінформації до шантажу використовуються в ЗМІ, вплив медіа на політику може бути надзвичайно великим. Наприклад, впливовий медіа-магнат у Румунії створив невелику політичну партію та, незважаючи на те, що вона ніколи не змогла перетнути виборчий бар'єр на виборах до парламенту, він спромігся брати участь в обох правих та лівих урядових коаліціях. Йому навіть вдалося запобігти обранню комісаром ЄС першого румунського політика, якого він безпідставно звинуватив у тому, що він був інформатором комуністичної секретної поліції

[248]. Зазначимо, що автор систематизувала дані щорічних доповідей організації щодо правової бази в Україні за 1999-2004 рр. та представила їх у графічній формі (див. Мал. 5.1).

Малюнок 5.1⁶



Правова база оцінюється за шкалою від «0» (найвищий рівень) до «30» (найнижчий рівень) у рейтингах «Фрідом Хауз». Звідси, нижчі бали означають кращу нормативно-правову базу. У результаті аналізу автор зазначає, що оцінка нормативно-правової бази щодо діяльності ЗМІ в Україні три роки підряд (1999, 2000 та 2001) була однаковою та складала «18» балів. У наступні два роки відбулися головні зміни. По-перше, у 2002 р. рівень правової бази щодо мас-медіа різко погіршився порівняно з попередніми трьома роками («18»), досягнувши оцінки «23». По-друге, після цього погіршення відбулося різке покращення правової бази України, на думку фахівців «Фрідом Хауз», «15» балів у 2003 р., відповідно досягнувши найкращого рівня за п'ять років дослідження.

⁶ Малюнок складено автором на основі таких джерел: Freedom House report on Freedom of the Press 1999 // www.freedomhouse.org/pfs99/pfs99.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2000 // www.freedomhouse.org/pfs2000/pfs2000.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2001 // www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2002 // www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2003/pfs2003.pdf; Freedom House report on Freedom of the Press 2004 // www.freedomhouse.org; Freedom House report on Freedom of the Press 2005 // www.freedomhouse.org.

дентом. Крім того, відповідно до закону, професійні менеджери починаються Кваліфікаційною радою, але затверджуються Громадською радою [132]. Таким чином, вищезазначене свідчить про те, що система управління громадськими медіа в Україні створена з майже прямим політичним контролем, що, відповідно, значно обмежить незалежність управління громадськими аудіовізуальними ЗМІ в країні.

Перейдімо до розгляду фінансування громадських в Україні. Відразу зазначимо, що в постсоціалістичних країнах це питання є достатньо проблематичним. Так, радіо та телебачення під час соціалізму фінансувалися як з державних субсидій, так і ліцензійних плат, тому останні зазвичай були на низькому рівні та загалом не покривали витрат аудіовізуальних медіа. Отже, додаткові фінанси для підтримки мас-медіа надходили або з державного бюджету, або прямо від Центрального комітету Комуністичної партії, особливо перед важливими подіями в країні [304, с. 6].

Відповідно до Закону «Про систему громадського радіо та телебачення в Україні», громадські медіа в Україні фінансуються від прибутку з ліцензійної плати, а грошові надходження від реклами заборонені. Додатковими джерелами фінансування відповідно до закону є: державне замовлення програм, що не може перевищувати 20 % загального ефірного часу; спеціальні кампанії з метою залучення додаткового фінансування; публікація спеціалізованих газет та журналів, розповсюдження та продаж власної аудіовізуальної продукції тощо. Крім того, у перший рік функціонування громадського телебачення та радіо в Україні передбачено, що вони повинні повністю фінансуватися з державного бюджету, а протягом перших трьох років кількість програм на замовлення від держави повинна поступово зменшуватись. Також передбачено можливість невеликої кількості реклами в громадських ЗМІ в період їх становлення, але реклама повинна бути виключно української продукції, що підлягає ухваленню Верховної Ради України [132]. Відповідно, в Україні передбачалося заснувати громадські ЗМІ з поступовим переходом до їх фінансування з ліцензійної плати за найкращими європейськими стандартами в цій сфері.

Отже, для підсумування попереднього аналізу створення правових основ функціонування незалежних і демократичних ЗМІ в Україні, розглянемо оцінку фахівців «Фрідом Хауз» правової бази щодо медіа в Україні за другий строк президентства Л. Кучми (1999-2004 рр.) Правова база в дослідженні даної міжнародної організації відзначається як «закони та інші нормативно-правові акти, які можуть впливати на контекст медіа, так само як і схильність уряду використовувати ці закони для того, щоб обмежити здатність мас-медіа функціонувати»

«Securitate» [345, с. 92]. «Війни дезінформації» були розповсюдженими в Росії під час демократичного транзиту, і є достатньо частими також і в інших державах.

Межа, до якої відбувається «захоплення медіа», відповідно до А. Мунгіу-Піппіді, різниться в тих державах, що пішли по другому шляху демократизації медіа-системи. Наприклад, скандали існували навіть у найбільш розвинутих демократіях регіону. Так, у польському «Rywingate» скандалі, редактор польської національної газети «Gazeta Wyborcza» А. Міхнік, який хотів змінити законодавчу базу для того, щоб купити телевізійну станцію «Polsat», отримав неформальну угоду від урядового посередника. Шлях другий та третій – просто регресу до цензури – можуть відбуватися по-різному або співіснувати, наприклад, коли приватні медіа розвиваються по другому шляху, а громадські медіа – по третьому [345, с. 92].

Уряди, що не можуть або не бажають відмовитись від прямого контролю над медіа, роблять свій внесок у «захоплення медіа» прямо або опосередковано. Державні субсидії, скасування заборгованості, преференційне розташування державної реклами та зменшення податкового тиску для власників ЗМІ – все це робиться політиками в обмін на позитивне ставлення мас-медіа до них.

У більшості постсоціалістичних країн створення плюралістичного середовища навколо друкованих медіа призвело до значного прогресу демократії. На думку Л. Гіоргі, у результаті вищезазначених процесів відбулося відокремлення преси від прямого політичного контролю [265]. А це, у свою чергу, призвело до ускладненої боротьби за політичний контроль над аудіовізуальним сектором мас-медіа. Водночас реформування аудіовізуальних ЗМІ було довгим та складним процесом у всіх країнах Центрально-Східної Європи. Майже без винятків радіо та телебачення перебували у державній власності в соціалістичні часи. При цьому телебачення розглядалося як засіб комунікації уряду з народом.

Згідно із висновками Д. Палетца, держава модифікувала свою політику щодо комунікацій поступово, лібералізуючи діяльність друкованих мас-медіа, і, нарешті, доступ до аудіовізуальних медіа, реформуючи офіційні медіа та дозволяючи конкуренцію [266, с. 6]. Погоджуючись із цим, інші дослідники пояснюють досліджувані тенденції тим, що здатність авторитарних режимів контролювати друковані ЗМІ й досі є більш складною, ніж здатність контролювати аудіовізуальні медіа. Тому в період трансформаційних процесів у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи радіо та телебачення часто стають головними засобами замовчування інформації [352].

Трансформації друкованих ЗМІ були позитивними і доволі швидкими в більшості країн Центрально-Східної Європи [259, с. 58; 191, с. 146]. Найуспішнішими країнами в цьому питанні стали Республіка Польща, Угорщина та Чеська Республіка. Більш того, у перші два-три роки після початку демократичних перетворень циркуляція газет у цьому регіоні підвищилася до найвищого рівня за попередні роки. Разом із тим початок економічних реформ негативно вплинув на розвиток друкованого сектора мас-медіа у всіх країнах регіону.

У друкованому секторі медіа приватизація загалом супроводжувалася, або й взагалі була обумовлена, значними надходженнями іноземних інвестицій. З усіх країн Центрально-Східної Європи Угорщина була першою країною, яка цілі сектори своєї економіки, у тому числі й друкований сектор мас-медіа, продала на конкурсній основі закордонному капіталу [395, с. 37]. Пізніше більшість країн теж відкрила можливості для надходження закордонного капіталу до друкованих ЗМІ, хоча й з певними обмеженнями в національних законодавствах щодо обсягів інвестицій. У результаті такої політики в більшості країн Центрально-Східної Європи вже у першій половині 1990-х рр. почав переважати, або й подекуди домінувати, закордонний капітал у друкованих мас-медіа.

У переважній більшості країн Центрально-Східної Європи після повалення соціалістичного режиму простежувалися наміри розширити коло політичних поглядів на телебаченні. На думку П. О'Ніла, це було найбільш помітно під час виборчих кампаній, коли робилися спроби надавати рівний ефірний час конкуруючим кандидатам для безкоштовної агітації, виступів або дебатів на телебаченні [352]. Більшість дослідників демократизації ЗМІ у країнах Центрально-Східної Європи згодні з тим, що уряди країн намагалися відкласти трансформування існуючих монополістичних і підконтрольних уряду систем радіо- та телемовлення. Наприклад, К. Спарк порушує питання про те, що політики намагалися заснувати традиції і практику втручання у теле- та радіомовлення [391, с. 157], а Д. Палетц вважає, що частіше цей процес набував форми маніпуляцій для пропаганди [359, с. 40]. Таким чином, незважаючи на те, що процес приватизації радіо був не таким складним, як телебачення, загалом політичні діячі неохоче віддавали контроль над цими ЗМІ. Нестабільні нові уряди країн, які у більшості випадків не мали постійної парламентської більшості або ж надійної бази їх влади в суспільстві, зволікали з реформуванням цієї сфери мас-медіа.

У Польщі політики бажали зберігати контроль над мас-медіа, навіть якщо публічно декларували такі цінності, як незалежність та

те, що статті закону щодо управління громадськими медіа практично лише проголошують незалежність Адміністративної ради, не уточнюючи її функції. Натомість, багато уваги в законі приділяється завданням Громадської ради та призначення її членів.

Відповідно до закону, члени Громадської та Кваліфікаційної рад призначаються прямо або опосередковано представниками політичної влади в країні. Таким чином, діяльність цих рад, а також процес призначення та звільнення їх членів буде практично політизованим. До того ж, призначення членів Громадської ради прив'язане за часом до парламентських виборів у країні, що, на переконання автора, поставить діяльність ради в залежність від політичних змін у країні. Крім того, наголосимо на тому, що деякі положення Закону складно реалізувати через їх практичний вимір, наприклад, щодо представлення в радах непропорційної кількості представників влади. Так, викликає сумнів можливість і доцільність представлення стількох представників від політичних інституцій у Громадській раді громадських радіо та телебачення, наприклад, представництво члена кожної партії в Парламенті України. Звичайно, теоретично таке положення Закону запозичене з відповідних положень законодавчих актів деяких європейських країн, але практично в законі чітко не визначена мінімальна і максимальна кількість членів ради, не розглянуто питання про можливість і доцільність представлення в раді партійних блоків, а також представлення членів парламентської коаліції та опозиції тощо. Звідси, реалізація таких положень Закону, на переконання автора, може призвести до колізій і складності в практичній реалізації його положень.

У законі також відзначено, що передбачається представлення всього суспільства у радах управління громадськими медіа. Однак, під суспільством розуміються головним чином неурядові громадські організації (далі – НГО). Більше того, їх доступ до рад досить обмежений, на думку автора, через положення закону про те, що Парламент України визначає і затверджує, які НГО будуть представлені в Громадській раді; до того ж чітко не визначено кількість членів від НГО, представлених у Громадській раді. Таким чином, їх кількість теоретично може бути дуже обмеженою порівняно з представництвом політичних інституцій у Громадській раді. Звідси, можна стверджувати, що представництво суспільства за наглядом за громадськими медіа практично обмежене НГО, яких обирає і затверджує Парламент за недостатньо визначеними у законі критеріями процедури обрання і затвердження членів ради від НГО та їх кількості.

Передбачено представництво у Кваліфікаційній раді професіоналів у сфері комунікацій, але вони призначаються Парламентом та Прези-

Громадської ради ґрунтується на широкій репрезентації різних частин суспільства через її членів. Відповідно до закону склад Громадської ради є таким: один представник від кожної політичної партії, яка представлена в Парламенті; один представник від кожної української неурядової і культурної організації, що зареєстрована у Міністерстві юстиції України та має статус всеукраїнської організації. Однак, саме Верховна Рада України схвалює список неурядових організацій для представництва у Громадській раді. Більше того, до складу Громадської ради входить один представник від Президента України; один – від Кабінету Міністрів України; один – від Національного Банку України; один – від Генеральної прокуратури України; один – від Національної ради з питань телебачення та радіомовлення; один – від Антимонопольного комітету України; один – від Державного агентства України з авторських і суміжних прав при Кабінеті Міністрів України. При цьому кількість членів Громадської ради затверджується Верховною Радою України на сесії першого року після виборів до Парламенту [132].

Кваліфікаційна рада є постійною громадською радою громадських засобів масової інформації в Україні, яка формується з висококваліфікованих професіоналів та вчених у сфері радіо і телебачення. Вона формується з трьох представників від Президента України та трьох представників від Верховної Ради України (разом шість членів ради), термін призначення яких на посади не є лімітованим. «Ре-репрезентація» або ротація членів ради може бути проведена з ініціативи Президента або Парламенту не більше одного разу за їх термін на посаді. Кваліфікаційна рада робить конкурсний відбір кандидатів на посади голови та членів Адміністративної ради та надає відібраних кандидатів на затвердження Громадській раді [132].

Адміністративна рада є постійно діючим розпорядчим органом громадських медіа. У законі зазначено, що функції цієї ради повинні бути визначені статутом Громадського радіо та телебачення України; однак немає згадки про кількість членів та процедуру їх призначення [132].

На думку автора, зазначене свідчить про те, що незалежність управління громадських медіа в Україні можна поставити під сумнів через те, що завдання вищезазначених рад і призначення їх членів теоретично розроблено з можливістю здійснення політичного впливу на діяльність громадських аудіовізуальних ЗМІ. Відповідно, можна говорити й про достатньо велику перспективу політизації управління громадськими мас-медіа за умови їх впровадження на основі досліджуваної теоретично-правової розробки. Більш того, зауважимо й

плюралізм ЗМІ. На це звертають увагу більшість дослідників: Дж. Кюрі [225], Д. Даберт [226], Т. Гобан-Клас [274], М. Іловецькі [285], С. Олсон [351]. Наприклад, на переконання А. Мілтона, Президент Л. Валенса особливо твердо дотримувався своїх переконань щодо впливу на телебачення [338] і, на думку Т. Гобан-Класа, мав неформальні інструменти контролю над радіо та телебаченням [274]. Цікаво відзначити, що К. Якубович на початку медіа-трансформації у Польщі пропонував створення громадського телебачення за прикладом «Бі-Бі-Сі» у Великій Британії. Але, як зазначає Дж. Довнінг, Президент Л. Валенса та його адміністрація не прийняли ці пропозиції [233, с. 149].

На думку польського дослідника А. Білика, там, де існують політичні свободи, власне й можна говорити про свободу преси. Він стверджує, що в 1993 р. мас-медіа в Польщі ще не були вільними через відсутність відповідних політичних свобод та засилля колишньої номенклатури, також він додає, що за відсутності явної, відкритої цензури діє сильна редакційна цензура, самоцензура, цензура з боку власників або груп тиску [203, с. 35–36] тощо.

Президент Польщі Л. Валенса у 1993-1994 рр. у доповідях про роль ЗМІ в Польщі стверджував, що на той момент польські медіа були вільними та плюралістичними, а також звертав увагу на необхідність відповідальної свободи медіа [423; 424, с. 15]. Згоден із тезою президента дослідник Ф. Рижка, який також говорить, що вже з початку 1990-х рр. ЗМІ були вільними в Польщі. Однак він відрізняє поняття свободи та незалежності мас-медіа. Для нього поняття свободи надто просте: воно виникає з відповідного запису в законодавчому акті, а незалежність медіа залежить від багатьох інших факторів [477, с. 19].

Практика, подібна до українських «темників» кінця 1990-х рр., існувала в Польщі у 1993 р., коли міністри Президента Л. Валенси та його представники мали гарячу телефонну лінію з керівництвом більшості телевізійних станцій та часто запрошували цих людей для «подальших розмов» у Бельведере – президентському палаці [233, с. 151]. Також у своїй доповіді 1993 р. міжнародна правозахисна організація «Гельсінкі Вотч» відзначала, що під час президентства Л. Валенси уряд також проводив розслідування переслідувань проти митців, вимагаючи «здорової та патріотичної цензури» в Польщі. Ця правозахисна організація наголошувала, що Закон «Про радіо та телебачення» від 1992 р. відобразив загальний клімат цензури, вимагаючи від теле- та радіомовників поваги до «християнських цінностей» [406, с. 10].

Не тільки Президент Л. Валенса, але й прем'єр-міністри за його президентства намагалися впливати на медіа та не бажали віддавати контроль над ними, особливо над електронними мас-медіа. Щодо цього питання діяльність прем'єр-міністра В. Павляка та, головним чином, прем'єр-міністра Ю. Олекса особливо заслуговує на увагу. На думку Дж. Довнінга, адміністрація прем'єр-міністра Ю. Олекса перевіряла керівників радіо та телебачення навіть частіше, ніж колишні комуністичні лідери [233, с. 151]. Щодо цього питання дисертант вважає за потрібне звернути увагу на таке.

У програмній декларації союзу «Солідарність» зазначалося, що друковані матеріали, теле- і радіотрансляції повинні представляти різноманіття ідей, думок та оцінок, з доступом до них як делегатів, так і всіх інших представників. Відповідно цензура, яка зазвичай є темою, важливою для інтелігенції, стала одним із головних питань для робітників під час підпільного руху «Солідарності» за соціалістичних часів у Польщі, в якому саме Л. Валенса був лідером. Отже, можна зробити такий висновок: лідери союзу «Солідарність», які вимагали забезпечення свободи ЗМІ за соціалістичних часів у Польщі стали заважати встановленню свободи преси своєю політичною діяльністю після приходу до влади у державі. Такий умовивід є цікавим, якщо також згадати, що під час соціалізму в Польщі союз «Солідарність» друкував багато підпільної літератури та преси, яка не підлягала цензурі з боку влади, а пізніше погляди тих самих людей різко змінилися щодо свободи медіа, особливо телебачення та радіо. Також у результаті приватизації друкованого сектора мас-медіа на початку 1990-х рр. багато національних та регіональних друкованих видань відійшли до власності членів «Солідарності» або людей близьких до цієї нової політичної сили.

Однак наступний Президент Польщі А. Квасневський став на позиції меншого втручання у сферу телебачення [364, с. 1893]. Незважаючи на це, дослідник І. Камінський звертається до судової справи «Президент Квасневський проти щоденної газети «Жичіє» («Zycie»)) як до найбільш важливої судової справи щодо медіа того часу із значними наслідками для майбутнього свободи ЗМІ в Польщі [300, с. 73]. Також нові технології та законодавство ЄС до певного ступеня унеможливили спроби політиків зберігати контроль над медіа.

У своїй статті «Румунська занадто вільна преса» А. Мінгуї-Піппіді говорить про те, що мас-медіа в Румунії звичайно стали вільними порівняно із соціалістичними часами, однак при цьому вони не стали більш благородними або кращими у своїй діяльності ніж їх соціалістичні попередники. Румунські медіа-магнати та їх ЗМК знаходять для цього

не дає чітких критеріїв розмежування продукції до одного із цих трьох видів продукції. Тому, на думку спеціалістів Української Гельсінської спілки з прав людини, «закон про захист суспільної моралі не відповідає критерію якості, а тому потребує більш чіткого регулювання, щоб відповідати вимогам Європейської Конвенції про захист прав людини». Урешті наголосимо на тому, що хоча даний Закон було прийнято за президентства Л. Кучми, але він не відразу почав впроваджуватися в дію. Це було пов'язано, перш за все, через правові колізії з неможливістю відповідно до закону сформувати експертний і контролюючий поза-відомчий державний орган у сфері захисту суспільної моралі – Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі [117]. Отож, Комісія почала діяти на основі даного Закону вже під час президентства В. Юшенка, що буде проаналізовано пізніше в даній роботі.

Україна в 1997 р. врешті-решт прийняла закон, який створює правові рамки для запровадження громадської системи радіо та телебачення [330, с. 143] після довгих дебатів між Парламентом та Президентом. Цим законом створено систему Суспільного телебачення і радіомовлення України, тобто громадські медіа. А. Ріхтер описує цей процес так: «після дебатів між Парламентом і Президентом щодо певних положень закону про громадські медіа, Україна нарешті прийняла закон, який створює правову базу для впровадження громадського радіо та телебачення» [370, с. 160]. Не дивно, що прийняття цього закону А. Ріхтер називає «інтригуючим розвитком» законодавства щодо аудіовізуальних медіа в Україні, через те, що він увів громадські електронні ЗМІ на основі державних [372, с. 143]. Звичайно, можливість втратити державні аудіовізуальні ЗМІ як засоби впливу на аудиторію спровокували інтенсивні дебати серед політичних еліт України так само, як раніше це відбулося в інших країнах Центрально-Східної Європи.

Закон «Про систему громадського радіо та телебачення в Україні» від 1997 р. встановлює, що громадські медіа перебувають у власності українського народу [132]. Проаналізуємо структуру передбачених законом управлінських органів громадських медіа в Україні для того, щоб оцінити їх незалежність.

Громадська рада – це рада нагляду над діяльністю громадських медіа в Україні. Вона не може втручатися в щоденні справи громадських мовників, однак вона затверджує членів Адміністративної ради та кандидатів на голову Адміністративної ради, а також щорічні звіти Адміністративної ради про діяльність громадських медіа. Діяльність

жорстокості, порнографії; проведення аналізу процесів і тенденцій, що відбуваються у сфері захисту суспільної моралі, розроблення для органів державної влади та органів місцевого самоврядування рекомендацій з їх правового регулювання; здійснення контролю за дотриманням законодавства у сфері захисту суспільної моралі. Відповідно до пункту 5 Постанови Комісія: проводить аналіз теле-, радіо- і відеопродукції, репертуару кінотеатрів, кіно- і відеоустановок, відеозалів, продукції друкованих засобів масової інформації, а також видовищних заходів на їх відповідність вимогам законодавства у сфері захисту суспільної моралі (1); вживає заходів до запобігання розповсюдженню та заборони демонстрації фільмів, програм, інформаційних матеріалів, видовищних заходів, які можуть завдати шкоди суспільній моралі (2) [138].

Хоча Національна комісія й формується з представників органів влади, журналістів, артистів і письменників, критерії та процедура добору членів є невідомими. Також спеціалісти Української Гельсінської спілки з прав людини відзначали, що фактична процедура призначення Голови комісії суперечить закону про захист суспільної моралі [117]. Отож, хоча загалом ті напрямки, на які направлена сфера дії Закону України «Про захист суспільної моралі» можна оцінити позитивно, однак як цей закон, так і діяльність Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі викликає певні застереження з точки зору їх повної відповідності загальним і, у тому числі європейським стандартам свободи слова та права людини на інформацію.

Так, на думку українських правозахисників, існування такого Закону і такої Комісії суперечить Конституції України та Європейській Конвенції з прав людини [117], порушує громадянські права і свободи в Україні, легітимізує цензуру під приводом боротьби за моральність, сприяє корупції, а також є механізмом психологічного притлумлення громадян, пригнічення культури та інформаційного простору. Що найважливіше, вищезгадані Комісія і Закон розглядаються як втручання в особисте життя громадян і спробу його регулювання, що не відповідає демократичній політичній системі. Крім того, висловлюється аргумент про те, що діяльність Комісії з Моралі провокує активний розвиток тіншового ринку радикальної (у тому числі і дитячої) порнографії, притлумлює природну сексуальну енергію населення, що призводить до зростання соціальної напруги, жорстокості, агресії та злочинності на сексуальному ґрунті [77]. Більш того, визначення термінів закону не є однотайними. Наприклад, закон визначає окремо продукцію порнографічного, еротичного та сексуального характеру. При цьому їхнє формулювання

різні можливості у корумпованій державі. Деякі з них «не лише відмовляються платити податки, але й шантажують керівні політичні еліти: мерів міст для того, щоб уникнути плати ренту, директорів приватизаційних агенцій – щоб виграти аукціони за потрібною їм ціною, агенції з нагляду за діяльністю для того, щоб вони дивилися зовсім в іншу сторону» [343, с. 98]. У той же час провину за це можна покласти й на слабких політиків, а не на медіа, що зловживають своєю владою. Дослідниця звертає увагу на те, що уряд ніколи не підтримував «декомунізацію медіа» [343, с. 98]. Більш того, потрібно зауважити, що керівні посади в управлінні медіа обійняли або власниками ЗМІ стали переважно колишні соціалістичні керівні еліти. Опозиціонери часів соціалізму, які активно почали приходити на ринок преси в 1990 р., пізніше майже всі його залишили через різні причини, в тому числі через специфіку політики в Румунії, корупцію та низькі заробітні плати. Тому у висновку дослідниця підсумовує: якщо критикувати ЗМІ в Румунії, то на це можна почути таку відповідь, що не потрібно очікувати того, що медіа будуть поводити себе краще ніж уряд тієї ж країни [343, с. 98–100].

Отже, зважаючи на вищезазначене, на жаль, демократизація ЗМІ у країнах постсоціалістичного регіону не стала тією панацеєю, якою повинна була стати. Вона не завадила урядам різних політичних переконань у регіоні нав'язувати державний контроль над медіа або маніпулювати ЗМІ у своїх інтересах. Більше того, незалежність мас-медіа автоматично не призвела до нейтральності, неупередженості, рівності і відсутності надання переваг певним політичним силам, на що сподівалася більшість теоретиків та практиків медіа-трансформацій. С. Сплічал уважав, що уряди країн і досі намагаються контролювати медіа безпосередньо або ж опосередковано. Т. Гобан-Клас зазначав, що розвиваються нові форми контролю щодо мас-медіа – правового регулювання та ринкового контролю. С. Сплічал підсумовував щодо першого етапу (перша половина 1990-х рр.) медіа реформ: «урядовий контроль над телебаченням та економічні проблеми, які виникли в пресі, залишаються головними перешкодами на шляху до свободи засобів масової інформації в Центральній та Східній Європі» [395, с. 29].

А. Ріхтер упевнений, що для того, щоб незалежність ЗМІ стала політичною реальністю, ще потрібно пройти довгий шлях [371, с. 198] тому, що медіа є принципово важливими для політики та влади. А. Мілтон говорить про те, що «політичні діячі незалежно від ідеології будуть використовувати наявні політичні можливості та ресурси для

досягнення своїх власних цілей, і тому, інституційна залежність медіа залишиться, бо це відповідає цілям та інтересам політичних акторів» [337, с. 175]. Отож, політичні впливи в діяльності медіа існують навіть у демократичних країнах, але вони більш напружені в перехідних суспільствах. Відповідно, така ситуація загрожує демократичним трансформаціям ЗМІ та рівню їх незалежності в країнах постсоціалістичного переходу Європи особливо на початку трансформацій.

Початкова стадія переходу від соціалістичної моделі функціонування ЗМІ до ринкової в країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи була проведена через зміну правової системи щодо ЗМІ, що створило нову систему медіа-регулювання. Дані щодо правової бази мас-медіа включає аналіз законів і державного регулювання, що впливає на регулювання медіа-контексту так само, як і спроби політичної влади використовувати ці закони та правила для того, щоб обмежити свободу ЗМІ та можливість медіа функціонувати [248].

Дослідники в галузі мас-медіа погоджуються, що атмосфера навколо законодавчого процесу щодо демократизації ЗМІ була дуже політизованою. Як стверджував Е. Мілтон, зміни в законах про медіа в Центрально-Східній Європі проходять через дві фази: спочатку просте зруйнування комуністичної структури, а потім поступове розроблення нового закону про медіа-організації [337, с. 15].

Як було зазначено в попередньому розділі, Європейська конвенція з прав людини є документом обов'язковим для виконання країнами-учасницями. Права і свободи за положеннями Конвенції повинні бути прямо запровадженими в національному праві. Більш того, існують і директиви Європейської Комісії, які повинні бути запроваджені в національні законодавства країн-членів, та обов'язковими до виконання [220, с. 207]. Наприклад, у 1994 р. Республіка Польща підписала Європейську Конвенцію «Телебачення без Кордонів» (Television Without Frontiers) і, відповідно, це вимагало удосконалити національні закони про ЗМІ у відповідності з європейськими. Так, у 2000 р. у Польщі були прийняті поправки до закону про електронні ЗМІ з метою гармонізації зі стандартами ЄС [8, с. 43]. З цього приводу В. Муравйов зазначає: «якщо країна хоче бути інтегрованою частиною великої європейської спільноти, вона повинна жити відповідно до загальних європейських стандартів» [346, с. 21], що стосувалося всіх країн Центрально-Східної Європи, що стали членами ЄС у 21 столітті, а також усіх інших країн регіону, які взяли курс на європейську інтеграцію.

склалися в суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей, уявлень про добро, честь, гідність, громадський обов'язок, совість, справедливість» [139].

Статтею 2 Закону забороняються виробництво та розповсюдження продукції, яка: пропагує війну, національну та релігійну ворожнечу, зміну шляхом насильства конституційного ладу або територіальної цілісності України; пропагує фашизм та неофашизм; принижує або ображає націю чи особистість за національною ознакою; пропагує бузувірство, блюзнірство, неповагу до національних і релігійних святинь; принижує особистість, є проявом знущання з приводу фізичних вад (каліцтва), з душевнохворих, літніх людей; пропагує невігластво, неповагу до батьків; пропагує наркоманію, токсикоманію, алкоголізм, тютюнопаління та інші шкідливі звички [139].

Можна узагальнити, що основна увага даного Закону направлена на регулювання створення та поширення інформації порнографічного, еротичного та насильницького характеру. Так, наприклад, статтею 15 Закону «Порядок і умови публічної демонстрації продукції, що містить елементи еротики, засобами масової інформації» трансляція теле-, відео- і радіопрограм, що містять елементи еротики, допускається з 24 годин до 4 годин, якщо інше скорочення часу трансляції не передбачено органами місцевого самоврядування. Перед трансляцією теле- і радіопрограм сексуального чи еротичного характеру обов'язково має бути зроблено звукове або текстове повідомлення про характер програми і заборону перегляду чи прослуховування її неповнолітніми [139]. Крім того, у Законі визначається статус Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі та інші положення, що стосуються діяльності даної Комісії.

Постановою Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2004 р. № 1550 «Про Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі» (із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ N 624 від 11.05.2006) затверджено положення «Про Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі», відповідно до якої Національна експертна комісія з питань захисту суспільної моралі є постійно діючим державним експертним і контролюючим органом. Комісія у своїй діяльності керується Конституцією (254к/96-ВР) та законами України, актами Президента України і Кабінету Міністрів України, а також цим Положенням [98, с. 53].

Основними завданнями Комісії є: проведення експертизи продукції, видовищних заходів сексуального чи еротичного характеру та продукції, що містить елементи або пропаганду культу насильства,

Свобода преси вважається однією з основних конституційних свобод. Найбільш важливою передумовою існування свободи преси й інших політичних свобод є саме конституціоналізм. Конституційні гарантії свободи преси є невід'ємною ознакою демократичної системи ЗМІ. Свобода преси найчастіше визначається як право поширювати ідеї, думки, інформацію через друковане слово без обмежень з боку влади; право, що гарантує захист і лежить в основі всіх інших політичних свобод та прав людини. Свобода преси є не просто гарантом, а головним гарантом конституційності демократичного ладу. Різні науковці займалися дослідженням свободи слова, закріпленої у Конституції України, наприклад, І. Длабоха [228, с. 30] та П. Матісшек [323, с. 3].

Конституція України була прийнята Верховною Радою України 28 червня 1996 р. 315 голосами «за», 36 – «проти», 12 – «утримались» і відразу вступила в дію, замінивши Конституцію Радянської Республіки України 1978 р. [228, с. 30]. Важливо зазначити, що приблизно 30 % статей Конституції України стосуються прав та обов'язків громадян [323, с. 3].

У статті 34 Конституції України зазначено, що «кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів та переконань» [56, с. 8]. Крім того, кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір. Зазначимо, що в частині 3 статті 15 Конституції України «цензура заборонена» [56, с. 5]. Таким чином, Конституція України зафіксувала право кожного на свободу думки, слова, переконань.

Потрібно звернути увагу на те, що міжнародні договори, які ратифікувала Україна, є частиною національного законодавства та обов'язковими до виконання. Відповідні положення закріплені в статті 9 Конституції України [56, с. 4].

Крім того, такі законодавчі акти були прийняті за часів президентства Л. Кучми, які регулюють діяльність аудіовізуальних медіа: Закон України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» (1997) [132]; Закон України «Про Національну Раду з питань телебачення та радіомовлення» (1997) [135]; Закон України «Про авторські та суміжні права» (1994); Закон України «Про комунікацію» (1995).

Щодо дотримання етичних норм у ЗМІ, то Закон України «Про захист суспільної моралі», прийнятий у 2004 р., встановлює правові основи захисту суспільства від розповсюдження продукції, що негативно впливає на суспільну мораль. Суспільна мораль, відповідно до даного Закону, – це «система етичних норм, правил поведінки, що

На думку словенського дослідника М. Мілосавлівеца, словенські телевізійні станції (як громадські, так і приватні) будуть мати проблеми в гармонізації щодо тих зобов'язань, які на себе взяла Словенія, підписавши Європейську Конвенцію «Телебачення без Кордонів». Він зазначає, що вже виникла проблема дотримання словенських квот, особливо коли це стосується власних словенських аудіовізуальних продуктів, що існують у невеликій пропозиції. Словенія – маленька країна з населенням у два мільйони та словенська мова рідко використовується за межами словенських кордонів. Це означає, що з точки зору економічного зиску виробництво власних програм має невеликі вигоди. Виробництво словенських програм є більш дорогим ніж програм, які виробляються у США, Латинській Америці або інших країнах ЄС. Тому для того, щоб досягти виробництва власних програм відповідно до квот ЄС, більшість телевізійних станцій у Словенії звертаються до дешевих форматів виробництва, наприклад, ток-шоу, інтерв'ю в студії та музичні відео [336, с. 72].

Також потрібно звернути увагу на те, що різноманітні міжнародні організації надавали допомогу в приведенні національних законодавств щодо ЗМІ до міжнародних та європейських стандартів. Як зазначає К. Спаркс, поради до завершення переходу до вільної конкуренції були надані з різних фондів, фінансованих США та Фондації Дж. Сороса. Основну увагу радники з ЄС та Ради Європи звертали на державне регулювання сектора телебачення так, щоб воно було в координації з європейськими медіа-структурами [391, с. 108]. В. Кляйнвахтер також погоджується, що в трансформації медіа-ринку країни Центрально-Східної Європи отримували підтримку від американських та західно-європейських радників [304]. Х. Дрюк говорить про те, що був досить значний вплив іноземних держав і деколи поради, у тому числі, для написання законів у країнах постсоціалістичних перетворень Європи, але національні інтереси, як видно, не постраждали від цього міжнародного співробітництва [234, с. 140], на думку дослідника.

Правова база функціонування ЗМІ в країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи створена відповідно до європейських та міжнародних стандартів. Так, наприклад, порівняння головних аспектів європейського та польського регулювання аудіовізуальних ЗМІ вказує на те, що лише деякі національні положення права потребують поправок для гармонізації з європейськими стандартами (станом на 2002 р.) [291, с. 220]. Крім того, як зазначає угорський медіа-дослідник М. Зукозд, до свого вступу в ЄС Польща повинна була гармонізувати свою правову базу, у тому числі й щодо медіа, зі стандартами ЄС [369, с. 247].

У країнах Центральної та Східної Європи прийняті законодавчі акти забороняють цензуру та гарантують свободу преси. Слід зазначити, що законодавча база щодо преси в країнах була прийнята відповідно до міжнародних та європейських стандартів у цій сфері і встановлює сприятливу основу для функціонування вільної та незалежної преси в країнах досліджуваного регіону. Отже, загалом правова база щодо преси була змінена швидше, ніж щодо радіо та телебачення у всіх країнах постсоціалістичних перетворень Центральної та Східної Європи через небажання політиків віддати свій контроль над телебаченням [395; 233; 267; 265; 359], що з початку 1990-х рр. було найвпливовішим ЗМІ у країнах регіону.

Електронні медіа були під монополістичним контролем комуністичної партії в соціалістичних країнах Центрально-Східної Європи до демократичних перетворень у країнах, на що звертають увагу дослідники Л. Дзіркалс [403], М. Хопкінс [283], М. Сіфетц [322]. Наприклад, у Польщі телебачення та радіо були підпорядковані Комісії з питань радіо та телебачення від 1951 р. Діяльність цих мас-медіа була врегульована Законом «Про радіо та телебачення», прийнятому в 1960 р. Отож, зміна законодавства щодо електронних медіа була важливим кроком до демократичних змін у країнах, але на цьому шляху виникло багато проблем. Зауважимо, що з кінця 1980-х рр. особливо телебачення й, у меншій мірі, радіо були головними питаннями в медіа-дебатах серед політичної влади. Порівняно з друкованим сектором медіа, процес трансформації аудіовізуального сектора проходив набагато повільніше, переважно тому, що питання політичного контролю і впливу на діяльність телебачення та радіо відігравало дуже помітну роль.

Окрім Конституції та ратифікованих міжнародних договорів у даній сфері, інші нормативно-правові акти регулюють діяльність мас-медіа країн регіону.

У сучасній Польщі наступні законодавчі акти регулюють діяльність електронних медіа в країні: Закон Республіки Польща «Про радіо та телебачення» (1992) зі змінами та доповненнями від 1995 р., 2001 р. і 2004 р., а також Закон Республіки Польща «Про пошту та телекомунікації» (1990), Закон Республіки Польща «Про авторські права» (1993) та Закон Республіки Польща «Про комунікації» (1990).

Головним законодавчим актом у Польщі щодо аудіовізуальних засобів масової інформації можна вважати Закон Республіки Польща «Про радіо та телебачення» від 1992 р. [419]. Загалом, закони у всіх країнах постсоціалістичних перетворень Центральної та Східної Європи встановлюють основні положення щодо функціонування електронних медіа.

16 червня 1994 р. Україна першою з країн СНД уклала Угоду про партнерство й співробітництво (далі – УПС) з ЄС. Відповідні угоди були укладені Європейським Союзом майже з усіма країнами-членами Співдружності незалежних держав (далі – СНД), які виникли на терені колишнього СРСР. УПС була ратифікована Верховною Радою України 10 листопада 1994 р. і набула чинності 1 березня 1998 р. після її ратифікації національними парламентами країн-членів ЄС.

Про важливість підписання Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС для реалізації євроінтеграційної стратегії нашої держави свідчить той факт, що подібні підписані угоди про партнерство і співробітництво мали проміжний характер між Угодою про торгівлю і співробітництво ЄС з СРСР від 1989 р. і договорами про асоціацію, підписаними з країнами Центрально-Східної Європи.

Угода охоплювала чотири основних напрямки: політичний діалог та зовнішня політика і політика безпеки; питання юстиції, свободи і безпеки; економічне та секторальне співробітництво та створення глибокої та повномасштабної зони вільної торгівлі. УПС відкрила можливості для поступового зближення України з ЄС. У рамках УПС відбувався регулярний політичний діалог між Україною і ЄС на всіх рівнях, включаючи президентський. Таким чином, Угода визначила наміри та зобов'язання сторін щодо забезпечення партнерства та взаєморозуміння. Вона виявила обопільну прихильність до демократії та ринкової економіки і водночас визначила перелік вимог для України в різних сферах життя [40, с. 14].

У 1994 р. були проведені позачергові як парламентські, так і президентські вибори. Другим Президентом України став Л. Кучма. У результаті позачергових парламентських виборів у Верховній Раді домінували представники лівих партій України, що мали близько 140 з 450 місць у парламенті, а також різноманітні центристські фракції, що за допомогою «придбаних» депутатів збільшили кількість своїх представників до більш 180 членів у кінці 1997 р. [255, с. 144–145]. Важливо відзначити, що економічні реформи в Україні періоду президентства Л. Кучми, на відміну від попереднього періоду, проводилися за допомогою західних радників відповідно до пунктів так званого «Вашингтонського консенсусу» (Washington consensus) та певним попередньо накопиченим досвідом [99, с. 58].

На думку європейської дослідниці В. Фріц, зовнішні впливи на процес державотворення в Україні дещо збільшилися в другій половині 1990-х рр., але не стали домінуючими порівняно з внутрішніми факторами. Щодо відносин України з ЄС, то вона відзначає, що на той період й досі було відсутнє серйозне зацікавлення як України в ЄС, так ЄС в Україні [255, с. 148].

лення» від 1993 р., зі змінами та доповненнями. Щодо прийняття цього Закону в Україні не було інтенсивних політичних дебатів, на відміну від більшості постсоціалістичних країн Центральної та Східної Європи.

Закон України «Про телебачення та радіомовлення» було прийнято в 1993 р. і вступив у дію в 1994 р. Зазначимо, що Україна була однією з трьох держав колишнього Радянського Союзу (поряд з Молдовою, яка прийняла відповідний закон у 1995 р. та Таджикистаном – у 1996 р.), яка прийняла новий закон щодо аудіовізуальних медіа до 2000 р., тобто майже за десять років після початку демократичних перетворень у пострадянських країнах [326, с. 25]. Таку позитивну картину бажання українських політиків реформувати аудіовізуальні медіа через прийняття нового закону в цій сфері можна піддати сумніву, якщо подивитися на зміст самого закону. Звичайно, разом із запровадженням приватної власності на радіо та телебачення, державна власність на певні канали, які мають найбільше покриття території та аудиторії (наприклад, «УТ-1»), залишилася. Відразу зрозуміло чому прийняття такого нового закону не спричинило політичних дебатів, як це було в інших країнах Центральної та Східної Європи, де державної власності на аудіовізуальні ЗМІ не залишилося після прийняття нових законів у цій сфері. Адже політичні еліти в Україні залишили в державній власності, а, отже, у сфері свого впливу, певні аудіовізуальні мас-медіа.

Процедура й умови надання ліцензій електронним ЗМІ є важливим першим кроком для початку мовлення станцій. В Україні ця функція покладена на Національну раду з питань радіо та телебачення відповідно до Закону «Про телебачення та радіомовлення» від 1993 р. Заявка на отримання ліцензії, яка повинна бути підкріплена статутом електронного мовника, може бути переданою до Національної ради з питань радіо та телебачення після того, як заявник знайшов технічні можливості для ведення мовлення [373, с. 316]. Процес отримання технічної ліцензії на ведення мовлення регулюється Законом України «Про комунікацію». Так, претендент на отримання ліцензії може орендувати або купити в урядової агенції частоту і технічне обладнання, необхідне для ведення мовлення. На відміну від, наприклад, Польщі в Україні законом заборонено надання ліцензій [372, с. 148] на аудіовізуальне мовлення релігійним організаціям.

Середній термін для надання ліцензій в Україні становить від п'яти до десяти років, залежно від типу мовлення радіо та телевізійної станції [373, с. 316]. Потрібно відмітити той факт, що діяльність рад по виданню ліцензій призвела до таких позитивних наслідків на медіаринку, як поява комерційних радіо та телестанцій в Україні.

Проаналізуємо політичні дебати і ускладнення у прийнятті нових законів щодо аудіовізуальних медіа в країнах Центрально-Східної Європи.

Питання про те, «хто контролює мас-медіа» є втаємниченим практично у всіх країнах постсоціалістичних перетворень, особливо на першому етапі реформування. Часто боротьба за контроль над ЗМІ є досить жорсткою, і вона включає порушення свободи мас-медіа. Правлячі еліти й досі мають тенденції до встановлення недемократичних засобів для просування власних інтересів. Це стосується як Угорщини, так і Польщі, особливо на першому етапі реформ, хоча ці країни визнані успішними за результатами реформування сфери ЗМІ. І в Польщі, і в Угорщині питання про контроль над медіа стало одним із головних питань публічних дебатів. При цьому аргументи були в дискурсі питань про національну культуру. Наприклад, «польський національний характер» був тісно пов'язаний з католицизмом.

Відразу можна зазначити, що прийняття законодавчої бази щодо електронних медіа було складним процесом в усіх державах регіону через політичні ускладнення в цьому процесі, у тому числі й втручання окремих політиків та політичних груп та інших осіб. Так, на початку 1990-х рр. в Польщі відбувалися великі дебати між парламентом, сенатом та президентом з приводу проектів закону щодо діяльності радіо та телебачення у країні. Це призвело до затримки у прийнятті нового закону. Крім того, вона була спричинена ще й впливом римокатолицької церкви на прийняття закону. Головною проблемою та питанням дебатів між різними політичними силами та церквою було те, чи включати до закону параграф про повагу до християнських цінностей у радіо та телемовленні [265]. Нарешті 19 грудня 1992 р. парламент прийняв новий Закон «Про радіо та телебачення» («за» – 198 голосів, «проти» – 172) з поправкою про повагу до християнських цінностей у діяльності радіо та телебачення.

Поправка в законі щодо християнських цінностей у діяльності радіо та телебачення Польщі критикувалася такими відомими медіадослідниками Центральної та Східної Європи, як: А. Бжезінські [207], К. Якубович [289], С. Сплічал [395] та іншими як така, яка загрожує здійсненню права на свободу висловлювання на польському радіо і телебаченні. У доповіді «Загрози свободи преси» від 1993 р. у Польщі міжнародної правозахисної організації «Гельсінкі Вотч» (the Helsinki Watch) наголошується на тому, що «як невизначене формулювання положення про «християнські цінності», так і субстантивні зобов'язання породжують спірні питання. Остаточний арбітр щодо визначення

того, чи відповідає матеріал «християнським цінностям» залишився невизначеним» [406, с. 12]. Урешті-решт це положення вилучили з закону.

Пояснимо детальніше про роль римо-католицької церкви у формуванні аудіовізуального сектора на засадах демократичних принципів на початку 1990-х рр. у Польщі. Незважаючи на те, що церква втратила міцні позиції в друкованому секторі ЗМІ, вона досягла значних успіхів у зміцненні свого авторитету та впливу на діяльність радіо та телебачення. Справедливо зазначає Т. Гобан-Клас про те, що непрямий вплив церкви і контроль, особливо над аудіовізуальними засобами мас-медіа, є очевидним для всіх учасників медіа-системи [267, с. 139]. Загальновідомим є той факт, що церква розробила комунікаційну доктрину для польських ЗМІ на початку 1990-х рр. Більшість дослідників у цій сфері, наприклад С. Сплічал [395], К. Якубович [289] і П. О'Ніл [352] теж погоджуються з тим, що новий Закон «Про радіо та телебачення» був великим успіхом позицій церкви в даній сфері через поправку до закону про повагу до християнських цінностей теле- та радіо мовниками. Непрямий вплив церкви можна побачити в процесі видання ліцензій новим радіо та телевізійним мережам [267, с. 240]. Так, церковному радіоканалу «Марія» було надано ліцензію на ведення мовлення в національному масштабі. Однак, зауважимо, що деякі польські дослідники як, наприклад, А. Лепа [317; 318] вважали, що дотримання християнських цінностей на радіо та телебаченні нікому не загрожує. Отож, римо-католицька церква відіграла важливу роль у трансформаційному процесі в аудіовізуальному секторі так само, як і в інших секторах мас-медіа в Польщі.

Відомо, що закон про діяльність радіо та телебачення розроблявся та схвалювався в Польщі після довгих переговорів та дискусій між різними гілками влади. Більшість дослідників, наприклад, Т. Гобан-Клас [267] та К. Якубович [289] визначили цей закон як далекий від досконалості. Дуже великі занепокоєння викликала Агенція з питань національного радіо та телебачення, яка була залежною від політичних настроїв, а також стала занадто цензурною агенцією [267, с. 246]. Але, як стверджує Л. Гіоргі, незважаючи на затримку в прийнятті закону, розробка юридичної бази для врегулювання діяльності аудіовізуальних ЗМІ, включаючи публічне телебачення та радіо, у Польщі пройшла набагато успішніше та швидше ніж у сусідніх країнах [265, с. 20].

Відомо, що економічні аспекти у функціонуванні ЗМІ та медіа-ринку загалом у трансформаційному процесі відіграють помітну роль. Так, Л. Гіоргі окреслювала три взаємопов'язані фактори, які визначають структуру трансформації медіа в посткомуністичних країнах Європи.

Перший етап приватизації, однак, був неефективним і показав багато проблем та ускладнень у цьому процесі. Наприклад, гіперінфляція призвела до переоцінки вартості підприємств і, таким чином, затримала їх приватизацію. До того ж, реформи були блокованими відсутністю організаційної системи імплементації приватизації, не встановленням регіональних осередків Державного Комітету Власності та недосвідченими його працівниками. Інвестиційним банкам також помітно не вистачало працівників.

До вищеперелічених проблем інші дослідники додають ще й відсутність багатьох необхідних законодавчих актів, деяку невпевненість щодо права на власність через незакінчений поділ власності між колишніми республіками Радянського Союзу, Україною та Автономною Республікою Крим, а також через низький рівень управління державною власністю. У багатьох спостерігачів викликала стурбованість можливістю колишньої номенклатури та «червоних директорів» використати особисту вигоду від такого приватизаційного процесу. Як відзначає Х. ван Зон, «до кінця 1994 року приватизація українського виробництва була сильно обмежена та обмежена до «спонтанної» приватизації, тому номенклатура брала активну участь в апропріації державної власності» [99, с. 56].

Відповідно до даних МВФ, якщо б зберігалися темпи приватизації 1992-1994 рр., то знадобилося би 15-17 років для того, щоб завершити цей процес. Отже, приватизація відбувалася дуже повільно за президентства Л. Кравчука. Верховна Рада України визнала поразку приватизації в Україні, яку було призупинено в 1994. У результаті першого етапу приватизації лише 3,000 середніх та великих підприємств (із загальної кількості 18,000) та 7,000 невеликих підприємств (із загальної кількості 45,000) були приватизовані до кінця 1994 року [99, с. 56]. І хоча насправді створення національних державних інститутів було не менш важливим в Україні, ніж інших ключових інститутів, навіть при цьому, ці реформи призвели до розквіту старого бюрократичного державного апарату, нестачі правових та в тіньову України.

Усі ці вищепроаналізовані автором проблеми з приватизацією в Україні на початку постсоціалістичних перетворень негативно позначилися і на темпах ринкових перетворень на ринку ЗМІ в Україні. Адже на медіа-ринку також потрібно було провести денационалізацію відповідно до демократичних стандартів. Особливої ж важливості та проблемності набули процеси приватизації на ринку аудіовізуальних мас-медіа в Україні так само, як і в інших державах постсоціалістичних перетворень Європи.

Головним законодавчим актом щодо аудіовізуальних мас-медіа в Україні можна вважати Закон України «Про телебачення та радіомов-

Україні необхідно було удосконалити цей закон та пропонувати в подальшому новий законопроект про доступ до публічної інформації, який би впровадив прогресивний підхід у цьому питанні відповідно до міжнародних стандартів. Так, наприклад, після багаторічної боротьби румунського народу, новий закон про інформацію було прийнято. Він дозволив відкрити секретні архіви румунської секретної поліції «Секурітате» періоду режиму Чаушеску в Румунії [316]. Хоча доступ до навіть такої чутливої теми порушує багато питань і у самій Румунії, однак уважається, що це допомагає демократизації країни, кращому розумінню соціалістичного минулого та його пам'яті заради демократичного прогресу Румунії. Схожі закони про доступ до інформації були прийняті і в інших постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи, однак також це був затяжний у часі процес, що супроводжувався обговореннями в суспільстві.

Незважаючи на певну критику нових законів щодо преси в Україні, ці законодавчі акти отримують позитивні відгуки від медіа-спеціалістів. Щодо України, то А. Ріхтер дає оцінку головному закону України щодо преси як найбільш далекосяжному законодавчому акту щодо друкованих медіа з часу незалежності [370, с. 138]. Його було прийнято через рік після проголошення незалежності України і він був інноваційним і близьким до міжнародних та європейських стандартів у забезпеченні свободи слова в пресі України.

Приватизаційні процеси, які почалися в Україні в 1991-1994 рр., мали велике значення і наслідки для економіки держави, а також для трансформації її медіа-ринку. Основними цілями приватизаційної програми були: зміна власності на засоби виробництва, створення нової соціальної групи приватних власників, заохотити конкуренцію та обмежувати монополії.

Перший етап приватизації в Україні офіційно почався у 1992 р. У жовтні 1991 р. український уряд прийняв програму «Основні напрямки економічної політики в умовах незалежності». Основою запропонованої трансформації повинна була стати приватизація підприємств у державній власності і наближення до ринкової економіки з різними формами власності. Нормативно-правова база приватизаційних процесів була переважно прийнята в 1992 р. Вона включала основні закони такі, як: Закон України «Про приватизаційні сертифікати», Закон України «Про приватизацію невеликих підприємств» та «Державна приватизаційна програма». Як зазначає Т. Кузіо, позитивним аспектом нової законодавчої бази стало те, що вона визначила об'єкти та методи приватизації [99, с. 56].

На її думку, вони охоплюють сфери власності, питання регулювання та контролю [265]. Проблема власності на мас-медіа є найбільш критичним фактором із усіх вищенаведених. Як зауважував П. О'Ніл, економічні аспекти демократизації ЗМІ стають надзвичайно важливими у трансформаційний період. Навіть за приватної власності на ЗМІ, власниками може стати економічна еліта країни, у руках якої знаходяться державні підприємства, або ж ті особистості, які мають безпосередні зв'язки з такими підприємствами. Це призводить до зіткнень медіа-інтересів із владою [352].

Аналіз процесу приватизації сектора мас-медіа та поява приватних ЗМІ в країнах Центрально-Східної Європи в умовах демократизації медіа-ринку надає змогу оцінити концепт «різноманіття медіа-ринку» як одного з індикаторів плюралізму поглядів у ЗМІ та, відповідно, рівня свободи ЗМІ [305, с. 2]. Розуміння процесів приватизації ЗМІ необхідне для більш комплексної оцінки результатів створення демократичної медіа-моделі в регіоні на основі прикладу країн-членів Європейського Союзу. Так, процес медіа-приватизації та появи нових форм власності на ЗМІ є важливим кроком політичної влади на шляху до медіа-диверсифікації та плюралізму в перехідних суспільствах. Після цього наступним кроком політики щодо мас-медіа повинен бути нагляд за медіа-ринком для того, щоб уникнути монополізації, концентрації та інших процесів, які загрожують плюралізму ЗМІ і різноманіттю інформації та, відповідно, права громадян на свободу інформації.

Розвиток приватного сектора в аудіовізуальних мас-медіа відбувся повільніше головним чином тому, що, лише за винятком Чеської Республіки, це була та сфера, де питання регулювання і контролю відігравали визначальну роль. Це особливо стосується телемовлення, у меншій мірі радіо. Чехословаччина була першою країною, що прийняла відповідні законодавчі акти для утворення комерційного телебачення після повалення соціалізму. Незважаючи на те, що потім те саме було зроблено в Польщі, Словенії та Румунії, аудіовізуальні ЗМІ залишилися під широким контролем держави та політичних партій у решті Південно-Східної Європи (Албанія, Болгарія, Хорватія, Сербія та інші) [352, с. 119]. С. Сплічал убачав причини більш повільних реформ у секторі радіо і телебачення в інших країнах, окрім Польщі та Угорщини, у повільніших політичних змінах (як у Румунії та Болгарії), або в напружених національних відносинах, що підтримували патерналістські або навіть авторитарні медіа системи (наприклад, Сербія) [395, с. 55]. Цей дослідник відокремлював Польщу

та Угорщину як успішні держави в реформуванні цього сектора мас-медіа від інших країн Центрально-Східної Європи через велику кількість іноземних інвестицій, які були вкладені в сектор ЗМІ цих країн. Серед інших пояснень такого феномена найбільш явними є ті, що Польща та Угорщина не були втягнуті в будь-які національні внутрішні конфлікти. Відповідно, вони вважалися відносно безпечними для іноземних інвестицій.

Під час зміни централізованої системи соціалістичних мас-медіа на плюралістичну і демократичну медіа-систему приватизація ЗМІ виступає критично важливим процесом: свобода та незалежність мас-медіа означає створення різноманітного медіа-середовища [291, с. 215]. Загалом, приватизація – це процес втручання держави, яка продає державні підприємства, такі як, наприклад, телевізійна станція [383, с. 172]. К. Спаркс зазначає, що одним із результатів медіа-інтеграції у світову економіку є відмова від бар'єрів у власності на мас-медіа, так само як і торгівлі програмами та інформацією [341, с. 113], що підвищує конкуренцію на ринку медіа, якість та різноманітність інформації у зв'язку з різними формами власності та різними власниками.

Хоча загальна приватизація в постсоціалістичних країнах має на меті перехід від державної до інших форм власності, існування державної власності не заперечується. Постає питання про те, щоб приватна та інші форми власності займали найбільшу частку загальної власності держави. При цьому державна власність у певній мірі повинна залишатися навіть за ринкової економіки. Доказом цього слугують країни з розвинутою ринковою економікою, наприклад, США, Велика Британія та Франція, де залишається й певна частка державної власності серед інших форм власності.

Таким чином, завдання приватизації мас-медіа мають певні особливості порівняно із загальними цілями приватизації у постсоціалістичних країнах. Зокрема, функціонування медіа в демократичній моделі не передбачає державну власність на ЗМІ, особливо на аудіовізуальні, хоча в багатьох інших секторах економіки існування державної власності практикується навіть в умовах розвинутої ринкової економіки.

Щодо процесу приватизації ЗМІ в колишніх соціалістичних країнах Європи, К. Спаркс та А. Рідінг звертають увагу на те, що головним завданням було впровадження плюралізму думок у медіа; деколи це робилося та й досі робиться просто за допомогою приватизації мас-медіа [392, с. 38]. Більш того, вони заявляють, що трансформація медіа-системи від державної до системи громадянського суспільства

завдання перебудови суспільства» [17, с. 18] на той час в Україні. Західний дослідник К. Норденстренг вважає, що безпрецедентний ступінь свободи мас-медіа під кінець існування Радянського Союзу можна пояснити вакуумом політичної та економічної влади у країні [348, с. 220].

Пізніше спалах активності та незалежності медіа в Україні спав, на думку С. Демченка, через відсутність реалізації позитивних очікувань від діяльності ЗМІ та реформування суспільства [17]. Однак, це явище можна пояснити й іншими факторами. Наприклад, медіа-спеціаліст Дж. Довнінг бачив причини даного явища у повільному відмиранні соціалістичної традиції управління ЗМІ, а вихід він убачав у підсиленні ролі громадянського суспільства [233, с. 204]. Дослідниця О. Хасюк у 1994 р. також говорила про те, що традиції правлячих еліт впливати на ЗМІ залишаються: хоча «стверджується, що випадки контролю над медіа в минулому, але правильніше буде сказати, що традиції ... й досі живі та процвітають» [280, с. 8].

Від початку демократичних перетворень Україна створювала нову правову базу для функціонування вільних та незалежних ЗМІ. В Україні була прийнята низка законів, які регулюють всі аспекти діяльності мас-медіа, від друкованих до аудіовізуальних і нових технологій у цій сфері. У цьому процесі тиск міжнародних організацій та зобов'язань міжнародних договорів (ООН, Ради Європи, ОБСЄ тощо) сприяли утворенню правової моделі структури ЗМІ. Узагалі, рамкові умови діяльності національної преси, радіо, телебачення є одним із найважливіших питань, які треба розв'язати для успішного розвитку демократичного суспільства.

Наприклад, основним законодавчим актом щодо преси в Україні є Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», який був прийнятий Верховною Радою через рік після проголошення незалежності України. Загалом, він установлює правові рамки для друкованих ЗМІ і гарантує свободу їх діяльності. Так, Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» забороняє цензуру, гарантує вільне вираження думок кожного громадянина. Крім того, у Законі встановлено, що друковані мас-медіа повинні бути вільними, і будь-які органи, що здійснюють цензуру, є забороненими (статті 1 і 2 Закону) [130, с. 29].

Закон України «Про інформацію» [129], запроваджений у 1992 р., визнає право на інформацію. Проте, за міжнародними оцінками, він вважається «заплутаним», має надто багато винятків, окрім того, доступ до інформації за цим законом є ускладненим [169]. Отож, в

обвинувачення України в тому, що не були проведені радикальні економічні реформи тому що, на його думку, ніяка з колишніх республік Радянського Союзу не успадкувала фон та ресурси для їх проведення. Він захищає Л. Кравчука щодо тих завдань, які були перед ним: на протигагу Росії, перед незалежною Україною за президентства Л. Кравчука стояли не два (економічні та політичні), а чотири складних перетворення: від адміністративно-командної системи до ринкової економіки, від тоталітарної системи до демократії, від неповної та деформованої національної ідентичності до нації, від суб'єкта імперії до державності. На думку цього автора, українські реформи повинні були мати еволюційний характер. Більш того, він відзначає, що через вищезазначене, Україна повинна була витратити багато часу на створення нації та держави. Він оцінює цей процес позитивно так само, як і Р. Шпек, який стверджує, що створення державних інститутів було першочерговим завданням уряду України. Однак, створення державницьких інститутів відбувалось за рахунок створення економічних інститутів, хоча інші інститути продовжували залишатися не реформованими та відповідними радянському зразку. Р. Шпек вважає, що «відстрочене створення ринкових економічних інститутів є, напевно, найвищою ціною пізніх реформ» [99, с. 58].

Загальновизнаним є те, що успіх Л. Кравчука можна чітко побачити у сфері створення нації, підтримки миру та неконфліктних ситуацій у країні. Більш того, Т. Кузіо робить таке припущення, що без політики створення нації і української державності, економічна політика Л. Кучми не була б можливою. Таким чином, цей науковець стверджує, що ера Л. Кравчука не може розглядатися як цілковита поразка [99, с. 58]. Існують і такі думки, що «неготовність суспільства до змін, загальна дезорієнтація, «розруха в головах» у критичної маси населення обумовили відсутність політичних і економічних реформ і неможливість швидкого старту демократичних перетворень у вже незалежній країні» [113].

Зважаючи на складний і недостатньо успішний процес демократизації України на початку 1990-х рр. за часів президентства Л. Кравчука, Україна не досягла значних успіхів у сфері європейської інтеграції. Однак, на початку постсоціалістичних перетворень в Україні були успіхи в забезпеченні багатьох громадянських прав і свобод, уключаючи право на свободу слова і думки, з чим були тісно пов'язані демократичні перетворення на медіа-ринку країни.

Багато медіа-дослідників говорять про спалах свободи слова та свободи ЗМІ в перші роки незалежності України. Український медіа-спеціаліст С. Демченко пов'язує таке явище з «поєднанням у часі політичних та інформаційних революцій, які разом вирішували

розумілася в значенні приватного бізнесу [392, с. 48] у країнах регіону. С. Сплічал, дискутуючи, стверджує, що сучасна політика приватизації в Східній Європі головним чином займається розподіленням контролю над економікою, аніж питаннями власності як такої, або експлуатаційним контролем, націленим на ефективне використання наданих ресурсів [395, с. 55]. Розглянемо проблеми, які виникають при приватизації медіа сектора.

Однією з головних проблем з приватизацією ЗМІ в Центрально-Східній Європі, на думку С. Сплічала, є проблема нестачі коштів і капіталу, потрібного для ефективної, а не просто номінальної приватизації [395, с. 58]. Більш того, як зазначає Е. Вартанова, мас-медіа в країнах перехідного періоду часто сприймаються як засіб для встановлення економічних впливів і політичної влади [420, с. 174] та, відповідно, результати приватизації можуть бути відмінними від того, що очікувалося. Щодо цього питання, то К. Спаркс додає, що еліти вбачали в приватизації медіа, а, особливо, у телебаченні механізм надання влади політичній еліті, а не встановлення контролю громадського суспільства [391, с. 109]. Якщо коротко, то можна сказати, що високі очікування від приватизації, яка б призвела до свободи та незалежності медіа, не справдилися в країнах постсоціалістичних перетворень у Європі.

Кількість державних медіа різко зменшилась, наприклад, у Польщі, в результаті трансформації ринку ЗМІ. Загалом, більше ніж 85 % мас-медіа було приватизовано в Польщі до 2000 р. за даними доповіді організації «Фрідом Хауз» [245] у тому році. Після зняття державної монополії на аудіовізуальні медіа в Польщі, у 1993 р. в країні оперували близько 60 станцій, у тому числі й 14 телевізійних, але більшість з них діяли без ліцензії, тобто були «піратськими станціями», як зауважує Л. Євсєєва [29, с. 121]. У результаті продуманої державної політики з цього питання, більшість з тих станцій отримали ліцензію для оперування вже у 1994 р. За даними Ц. Баназінського та М. Горки, у 2000 р. у Польщі налічувалося три національних телевізійних оператора (POLSAT, POLSAT2, TVN), два надрегіональних, 188 регіональних, а також місцевих аудіовізуальних оператори. П'ять каналів на польській мові транслювалися із закордону (RTL 7, HBO, Atomic TV, Discovery Channel Europe, та Animal Planet). До того ж, існували близько 460 кабельних телевізійних операторів на польському ринку [194, с. 16].

Особливістю приватизації в Республіці Польща, на думку автора, можна вважати те, що багато друкованих ЗМІ та деякі радіостанції стали власністю членів партії «Солідарність» на початку трансформацій у

країні. Окрім того, римо-католицька церква стала важливим гравцем на ринку мас-медіа в Польщі, на що звертають увагу М. Геруля [263, с. 193], І. Коволь [313], Т. Гобан-Клас [268] через домовленості між римо-католицькою церквою та урядом Польщі, що призвело до надання церкві пільгового доступу до медіа Національною радою з питань радіо та телебачення ще в середині 1989 р. [364, с. 1894]. Дж. Довнінг з цього питання зазначає, що закон про відносини між державою та церквою від 1989 р. дозволяв полегшений доступ церкви до ЗМІ в результаті чого вже у 1993 р. церква оперувала 100 локальними аудіовізуальними каналами. Усе, що потрібно було зробити єпископу для того, щоб отримати медіа у власність, це написати листа Міністру телекомунікацій, – і частоту для мовлення автоматично було надано [233, с. 154]. Але існують й інші думки науковців щодо цього питання.

Наприклад, той же Дж. Довнінг говорить про те, що церковні канали оперували більше в якості комерційних каналів. Але, важливо пам'ятати, що церковні медіа платять менше, ніж комерційні за радіоліцензії тому, що вони транслюють менше реклами [364, с. 1894]. Однією з відомих церковних станцій є «Радіо Марія» (Radio Maryja), яка, на переконання К. Якубовича, може впливати на громадську думку [292, с. 223] в країні. Географічне покриття її мовлення складає 63 % території Польщі з аудиторією у 74 % населення країни. При цьому половина ефірного часу відведена під суто релігійні програми, 10-15 % ефіру займають новини, а також програми про проблеми сьогодення. Більш того, на початку XXI століття існує мережа з 25 католицьких радіостанцій у Польщі. Отже, церква відіграла важливу роль у трансформаційному процесі аудіовізуального сектора, так само як й інших секторів мас-медіа в Польщі.

Феномен присутності римо-католицької церкви на медіа-ринку Польщі можна пояснити різноманітними факторами, але найважливішим чинником автор уважає ту загальноновизнану роль, яку церква відіграла в підпільному русі проти соціалістичного устрою в країні, включаючи й повалення цього режиму. Більшість польських дослідників уважає, що та унікальна роль, яку відіграла римо-католицька церква в соціалістичні часи в Польщі, зробила значний внесок у боротьбу польського народу за його незалежність і національну ідентичність.

Хоча після постсоціалістичних трансформацій на словенському ринку мас-медіа на сьогодні оперує тридцять шість телевізійних каналів, громадський телеканал «RTV Slovenia» залишається достатньо успішним та популярним, а також найбільш важливим центром словенської телевізійної продукції. Більш того, «RTV Slovenia» є практично єдиним надавачем телевізійних послуг у сфері мистецтва, культури,

виграні колишніми або тогочасними комуністами, не говорячи вже про те, що сам Л. Кравчук теж був колишнім комуністом [99, с. 58].

Після проголошення незалежності України розпочався процес переходу до демократичного суспільства та ринкової економіки. У порядку правонаступництва Україна отримала від СРСР укладену 1989 р. угоду про торгівлю та комерційне й економічне співробітництво, яка через політичні та економічні зміни на той час уже втратила свою актуальність.

Європейський вибір України обумовлювався усвідомленням не обхідності загальноєвропейської інтеграції як важливого фактора державної незалежності, безпеки, політичної стабільності, економічного розвитку країни та соціальної злагоди в суспільстві. Однак, через різні обставини на початку постсоціалістичних трансформацій Україна опинилася в глибокій політичній та економічній кризі. Влада була дискредитована в очах громадськості за неспроможність провести успішні економічні та інституційні реформи [372, с. 135].

Питання щодо того, які економічні реформи були проведені під час президентства Л. Кравчука у 1990-1994 рр. становить постійний науковий інтерес західних дослідників та, більш того, погляди спеціалістів різняться щодо процесу реформ та їх наслідків. Так, наприклад, Дж. де Меніл називає першу половину 1990-х рр. як лише попередні реформи, Р. Шпек характеризує українські реформи того часу як часткові та повільні, а М. Дабровські, М. Лучинські та М. Маркевич говорять про дуже повільний та неефективний шлях економічних реформ в Україні. Інші вчені, наприклад К. Хіршхаузен і В. Вінценц, називають перші роки економічних реформ в Україні як політику зупинки та руху (stop and go policy) у той час як Дж. Тедстром пропонує називати цей час періодом заперечення тому, що в той час Україна не спромоглася розробити, а не тільки впровадити, серйозну програму реформ [99, с. 54].

Можна пояснити перші роки економічних реформ в Україні як намагання знайти «третій шлях» для економічного розвитку, який був неуспішним і болісним. А. Аслунд та Дж. де Меніл поділяють цю думку щодо ідеї української правлячої еліти про особливу економічну модель в перші роки незалежності, що не була оригінальною, а швидше нагадувала суміш сплутаної економічної думки періоду М. Горбачова. Х. ван Зон висловлює наступну думку, що український уряд намагався зберігати таку промислову структуру, яку не можна було зберігти [99, с. 57–58].

Найбільш оптимістичним іноземним дослідником щодо початкових економічних реформ в Україні можна назвати Т. Кузіо. Він відкидає

Розділ 5

ТРАНСФОРМАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Європейський Союз визнав проголошення незалежності України однією з найважливіших подій в історії сучасної Європи і висловив переконання, що демократична сильна Україна зможе зробити значний внесок у загальну європейську стабільність. Про це було зазначено в спільній позиції країн-членів ЄС у листопаді 1994 р. Більш того, ЄС висловив свій намір підтримувати незалежність, територіальну цілісність і суверенітет України у своєму Плані дій для України, розробленому на той час.

Першим президентом самостійної України у 1991 р. був обраний Л. Кравчук, який став відстоювати створення української державності, незважаючи на те, що був колишнім завідувачем ідеологічним відділом ЦК Комуністичної партії України. Він переміг на президентських виборах лідера Народного Руху України, колишнього дисидента В. Чорновола. Такий результат виборів пояснюється різними факторами, але головними можна вважати: по-перше, саме з ним пов'язується отримання Україною незалежності, а, по-друге, передбачалося, що саме він зможе підтримувати мир у державі, балансує між заходом та сходом країни, комуністами та лібералами. Потрібно зазначити, що перед цим у 1990 р. відбулися перші демократичні вибори до Верховної Ради України, тобто тоді, коли Україна ще була частиною Радянського Союзу, і більшість у парламенті отримали комуністи.

Таким чином, українське суспільство не змогло провести заміну політичних еліт на початку процесу демократизації в країні. У результаті цього в Україні не було процесу декомунізації, як у Польщі, Чехії, Угорщині та інших постсоціалістичних країнах, адже розпочавшись із заборони компартії, він на тому й закінчився. Натомість збереглася радянська адміністративно-командна система. Колишня номенклатура практично повністю залишила за собою керівні позиції на всіх рівнях влади [113]. Отож, колишні комуністичні еліти, продовжуючи перебувати при владі, включаючи найвищі посади в державі, просували й надалі модель «перебудови» М. Горбачова замість ринково-орієнтованих реформ. Якщо приймати до уваги концепцію західного дослідника С. Фіша про важливість перших демократичних виборів у країні для шляху реформ та їх наслідків, потрібно зауважити, що перші вибори у Верховну Раду в 1990 р. були

освіти та документальних програм. Отож, можна зробити висновок, що плюралізація словенського телевізійного простору принесла більшу варіативність з точки зору каналів та станцій. Однак, вона автоматично не принесла плюралізм і різноманіття змісту та програм, особливо тих, які мають відношення до громадського інтересу [336, с. 40–41].

Важливо також зазначити, що відповідно до Закону «Про мас-медіа» Словенії, який було прийнято в 1994 р. та, пізніше, у 2001 р. з поправками від 2006 р., комерційні канали не мають зобов'язання транслювати новини та аналітичні програми. Однак, для управлінців новоствореного в 1995 р. приватного телеканалу «Pop TV», виробництво новинних програм уважалося дуже важливим для того, щоб створити імідж серйозного та відповідального телевізійного каналу, тому вони почали їх виробництво та трансляції відразу із початком свого мовлення і продовжують це робити і досі. Разом із спортивними і розважальними програмами, програми новин є одними з найбільш популярних серед глядачів програм і на іншому приватному телевізійному каналі Словенії «RTV SLO» [336, с. 55]. Отже, хоча комерційні телеканали в Словенії не мали правового зобов'язання до показу новин, вони це почали робити, створюючи цим конкуренцію словенському громадському мовнику «PBS», який має такі зобов'язання.

Процедура й умови надання ліцензій електронним ЗМІ є важливим першим кроком для початку мовлення станцій. У Польщі, наприклад, держава регулює надання ліцензій через діяльність спеціальних адміністративних рад. У Республіці Польща Національна рада з питань радіо та телебачення надає ліцензії радіо та телевізійним каналам відповідно до Закону «Про радіо та телебачення» від 1992 р. У процесі надання ліцензій у Польщі рада оцінює заявника на отримання ліцензії за різними категоріями перш ніж надати право на мовлення. Наприклад, увага приділяється типу програм, що плануються, економічній стабільності і фінансовим можливостям, кількості програм власного виробництва тощо. Важливим є те, що рада зобов'язана оцінювати загальну позицію заявника в межах медіа-ринку, відмовляючи в наданні ліцензії тому заявнику, який має домінуючу позицію на ньому [291, с. 216–217]. Урешті-решт, ліцензія надається президентом ради після відповідного її рішення. Але рішення ради може бути оскаржене в суді.

У Польщі ліцензії надаються на період від трьох до семи років у випадку радіостанцій, і від трьох до десяти років у випадку телевізійних станцій [266, с. 142; 291, с. 216–217]. Загалом же можна говорити про те, що надання ліцензій не обійшлося без обвинувачень у

наданні радами переваг певним мовникам на необґрунтованих підставах як у Польщі [265, с. 21], так і в інших країнах регіону. Але в той же час потрібно відмітити той факт, що діяльність рад щодо видання ліцензій призвела до таких позитивних наслідків на медіа-ринку, як поява великої кількості комерційних радіо та телестанцій, а також і місцевих комерційних електронних мас-медіа.

Закон «Про Радіо та Телебачення» у Болгарії було прийнято в 1996 р. Однак, його було піддано серйозній критиці, тому в 1998 р. було прийнято новий Закон «Про Радіо та Телебачення» у Болгарії. Цей Закон, до якого постійно вносилися поправки, регулює процедуру надання ліцензій для нових телевізійних каналів так само, як і рекламу та спонсорство в аудіовізуальних медіа [394, с. 111–112] у Болгарії. Хоча загалом державне регулювання ЗМІ було гармонізовано із стандартами ЄС у цій сфері, на думку болгарського дослідника О. Спасова, воно часто страждає від неефективного координування та трактування певних правових норм, а також від дій різних державних інституцій, що задіяні в регулюванні діяльності велемовних компаній (наприклад, їх ліцензування та реєстрація) [394, с. 100–110].

Іноземна власність на мас-медіа є важливим фактором для забезпечення різноманітних поглядів на медіа-ринку, для того, щоб забезпечити конкурентоспроможність приватних медіа з державними [248] та навіть для того, щоб забезпечити доступ неупередженої інформації ззовні в країну. Після початку демократичних перетворень у колишніх соціалістичних країнах «західні медіа корпорації скористалися нагодою вкласти гроші в нові відкриті ринки в Центрально-Східній Європі» [217, с. 8]. Учений Г. Дрюк звертав увагу на такий факт, що в більшості постсоціалістичних країн регіону релевантні іноземні інвестиції стабілізували фінансову ситуацію на ринку медіа [234].

Окремо потрібно звернути увагу на таке явище, як націоналістичні тенденції проти закордонного капіталу на ЗМІ при розгляді питання про закордонних власників на мас-медіа. Дослідники Дж. Тансталл та Д. Мачин уважають, що медіа-націоналізм є ще далеким до загибелі як у Східній, так і в Західній Європі [411, с. 248]. Як указує Дж. Довнінг, впливові медіа-корпорації є мультинаціональними, і їх діяльність зазвичай викликає занепокоєння в громадян щодо національної та культурної ідентичності їх нації [368]. Незважаючи на явні позитивні моменти присутності закордонного капіталу на національному медіа-ринку, у цьому можна побачити також певні проблеми. Звертається увага на те, що прихід закордонного капіталу на національний ринок може розглядатися як «міжнародний тиск» [422, с. 131] разом із

є неефективною для громадських мас-медіа в умовах трансформацій та, пов'язаним з цими процесами, рівнем економічного розвитку в країнах регіону. Звідси, незважаючи на те, що громадські ЗМІ в постсоціалістичних країнах Європи створювалися на основі успішної моделі громадських мас-медіа Великої Британії та Німеччини, існуюча модель громадських аудіовізуальних ЗМІ за показниками незалежності управління та фінансування подібна до менш успішних моделей громадських медіа Європи, головним чином, Італії, Греції, Іспанії та Португалії.

У результаті державної політики на реформування аудіовізуального сектора ЗМК у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи було засновано «дуальну медіа-систему» за прикладом країн Західної Європи, що характеризується діяльністю на медіа ринку як громадських, так і комерційних ЗМІ. Однак перехід від державних до громадських медіа був більше ускладнений у країнах регіону, ніж очікувалося, через політичні та економічні чинники.

Таким чином, в умовах євроінтеграційних прагнень країн регіону Центрально-Східної Європи була вироблена державна політика на створення медіа-систем, що відповідали б європейським. Тому в постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи була створена «дуальна медіа-система» за зразком інших країн-членів ЄС через те, що ЄС підтримує функціонування на своєму медіа-ринку обох приватних та громадських аудіовізуальних мас-медіа.

На початкових етапах демократизації ЗМІ серед політичної еліти країн регіону існували певні конфронтації в цьому питанні. Вони носили затяжний характер у часі і, тим самим, спричиняли відтягування трансформації медіа-ринку в багатьох країнах постсоціалістичного регіону. У цей період уряди різних політичних переконань у регіоні нав'язували державний контроль над медіа або маніпулювали ЗМІ у своїх інтересах. Більше того, незалежність мас-медіа автоматично не призвела до нейтральності, неупередженості, рівності і відсутності надання переваг певним політичним силам, на що сподівалася більшість теоретиків та практиків медіа-трансформацій.

Зважаючи на вищезазначене, можна виділити дві важливі тенденції медіа-трансформацій у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи. Першою є те, що не всі політики в новоутворених урядах постсоціалістичних держав змінили своє ставлення до ролі незалежної преси в суспільстві. Другою тенденцією є те, що можливість для уряду контролювати ЗМІ зменшувала незалежність медіа або/та доступ опозиції до мас-медіа. Державний контроль чи через власність, чи через регулювання міністерством будь-якої частини ЗМІ був також частиною проблеми особливо з незалежністю мас-медіа в 1990-х рр. у країнах Центрально-Східної Європи.

У переважній більшості країн Центрально-Східної Європи після повалення соціалістичного режиму простежувалися наміри розширити коло політичних поглядів на телебаченні. Більшість дослідників демократизації ЗМІ у країнах Центрально-Східної Європи згодні з тим, що уряди країн намагалися відкласти трансформування існуючих монополістичних і підконтрольних уряду систем радіо- та телемовлення. Незважаючи на це, після проведення приватизації аудіовізуального сектора ЗМІ уряди намагалися впливати на контент програм у медіа іншими засобами, до яких можна віднести державні субсидії, скасування заборгованості, преференційне розташування державної реклами та зменшення податкового тиску для власників ЗМІ – все це робиться політиками в обмін на позитивне ставлення мас-медіа до них.

Для противаги комерційним медіа на ринку ЗМК у Центрально-Східній Європі були створені громадські медіа. Незалежність управління в системі громадських медіа обмежується непрямим контролем уряду над громадськими аудіовізуальними ЗМІ, бо італійська модель поділу впливів над органом управління громадськими медіа між різними політичними партіями, є розповсюдженою в країнах постсоціалістичного регіону Європи. Фінансування громадських електронних медіа створено відповідно до змішаної моделі з перевагою прибутків від реклами, а не ліцензійної плати, адже вона як єдине джерело прибутку

технологічним тиском на медіа. Переважно упередженість проти закордонного капіталу на ринку ЗМІ існує через те, що це виглядає як загроза національній та культурній ідентичності нації [368].

Учений Г. Дрюк уважає, що ринкові механізми примушують іноземних інвесторів концентруватися на місцевих проблемах у діяльності ЗМІ [234, с. 138], а, отже, не повинно бути страху перед іноземними інвестиціями в сектор ЗМІ з боку перехідних країн Центрально-Східної Європи. Більш того, наскільки б не були націоналістично налаштовані країни цього регіону, у тому числі й проти закордонного капіталу в національних медіа, все одно стало зрозумілим, що внутрішніх ресурсів не вистачало для того, щоб провести приватизацію ЗМІ. Таким чином, потреба в закордонному капіталі в національних медіа призвела до дозволу залучення такого капіталу до процесу приватизації, але з певними обмеженнями. Як наслідок цього, у країнах Центрально-Східної Європи утворилися об'єднані товариства з іноземним капіталом [304, с. 10].

У країнах Центрально-Східної Європи іноземна власність щодо аудіовізуальних медіа була загалом обмеженою від самого початку демократичних перетворень. Значимо, що всі країни регіону змінювали свої закони та розробляли медіа-регулювання відповідно до європейських стандартів перед вступом у ЄС у 2004 р. та 2007 р. Окрім іншого, це означало й відміну будь-яких обмежень на іноземну власність на медіа [369]. Як відзначав К. Якубович у 2002 р., Польща розуміла, що ніяких обмежень на іноземний капітал не може бути після її приєднання до ЄС [291, с. 218].

У Республіці Польща плюралізм медіа є визнаною основою функціонування медіа відповідно до законів, де встановлена відкрита та плюралістична природа радіо і телебачення [305, с. 9]. Обмеження концентрації власності впроваджено через процедуру надання та відміни ліцензій на мовлення в країні. Б. Клімкевич зауважує, що в Польщі встановлені специфічні правила для сектора електронних ЗМІ, додаткові до тих, що сформувалися для конкурентного права. Вони частково паралельні, а частково доповнюють одне одного [305, с. 10]. За класифікацією цієї дослідниці, головним чином положення проти концентрації медіа мають спеціальні правові особливості з метою обмеження «горизонтальної медіа-концентрації» (у межах одного сектора діяльності, наприклад, радіо та телебачення). У той же час «діагональна медіа-концентрація» (інтеграційна власність і капітал поміж різних секторів медіа) не обмежена в Польщі. Також не регулюється в Польщі і «вертикальна медіа-концентрація», що означає інтеграційну власність та капітал поміж різних секторів ЗМІ у постачанні медіа-продукту [305, с. 11].

Відповідно до оцінки ситуацій з цього питання організації «Фрідом Хауз» у 2005 р., концентрація медіа збільшилася в Польщі за останній час через те, що великі медіа-компанії скуповували менші газети, радіостанції та телевізійні канали [250]. Також ця організація визнає, що в Польщі виникли медіа-імперії, які контролюють великі секції медіа-ринку в країні. Наприклад, засновники щоденної газети «Газета Виборча» контролюють 14 місцевих радіостанцій, центрів друку та широкі інтереси в Інтернеті [247].

У постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи реклама з'явилась на початку 1990-х рр. У той час після відміни центрального планування ЗМІ звернулися до нових джерел фінансування, з яких регіональна та місцева реклама, а також спонсорство стали найважливішими [421, с. 127]. За даними В. Кляйнвахтера, піонерами започаткування рекламного ринку в медіа-секторі були Польща та Угорщина, хоча навіть там витрати мас-медіа, що постійно зростали, не покривалися новою формою прибутку [304, с. 6]. Л. Євсєєва говорить, що в кінці 1990-х рр. Польща була на першому місці серед усіх країн Центрально-Східної Європи щодо об'ємів витрат на рекламу [29, с. 127]. На основі аналізу ринку реклами в Польщі від 1989-1995 рр. М. Буйко робить висновок про його постійний швидкий розвиток і, хоча телебачення мало 50 % прибутку від усього рекламного ринку, ця пропорція зменшується з роками на користь інших медіа [208].

У постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи колишні державні медіа стали не лише комерційними в результаті приватизації, як це розглядалося вище, а й громадськими ЗМІ. Тобто їм було надано автономію від держави стосовно контексту програм та прийняття на роботу журналістів [234, с. 139]. Але перехід від державних до громадських медіа був більш ускладнений, ніж очікувалося в країнах регіону. Так, як зазначають А. Ісановіч та М. Зукозд, «громадські телерадіомовними в багатьох суспільствах ще й досі не є консолідованими в результаті трансформації від державного до громадського телебачення та радіо» [286, с. 6].

Автор вважає за необхідне наголосити на тому, що більшість країн регіону ставили на меті реформувати свої медіа-системи відповідно до європейських стандартів через зацікавленість до вступу до ЄС [304, с. 7; 344, с. 35]. У результаті такої політики «дуальна медіа-система» тепер заснована в більшості колишніх соціалістичних країн Центрально-Східної Європи з діяльністю на ринку як громадських, так і комерційних медіа. Перейдемо до розгляду подібних та відмінних рис громадських ЗМІ в Центрально-Східній Європі з урахуванням досвіду країн континентальної Європи та Великої Британії, розглянутого в попередньому розділі.

створювати на принципово нових засадах дотримання прав людини в демократичному суспільстві. Звідси, демократизація ЗМІ і трансформація системи мас-медіа в постсоціалістичних країнах Європи відповідали завданням створення демократичної політичної системи, а також стратегічному курсу країн на членство у ЄС.

Як було показано в попередньому розділі, приклад історичного становлення свободи медіа та трансформації підходів до державного регулювання сфери електронних мас-медіа в країнах Західної Європи показує ідентичні проблеми в країнах постсоціалістичних перетворень Центрально-Східної Європи кінця ХХ століття – початку ХХІ століття. Отож, можна зробити висновок про те, що зміна взаємовідносин правлячих еліт і ЗМІ, так само, як і становлення свободи медіа, є довготривалим процесом, що потребує глибоких суспільних трансформацій.

У країнах Центрально-Східної Європи можна виділити два етапи державної політики щодо трансформації медіа-систем та створення нового медіа-регулювання. Так, достатньо ефективного реформування сектора друкованих мас-медіа пропонується виділити як перший етап реформування медіа. Натомість створення нової регуляторної бази для аудіовізуального сектора медіа-ринку відбувалося більш повільно порівняно з друкованим сектором ЗМК у всіх країнах регіону, що, як показано, було зумовлене, насамперед, політичними факторами. Тому довготривалий процес реформ у секторі електронних медіа можна визначити як другий етап державної політики на реформування мас-медіа в країнах дослідження.

Засоби масової комунікації є завжди засобом боротьби за владу, а також засобом впливу на свідомість людей, що постійно присутнє при авторитарному режимі, так само як і при інших політичних режимах. Ця боротьба за ЗМІ розвивалася і в процесі переходу від тоталітарної держави до демократичної в регіоні Центрально-Східної Європи, так само як і в період консолідації після завершення трансформаційних процесів у постсоціалістичній Європі.

Державна політика щодо трансформації медіа-ринку в постсоціалістичних країнах Європи знаходилася під впливом академічних парадигм про роль ЗМІ в демократії та під час соціалізму. Початкова стадія переходу від соціалістичної моделі функціонування ЗМІ до ринкової в країнах постсоціалістичних трансформацій Центрально-Східної Європи була проведена через зміну правової системи щодо ЗМІ, що створило нову систему медіа-регулювання.

інституційні стратегії й досі не дозволяють громадським компаніям стати лідерами на медіа-ринку за сучасних умов його функціонування. Дослідники вважають, що державним управлінням часто бракує розуміння масштабу та характеру тих змін, що настають при сучасних змінах на медіа-ринку у зв'язку з розвитком нових технологій. Майбутнє громадського мовлення в Центрально-Східній Європі сильно залежить від державної політики в цій галузі, створення якої має бути засноване на принципі відкритості державного управління та включати більше громадських обговорень між усіма сторонами процесу вироблення політики [286, с. 27–28].

Як зазначають С. Басіч-Хрватін та М. Томпсон, після закінчення «холодної війни», постсоціалістичні країни Центрально-Східної Європи поклялися реформувати державні телерадіомовні компанії в громадських мовників, усунувши їх зі сфери політичного контролю. На думку цих відомих медіа-дослідників, історія такої «проваленої трансформації» є епічною історією непорозумінь, заплутаних намірів, дефіцитних ресурсів, інституційної стагнації та ганебних тактик щодо затягування реформування в цій сфері. Тим не менш, такий результат не став подивом для дослідників, адже, як вони зазначають, знадобилося тридцять років для того, щоб, наприклад, вивільнити «Бі-Бі-Сі» з-під контролю британського уряду. Більш того, за специфічними причинами неефективної трансформації державного мовлення в публічне в країнах Центрально-Східної Європи вони вбачають значну причину. Вона є фундаментальною для визначення якими суспільствами та економіками ці країни бажають бути. Отже, якщо країна не визначила свій власний курс трансформацій у широкому сенсі, для неї буде надзвичайно важко визначити й конкретний курс трансформацій у секторі аудіовізуальних ЗМІ. Таке фундаментальне невизначення напрямку розвитку країни прямо впливає на громадське телерадіомовлення, тому що воно передбачає і навіть залежить від існування соціального консенсусу [199, с. 10–11].

Після аналізу трансформації державного регулювання аудіовізуальних засобів масової комунікації в країнах Центрально-Східної Європи у зв'язку з постсоціалістичними перетвореннями та державній політиці на вступ до ЄС, підведемо підсумки.

Встановлення нової регуляторної політики щодо аудіовізуальних ЗМК у постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи було одним із аспектів побудови демократичного суспільства, адже країни цього регіону вступили в нову еру розвитку мас-медіа в результаті революції 1989 р., що було пов'язане з процесом демократизації як цілої політичної системи, так і медіа-системи, яку потрібно було

Щодо питання незалежності управління громадських медіа у країнах цього регіону, то система управління була створена з непрямым контролем уряду над громадськими ЗМІ. Теоретично було забезпечено відстань між політичною владою та громадськими мас-медіа завдяки такому органу, як Телевізійна рада, чия роль полягає в регулюванні всієї системи медіа та виданні ліцензій мовникам. До цієї ради було створено додаткові ради з питань радіо та телебачення, які повинні більш ретельно наглядати за діяльністю ЗМІ [391, с. 109].

Водночас дослідник Г. Драк стурбований тим, що управління громадських медіа в більшості випадків призначається політичними органами, чи то парламентом, парламентською комісією або ж навіть так званими «незалежними органами» (які, у свою чергу, також призначаються урядом) [234, с. 139]. Дослідниця А. Мангіу-Піппіді зауважує, що італійська модель поділу впливів над органом управління аудіовізуальними ЗМІ між різними політичними партіями розповсюджена в країнах постсоціалістичного регіону Європи. Звичайно, це призводить головним чином до різних політичних втручань у діяльність Телевізійних рад та їх розпуску відповідно до політичних інтересів, адже правда не досягається через баланс впливів політичних партій над громадськими медіа [344, с. 44]. На думку А. Сколкая, держава та політики й досі мають вплив на громадські медіа в усіх країнах досліджуваного регіону. Крім того, вчений зауважує, що громадські медіа особливо використовуються політиками під час передвиборчих кампаній і наводить приклад Словачької Республіки [384, с. 124]. Учені К. Спаркс та А. Рідінг стверджують, що в громадських медіа в постсоціалістичному регіоні Європи можна побачити тенденцію плюралізму для політичної еліти, а не для громадян [393, с. 47]. Відповідно до висновків А. Мілтона, уряди ще й досі продовжують вбачати в громадських медіа засіб для підтримки влади в країнах Центральної та Східної Європи [337, с. 2].

Розглянемо питання фінансування громадських медіа у Центрально-Східній Європі. На початку постсоціалістичних трансформацій у країнах цього регіону колишні державні радіо та телевізійні станції були перетворені на громадські ЗМІ із фінансуванням як за допомогою державних дотацій, так і ліцензійної плати, хоча пізніше державні дотації було скасовано. У зв'язку з цим Л. Серес говорить про велику різницю між залежністю від інвесторів, власників та рекламодавців у комерційних медіа, та між тим, щоб знаходитись щоденно під постійним політичним тиском у громадських медіа, які фінансуються з державного бюджету [383, с. 155]. А. Мангіу-Піппіді звертає увагу на

те, що державне фінансування громадських медіа є радше тягарем для останніх, ніж полегшенням [344, с. 48], через велику кількість причин, уключаючи затримки у виплатах та встановленні спеціальних вимог для громадського мовника для отримання грошей від держави.

Незважаючи на те, що у більшості країн регіону громадські медіа фінансуються за допомогою ліцензійної плати [234, с. 139], вона не є для них єдиним джерелом прибутку. Водночас хоча ліцензійна плата як основне джерело прибутку є необхідною для звільнення громадських засобів масової інформації від впливів влади, вона повинна розглядатися лише як перший крок до цього [344, с. 49]. Адже, на думку автора, ліцензійна плата як єдине джерело прибутку є неефективною у системі громадських медіа в загальній економічній ситуації в країнах, що розвиваються, або таких, де економіка країни не є у сталому розвитку. Отже, теза вченого Дж. Танстала про те, що «залежність лише від одного джерела прибутку робить всі системи управління медіа ненадійними» [410, с. 170], на переконання автора, особливо відповідає реаліям перехідних суспільств.

Зазначене свідчить про те, що найбільш надійним джерелом фінансування громадських мас-медіа у країнах Центрально-Східної Європи можна назвати комерційний прибуток. Однак, ця форма прибутку громадських медіа в цьому регіоні стикається з тими ж проблемами, що і громадські медіа в Західній Європі, що конкурують за цей вид фінансування з комерційними ЗМІ. Разом із тим, через те, що громадські медіа в постсоціалістичному регіоні Європи втрачають свою аудиторію, так само, як і прибуток від реклами на користь комерційних ЗМІ, їх загальна фінансова ситуація є складною, і тому вони часто залежать від різноманітних політичних процесів у державі.

Більшість країн Центрально-Східної Європи врахувала відповідні рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи 1996 р. та закріпила у своєму законодавстві широкий перелік вимог щодо несумісності посад в органах управління суспільним мовленням з іншими видами діяльності. Найбільш «жорсткі» вимоги до членів керівних органів суспільного мовлення закріплено законодавством Словенії, Угорщини та Чехії [67].

Громадські медіа було створено в Польщі у 1992 р. з прийняттям Закону «Про радіо та телебачення», який серед інших питань регулює діяльність громадських ЗМІ країни. Як відомо, Польща стала однією з перших країн постсоціалістичних трансформації разом із Чеською та Словацькою Республіками, яка запровадила громадські мас-медіа замість державних. Колишню соціалістичну державну монополію польського радіо та телебачення було реформовано в 19 громадських станцій: Польське радіо та Польське телебачення, які є загальнонаціональними,

скритих форм фінансово-політичної залежності громадської телерадіомовної компанії в Болгарії. А це, у свою чергу, впливає особливо на можливість «BNT» відкрито критикувати уряд [394, с. 121].

В Естонії фінансування громадського радіомовлення складається з: 1) коштів державного бюджету (94 %); 2) доходів від надання послуг (4,7 %); 3) доходи з інших джерел (1,3 %) – станом на 2005 р. Естонське громадське телебачення фінансується за рахунок 1) коштів державного бюджету (93 %), з яких близько 15 % – надходження від абонентської плати; 2) доходи від надання послуг та доходи з інших джерел – 7 % (доходи від організації публічних заходів, безповоротна фінансова допомога тощо) (станом на 2004 р.) [67]. Тобто, такий механізм фінансування громадських медіа в Естонії існував у момент вступу цієї країни до ЄС. І, хоча, він не відповідає найкращим європейським стандартам у цій сфері, однак, його подальше удосконалення було необхідне у зв'язку зі вступом Естонії до ЄС як це відбулося, наприклад, і в Республіці Польща.

Для порівняння механізм фінансування громадських медіа в Чеській Республіці є більш досконалим відповідно до західноєвропейських континентальних стандартів у цьому питанні. Так, станом на 2006 р., тобто невдовзі після вступу Чеської Республіки до ЄС, 59 % фінансування громадського мовлення в Чехії складалося від доходів з абонентської плати, 20 % – доходи від реклами, 20 % – інших доходів [67]. Звідси, джерела фінансування чеських громадських мовників складаються від абонентської плати та доходів від власної господарської діяльності. Такий стан системи фінансування громадського мовлення в Чеській Республіці був схожим до ситуації в Республіці Польща в даній сфері і відповідав загалом загальноєвропейським стандартам, на відміну від, наприклад, Естонії, де фінансування громадського мовлення на момент вступу Естонії до ЄС мало схожості з менш успішними моделями громадського мовлення Південної Європи.

На думку А. Ісановіч та М. Зукосда, на теперішньому етапі в даному регіоні Європи немає чіткого бачення та державної політики, яка б забезпечила у далекій перспективі сталий розвиток громадського телерадіомовлення в еру цифрових медіа. Вважається, що в країнах Західної Європи громадські телерадіомовні компанії стали лідерами в процесі впровадження цифрового мовлення. У деяких постсоціалістичних країнах Центрально-Східної Європи такі тенденції вже можна розпізнати, а в інших – існуюча регуляторне середовище, основні документи з державного регулювання даного сектора, соціальне та ринкове позиціонування громадських мовників, їх можливості та

медіа від ліцензійної плати відповідно до вимог європейського медіа-регулювання, що ще раз указує на важливість євроінтеграційного курсу держави для створення медіа-моделі та її коригування.

Розвиток цифрових технологій призвів до необхідності переосмислення регулювання громадського телерадіомовлення в Болгарії, на думку болгарського медіа-дослідника О. Спассова. У цьому контексті компанія суспільного телерадіомовлення в Болгарії «Bulgarian National Television («BNT»)» стикається з певними проблемами. Так, наприклад, їй постійно не вистачає фінансування, адже вона випускає більше програм, ніж це покриває фінансування з державного бюджету. При цьому, цю різницю лише частково вдається покривати за рахунок прибутків від реклами [394, с. 100–110].

Джерелами фінансування суспільного телемовлення в Болгарії є кошти державного фонду ЗМІ (Фонд «Радіо та телебачення»), кошти Державного бюджету, надходження від реклами та спонсорської підтримки виробництва програм, доходи від інших видів господарської діяльності, благодійні пожертвування. Кошти державного бюджету, що виділяються суспільному мовленню, мають цільовий характер – за рахунок цих коштів може бути профінансовано лише створення та розповсюдження загальнонаціональних та регіональних програм та капітальні витрати. Надходження від розміщення реклами на каналах суспільного мовлення є невисокими з огляду на те, що для суспільних мовників встановлено нижчі, ніж для приватних мовників, квоти на рекламу: загальна тривалість реклами на суспільному телебаченні не може перевищувати 15 хвилин на добу та 4 хвилини на годину, на суспільному радіомовленні – 6 хвилин на годину без обмежень добової квоти [67].

Відповідно до Закону «Про Радіо та Телебачення» Болгарії, починаючи з 2007 р. (тобто вступу Болгарії до ЄС) громадське телерадіомовлення в країні мало фінансуватися із спеціально створеного Фонду «Радіо та телебачення», що формується із доходів від ліцензійної плати. Однак, такий Фонд і в 2008 р., після вступу країни до ЄС, не був створений, і, як уважав О. Спассов, його майбутнє не є визначеним. На думку дослідника, це відбувалося через недостатню волю до імплементації правових норм у цьому питанні керівних політичних еліт Болгарії через те, що запровадження обов'язкової ліцензійної плати економічно не було популярним рішенням серед населення. Саме тому «BNT» продовжувало спиратися у своїй діяльності на фінансування з державного бюджету, прибутків від реклами та спонсорства. Хоча, як зазначає О. Спассов, в останні роки керівні політичні еліти прямо не пов'язували фінансування «BNT» з політикою, залишалися багато

та 17 регіональних громадських медіа. У результаті, за даними В. Кляйнвахтера, у 1992 р. в Польщі діяли два національні громадські телевізійні канали [304, с. 10]. Незважаючи на критичні оцінки, на думку Т. Воронцової-Хетч, громадські медіа «задовільно виконують свою місію» [8, с. 117]. Загальна кількість громадських медіа у кінці 1990-х рр. в країні була досить високою, відповідно до даних К. Якубовича, адже в 1998 р. громадські медіа контролювали 53,7 % загального польського медіа-ринку [291, с. 222].

Громадські медіа в Польщі за правовим статусом визначаються як «корпорація» (об'єднане акціонерне товариство), а її унікальним акціонером є держава, репрезентована Міністром фінансів [344, с. 46] на зборах акціонерів (стаття 26). Четвертий розділ Закону «Про радіо та телебачення» присвячено громадським медіа в Польщі [419]. Отже, визначимо управлінські повноваження та систему управління громадських медіа в Польщі.

Національна рада з питань радіо та телебачення в Республіці Польща являє собою «державну владу, компетентну в питаннях радіо та телебачення» (стаття 5). Цей орган регулює діяльність і комерційних, і громадських медіа в країні та складається з дев'яти членів: чотири члени призначаються Сеймом, два – Сенатом, а три – Президентом Польщі. Усі члени Національної ради повинні мати визначні знання та досвід у сфері мас-медіа. Голова та заступник голови ради обираються та звільняються членами Ради. Члени Ради обираються на термін у шість років і не можуть бути призначеними ще на один термін. Більше того, відповідно до статті 7 Закону, кожні два роки відбувається ротація однієї третини членів Ради. До інших обов'язків Національної ради належать призначення Наглядової ради громадських медіа та Програмних рад громадських радіо та телебачення в Польщі [419].

Наглядова рада громадських медіа (стаття 28) складається з п'яти-дев'яти членів, яких призначає Національна рада, а одного члена призначає Міністерство фінансів Польщі. Голова Наглядової ради обирається членами Ради із свого складу, а три роки є терміном каденції членів Ради.

На переконання К. Якубовича, вплив політичної влади на громадські медіа в Польщі є обмеженим через те, що міністр призначає лише одного з дев'яти членів Наглядової ради. Більше того, міністр не може втручатися в питання щодо програм громадських мас-медіа. І, нарешті, акціонери (тобто уряд) не мають дивідендів і, таким чином, прибутки вкладаються у створення програм. Однак відомого польського медіа-

дослідника непокоїть те, що Наглядова рада призначається лише на три роки, в Законі немає згадки про те, чи вся Рада, чи її члени можуть бути звільненими від виконання своїх обов'язків у період діяльності Ради [292, с. 220].

Програмні ради громадських радіо та телебачення (стаття 28а) в Польщі призначаються Національною радою та складаються з п'ятнадцяти членів, з яких десять репрезентують парламентські групи, а п'ять членів – досвідчені спеціалісти у сфері культури та мас-медіа. Завдання ради полягає в представництві громадського інтересу у створенні програм громадських медіа і призначається на чотири роки. Рада управління (стаття 27) громадськими медіа в Польщі складається з одного-п'яти членів та обирається на чотири роки. Члени Ради управління та президент ради призначаються та звільняються Наглядовою радою більшістю голосів, тобто двома третинами [419]. К. Якубович підсумовує, що інституційне забезпечення громадських медіа було розроблено таким чином, щоб забезпечити як їхню незалежність, так і можливість виконувати свої обов'язки громадських ЗМІ [292, с. 220]. Але ця створена система перебуває під постійним викликом, зазвичай від правлячих еліт. Загалом, за словами А. Мангіу-Піппіді, вплив на управління громадськими мас-медіа в Польщі може бути створений політичною більшістю в країні [344, с. 46].

Як зауважує І. Камінські, призначення складу ради громадських медіа на національному та регіональному рівні перетворилося на високополітизований процес, який заснований повністю та виключно на політичній арифметиці в Польщі. Більше того, для нього політизація процесу призначення рад громадських медіа виглядає неминучою, бо як конституційні інституції, так і національні ради завжди призначатимуться політиками та політичними органами, навіть у країнах із розвинутою демократією. На думку І. Камінські, багато вже зроблено в Польщі для того, щоб відокремити процес призначення членів рад від результатів виборів, наприклад, через упровадження термінів для поступової ротації членів рад незалежно від термінів проведення виборів у країні. Крім того, члени рад призначаються такими конституційними інституціями: законодавчим органом (дві палати парламенту) і виконавчими органами (президент та уряд). Для того, щоб зменшити можливості політичних впливів на громадські аудіовізуальні мас-медіа І. Камінські пропонує встановити кваліфікаційну більшість ($\frac{2}{3}$ або $\frac{3}{4}$) будь-яких призначень до рад громадських медіа [300, с. 79]. На його думку, це повинно достатньо ефективно виключити можливість призначення політичних кандидатів до рад управління громадських медіа та, відповідно, політичних впливів на управління громадськими електронними ЗМІ.

Ц. Баназінзькі та М. Горка представили статистичні дані, за якими прибуток від реклами та спонсорської допомоги складає 67 % загального бюджету громадських телерадіокомпаній у Польщі в 1999 р. Прибуток від ліцензійної плати, включаючи відсотки та збори, а також від реклами та спонсорської допомоги становив 96,2 % загального прибутку цих медіа в 1999 р. [194, с. 16]. Отже, зауважимо, що лише 29,2 % річного прибутку польських громадських мас-медіа надійшло від ліцензійної плати в 1999 р. Т. Воронцова-Хетч представила дані, відповідно до яких на початку XXI століття в Польщі громадські електронні медіа на 32 % фінансувались з прибутку від абонентської плати, на 37 % – від реклами, на 31 % від спонсорства та іншого. Але субсидії від держави як правова можливість не використовувалися [8, с. 126]. Зазначене свідчить про те, що громадські ЗМІ в Польщі фінансуються головним чином від реклами та спонсорської допомоги. Як Ц. Баназінзькі та М. Горка показують, що громадські медіа займають більше половини рекламного ринку в Польщі [194, с. 16]. Таким чином, хоча законодавчо закріплено ліцензійну плату як основний вид прибутку для громадських медіа в Польщі, практично головним джерелом фінансування є реклама і спонсорська допомога. На думку автора, у цьому Польща наслідує приклад країн континентальної Європи як Західної, так і Східної, створивши змішану модель фінансування громадських аудіовізуальних ЗМІ.

Звідси можна констатувати, що фінансування громадських медіа в Польщі є змішаним. Автор вважає, що у цій тенденції країна наслідує модель фінансування громадських ЗМІ континентальної Європи, а не Великої Британії. Більше того, систему фінансування громадських медіа Республіки Польща можна представити як загальноприйнятую для країн постсоціалістичних перетворень Європи, адже більше половини фінансування громадських медіа в Польщі надходить від реклами та інших комерційних форм прибутку, а не ліцензійної плати. Отож, громадські медіа конкурують за прибутки з комерційними медіа в країні, а рівень комерційного прибутку в Польщі ближчий за показниками до недостатньо успішних моделей громадських медіа Греції, Португалії та Іспанії, а не Німеччини або Франції.

Л. Слупек, проаналізувавши громадські медіа в країнах ЄС, вивчивши їх генезу, суспільну місію, правове регулювання, зауважив, що Польща як член ЄС зобов'язана остаточно привести норми законодавства у відповідність з європейськими стандартами [385]. І дійсно, новий закон «Про ліцензійну плату» був прийнятий у Польщі після її вступу до ЄС для того, щоб підвищити прибутки громадських

В. Кляйнвахтер стверджує, що радіо та телебачення під час соціалізму фінансувалися як з державних субсидій, так і ліцензійних плат, тому останні зазвичай були на низькому рівні та загалом не покривали витрат аудіовізуальних медіа. Отже, додаткові фінанси для підтримки мас-медіа надходили або з державного бюджету, або прямо від Центрального комітету Комуністичної партії, особливо перед важливими подіями в країні [304, с. 6]. Однак, ситуація змінилася із впровадженням громадських медіа в країнах постсоціалістичного регіону Європи.

У Польщі Закон «Про радіо та телебачення» від 1992 р. (стаття 31) встановлює джерела фінансування для громадських медіа. Відповідно до його положень, більшість фінансування надходить від ліцензійної плати, сума якої та метод сплати визначаються Національною радою з питань радіо та телебачення (стаття 6), що також є відповідальною за розподіл прибутку від ліцензійної плати між громадськими медіа [419]. Ліцензійна плата збирається через пошту, тому що телевізори є зареєстрованими на пошті. У 2000 р. у Республіці Польща щомісячна ліцензійна плата становила 11,50 польських злотих, тобто приблизно 3 євро, або 4 долари США, або ж 33 українські гривні. Крім того, деякі групи громадян Польщі, такі як, наприклад, люди, старші 75 років, звільняються від сплати ліцензійної плати.

Однак ситуація із фінансуванням громадських ЗМІ змінилася зі вступом Польщі до ЄС у 2004 р. Так, 25 квітня 2005 р. було прийнято Закон «Про ліцензійну плату», який замінив відповідні положення Закону «Про радіо та телебачення» від 1992 р. Новий закон проголошує: «ліцензійна плата повинна збиратися для того, щоб забезпечити виконання суспільної місії... громадськими радіо та телевізійними станціями» (стаття 1) [419]. Загалом, новий закон відтворює положення попереднього і його прийняття мало на меті підсилення позицій ліцензійної плати як прибутку для громадських медіа в Польщі на протигагу іншим формам фінансування відповідно до європейських стандартів у цій сфері.

Важливо назвати й інші джерела фінансування громадських медіа в Польщі, такі як: реклама, спонсорська допомога, продаж прав на відтворення продукції та інші, передбачені законом [194, с. 16]. Разом із тим державні субсидії все ще присутні в Польщі як правова можливість для громадських медіа [344, с. 49]. Крім цього, громадські аудіовізуальні ЗМІ повинні за законом вести мовлення для польської діаспори за кордоном. Звичайно, це вимагає багато витрат, які не можуть бути покриті звичайними джерелами фінансування громадських медіа. Отже, спеціальні канали польських громадських ЗМІ, які створені з цією метою, фінансуються із державного бюджету Польщі, як і, наприклад, «Всесвітня служба Бі-Бі-Сі».

Загалом, багато вчених, таких як, наприклад, А. Мангіу-Піппіді, К. Якубович підсумовують, що навіть на папері регулятивна система польських громадських телерадіокомпаній виглядає краще, ніж в інших країнах регіону через правову дистанцію між радами управління, які призначаються політично, та управлінням громадських медіа, хоча практично останні також можуть бути призначеними відповідно до політичних інтересів [344; 291]. Також зазначимо, що, на думку експертів міжнародної організації «Фрідом Хауз», громадські ЗМІ продемонстрували ринкову залежність від держави, коли політичні прихильники зберігають достатній вплив над змістом програм громадських ЗМІ в Польщі [248].

Згідно із Законом про мовлення Чеської Республіки, Палата депутатів (нижня палата парламенту) обирає Велику раду – Раду з питань радіо і телебачення (яка видає частоти і ліцензії громадським і приватним ЗМІ) і три Малі ради – з питань телебачення, Чеського радіо і чеських прес-агентств. До повноважень Ради з питань телебачення належить громадський контроль за телебаченням, а також призначення і звільнення з посади генерального директора громадського телебачення.

У 2000 р. відбувся конфлікт між чеським громадським телебаченням і владою, що виявив недоліки відсутності комплексності механізмів місцевого запровадження західної законодавчої моделі громадського мовлення. Після виборів у нижній палаті законодавчого органу більшість місць одержали соціал-демократи, які не змогли сформувати більшість. Було досягнуто компромісного «опозиційного договору» з партією громадських демократів, після чого відбувся перерозподіл державних посад, у тому числі і в Раді з питань телебачення, куди цього разу потрапили не кращі представники ЗМІ, культурних й інтелектуальних кіл, а представники партій, що уклали «опозиційний договір». Таким чином, було оперативно проведено і кадрові зміни в керівництві громадського телебачення, що означало фактичну втрату незалежності мовлення і перетворення його на інформаційний орган влади. Незважаючи на те, що завдяки активній громадській ініціативі незабаром було прийнято новий Закон і громадське мовлення знову стало громадським, згаданий конфлікт виявив неефективність простого «калькування» західноєвропейського законодавства [16].

Громадське мовлення у Словенії в останні роки все ще утримує достатньо високі рейтинги, особливо якщо порівнювати їх з деякими іншими країнами Центрально-Східної Європи [336, с. 53]. Іншою особливістю громадських ЗМІ в Словенії було те, що в останні роки воно було під значним впливом процесу комерціалізації, що виражалось у

формі підвищення конкуренції приватних телерадіомовних компаній, а також політизації ринку ЗМІ. На думку словенського дослідника М. Мілосавлівіча, це сталося в результаті змін правової бази щодо мас-медіа та державного регулювання, що підвищило роль політики, особливо правлячих коаліцій, над роллю громадянського суспільства [336, с. 40].

Щодо політизації громадського мовлення у Словенії, то до 2005 р. попередній закон, що засновував Телевізійну раду переважно з представників неурядових громадських організацій, був замінений новим законом. Відповідно до нового закону члени новоствореної Програмної ради призначаються Парламентом Словенії. Це загрожує незалежності «RTV Slovenia», а також може знизити достовірність інформації, рівень довіри та поваги громадян до громадського мовника. Як уважає М. Мілосавлівіч, можливо це вже знайшло своє відображення у громадській оцінці об'єктивності головних телеканалів Словенії. Так, в громадському опитуванні було питання про те, як люди оцінюють об'єктивність новин на телеканалах. Результати показали, що словенці вважають новини комерційних каналів більш об'єктивними (49 %) ніж новини громадського телеканалу «RTV Slovenia» (28 %). Можливо така відчутна різниця в довірі громадян була спричинена також показаними випадками політичних тисків на журналістів та втручання менеджерів у репортажі новин у Словенії [336, с. 81–82].

Закон «Про Радіо та Телебачення» у Болгарії було прийнято в 1996 р. Однак, його було піддано серйозній критиці, тому в 1998 р. прийняли новий Закон «Про Радіо та Телебачення» в Болгарії. Цей Закон, до якого постійно вносилися поправки, регулює статус, управління та фінансування громадських медіа. Він визначив основи змісту програм усіх електронних ЗМІ, приватних та громадських [394, с. 111–112].

У Болгарії органами управління суспільного мовлення є Генеральний директор та Рада. Рада Болгарського національного телебачення та радіо складається з п'яти членів, які призначаються на посади Радою з питань ЗМІ за поданням Генерального директора Болгарського національного телебачення та радіо строком на три роки. Повноваження члена Ради можуть бути припинені достроково за поданням Генерального директора; рішення про дострокове припинення повноважень члена Ради приймає Радою з питань мас-медіа. Одна й та сама ж особа може обиратись на посаду члена Ради не більше двох разів. Генеральний директор призначається на посаду Радою з питань ЗМІ строком на три роки. Кандидат на цю посаду повинен мати п'ятирічний досвід роботи у сферах відповідно радіомовлення або телебачення, може бути

звільнений з посади достроково з тих самих підстав, що і члени Ради з питань ЗМІ (неможливість виконання обов'язків протягом шести місяців, порушення вимог щодо несумісності, засудження до відбування покарання у вигляді позбавлення волі, смерть, заява про відставку), а також у разі грубого порушення законодавства [67]. Існує також Громадська рада, які складається з тринадцяти членів (визнаних публічних осіб, інтелігенції). Головним завданням цієї Ради є встановлення більш тісного зв'язку між громадським мовником «BNT» та громадськістю. Однак, Закон «Про Радіо та Телебачення» прямо не вимагає створення такої Ради [394, с. 120], тому на практиці вона може не існувати постійно.

Органами управління суспільного телерадіомовлення в Естонії є Рада з питань телерадіомовлення, Правління, Голова Ради з питань телерадіомовлення. Рада з питань телерадіомовлення є вищим керівним та контрольним органом Естонського Радіо та телебачення, який складається з дев'яти членів, п'ять з яких призначаються парламентом за поданням парламентського Комітету з питань культури з-поміж членів парламенту (з дотриманням принципу пропорційного представництва) на строк повноважень парламенту, чотири – з-поміж спеціалістів у сфері телебачення і радіомовлення строком на п'ять років. Підставами дострокового припинення повноважень члена Ради є: звільнення з посади за власним бажанням, смерть; звільнення з посади рішенням парламенту за пропозицією парламентського Комітету з питань культури; набуття законної сили обвинувальним вироком суду; порушення вимог щодо несумісності посади з іншими видами діяльності; постійна неможливість виконання обов'язків. Голова та заступник Голови Ради з питань телерадіомовлення обираються на посади Радою з числа її членів на чотири роки; їх повноваження можуть бути припинені достроково рішенням більшості членів Ради. До Голови Ради і його заступника ставляться ті ж самі вимоги щодо несумісності, що і до інших членів Ради. Правління Естонського телебачення та радіо здійснює безпосереднє управління відповідно Естонським телебаченням та радіо. Склад Правління – п'ять членів, які призначаються на посади Радою з питань телерадіомовлення. Строк повноважень визначається контрактом. Підставами дострокового припинення повноважень є: висловлення недовіри двома третинами голосів членів Ради; виникнення підстав для дострокового припинення повноважень, визначених у трудових договорах з членами Правління; набуття законної сили обвинувальним вироком суду [67].