

УДК 327+316.774 (4-11+4-191.2)

**О. Романенко**, аспірантка  
Інституту світової економіки  
і міжнародних відносин НАН України

## **НОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ЗМК ПОСТКОМУНІСТИЧНИХ КРАЇН**

*У статті описані зміни, які відбулися у медіапросторах посткомуністичних країн, визначені фактори, що впливають на неоднорідний розвиток цих держав, розглянуто основні моделі переходу країн до демократичного управління ЗМК, названі нові детермінанти для успішної трансформації у сфері медіа.*

**Ключові слова:** медіапростір, трансформація, посткомуністичні країни, моделі розвитку медіа.

*Романенко Е. Новые детерминанты развития СМК посткоммунистических стран.*

*В статье описаны изменения, произошедшие в медиапространствах посткоммунистических стран, определены факторы, влияющие на неоднородное развитие этих государств, рассмотрены основные модели перехода к демократическому управлению СМК,*

© О.Романенко, 2011

названы новые детерминанты для успешной трансформации в сфере медиа.

**Ключевые слова:** медиапространство, трансформация, посткоммунистические страны, модели развития медиа.

**Romanenko O. *New Determinants of the Postcommunist Countries' Mass-media Development.***

*Changes in the media space of the post-communist countries are analyzed in the article. The factors influencing on the dissimilar development of these states are defined. The basic models of post-communist countries' transition to democratic mass-media governance are represented, the new determinants for a successful transformation in media are given.*

**Key words:** media space, transformation, postcommunist countries, models of media development.

Громадсько-політичні та економічні зміни, які відбувалися на початку 90-х рр. ХХ ст., значно вплинули на світову медіасферу та на систему засобів масової комунікації країн, що утворилися внаслідок розпаду СРСР. Результатом стало руйнування існуючого порядку з пошуком концепцій реконструкції медіа-систем, але вже на нових засадах, що відповідали б економічним та глобалізаційним процесам. Пошук моделей розвитку медіа-простору нових транзитивних країн, а також вплив політики на розвиток ЗМК є актуальною темою, яка варта подальшого дослідження.

Зміни у медіапросторі посткомуністичних країн та трансформація світової медіасфери є актуальною темою досліджень багатьох науковців, політологів, журналістів, спеціалістів з масової комунікації. Наприклад, українських і російських вчених О.В. Зернецької, П.В. Зернецького, О.А. Литвиненко, В.Ф. Іванова, Я.М. Засурського, С.В. Демченко, Л.М. Землянової, О.С. Вартанової, І.Н. Деміної та ін. Зарубіжні колеги, що вивчали дані процеси у Польській республіці: К. Якубович (K. Jakubowicz), Т. Гацовський (T. Gackowski), М. Лачинський (M. Łaczyński), С. Міхальчик (S. Michalczyk), К. Кшиштофек (K. Krzysztofek), З. Нецькі (Z. Necki), В. Дудка (W. Dudka), Т. Гобан-Клас (T. Goban-Klas), М. Мрозовські (M. Mrozowski) та ін.

Мета статті – визначити основні процеси, що відбуваються у медіапросторі в перехідних суспільствах, а також фактори,

що впливають на неоднорідний розвиток цих країн. Звідси випливають наступні завдання: розглянути основні ідеї та положення українських та зарубіжних вчених стосовно трансформаційних процесів у посткомуністичних державах, визначити основні моделі переходу цих країн на новий рівень розвитку, назвати нові детермінанти трансформації медіапросторів цих країн (у сфері медіа).

Медіапростір є багатокомпонентною системою, що представляє собою упорядковану сукупність організаційної, адміністративної, творчої і матеріально-технічної структур: відображаючи рівень інтелектуального обміну у суспільстві, його спрямованість та динаміку розвитку. Як правило, дане поняття є скінченим (наприклад, обмеженим державними чи мовними кордонами) і розуміється як складова медіасфери – системи, що включає усю сукупність медіапросторів окремих країн та державних утворень. Медіасфера є глобальним середовищем, де відбуваються масові інформаційні процеси. З появою глобальної мережі Інтернет у медіасфері виникли принципово нові засоби масової комунікації – "нові медіа". Дотримуючись демократичних принципів роботи, вони структурно модернізують національний медіапростір як транзитивних країн, так і нових країн-членів ЄС.

Зарубіжні дослідники цікавляться темою трансформаційних процесів у країнах колишнього соцтабору. Наприклад, Томас Карозерс (Thomas Carothers) [1] вивчаючи перетворення в перехідних суспільствах, зазначає, що "багато країн, які називають "транзитивними", замість сприяння демократії впадають у дві великі крайнощі: "безвідповідальний плюралізм", де демократія поверхнева й існує в невеликих кількостях, та "домінуюча сила політики", де одна з політичних партій домінує над іншими. Іван Карстев (Ivan Krastev), голова Центру ліберальних стратегій (Centre for Liberal Strategies) в Софії (Болгарія) досліджує політичні трансформації у посткомуністичних країнах та називає причини успіху популізму у цих країнах [2]: гнів, нестримна ненависть до еліти, невизначеність політики, культурний консерватизм, радикалізм, євроскептицизм і антикапіталізм, націоналізм, прихована ксенофобія, антикорупційна риторика політиків. І. Карстев описує популізм, як світогляд, у рамках якого

у суспільстві виокремлюється дві протилежні групи: "бідне населення" та "корумпована еліта". Медіа в таких суспільствах виступають засобами політичної боротьби та маніпуляційного впливу. Відповідно трансформується і медіапростір країни.

Один із найвідоміших дослідників процесів, які відбуваються з ЗМК країн колишнього соцтабору, є Кароль Якубович. Упродовж багатьох років він був журналістом, працював на керівних посадах у Польській Національній Раді з телерадіомовлення (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji), у Раді Європи [3], зокрема був Головою Постійної комісії з транскордонного телебачення (1995–2002), і Головою Керівного комітету з медіа та нових послуг зв'язку (2005–2006).

К. Якубович досліджує питання про трансформацію медіа в посткомуністичних країнах: які демократичні стандарти ці країни мають впроваджувати та за якими критеріями вони повинні оцінювати свій поступ у цій сфері? Відповіді можна знайти в ряді публікацій 2000–2009 рр.

У статті під назвою "Впадання у крайнощі? Два польські уряди розбираються з медіа" ("Going to Extremes? Two Polish Governments Deal with the Media") [4] К. Якубович розглядає загальні аспекти процесу трансформації в Польщі на шляху до демократії, відзначаючи, що у країнах Центральної та Східної Європи існує дві моделі політики щодо ЗМК: "наслідувальна" та "атавістична". Перша є копіюванням моделей країн західної Європи, друга – представляє собою політичний контроль ЗМК, згідно з правилами, що існували до 1989 р. У кожній країні ці дві моделі можуть бути поєднані в різних пропорціях.

У роботі "Гірке розчарування. Соціальні та медіа зміни у Центральній та Східній Європі" ("Rude Awakening. Social And Media Change In Central and Eastern Europe") [5] польський дослідник зазначає, що більшість прогнозів стосовно розвитку посткомуністичних країн не справдилися, але ці держави вже перейшли "точку неповернення" в своїх перетвореннях і не зможуть знову впровадити колишню систему. Метою статті К. Якубовича є аналіз процесів у медіапросторах посткомуністичних країн і визначення, яким чином вони викликали "гірке розчарування". Дослідник визначає фактори, які вплинули на розвиток країн колишнього соцтабору (2 категорії: "А" і "Б"),

пояснюючи, чому різні країни пішли різними шляхами розвитку, незважаючи на схожість між ними (табл. 1).

Т а б л и ц я 1

**Внутрішні фактори, що призвели до неоднорідного розвитку  
посткомуністичних країн**

| "А" – фактори, що сприяли успішній трансформації країни                   | "Б" – фактори, що перешкоджають розвитку країни           |
|---|---|
| Відносне економічне зростання   | Низький рівень життя                                      |
| Високі стандарти освіти   | Низькі стандарти освіти                                   |
| Збереження національної та культурної традиції                            | Руйнування національної та культурної традиція            |
| Існування організованого дисидентського руху                              | Рух опору слабкий або відсутній                           |
| Відносно спокійне ставлення влади до дисидентів                           | Суворі переслідування дисидентів, невдалі спроби реформ   |
| Здатність дисидентів згуртувати багато соціальних груп навколо своєї мети | Ізольованість дисидентів                                  |
| Існування реформістського крила всередині комуністичної партії            | У компартії відсутні або слабкі ліберальні течії          |
| Досвід попередніх спроб "спуску згори" реформ                             | Відсутні попередні спроби                                 |
| Населення національно чи етнічно однорідне                                | Існування національних (етнічних) протиріч або конфліктів |

*Джерело: [5, С. 61].*

Отже, процес трансформації має бути орієнтований на розвиток демократії, впровадження економічних реформ, подолання конфліктів. Національна однорідність визнається важливим фактором у розвитку країни (К. Якубович наводить етнічно однорідні країни з переважанням "А-факторів": Чехія, Угорщина, Польща, Словенія, Естонія, Латвія, Литва. Пізніше просто називаючи їх "держави А-типу"). У країнах, де багато елементів "В-типу", ймовірність позитивних результатів є значно меншою. В цих країнах розвивається автократія (у крайніх випадках – деспотія чи феодалізм). При владі залишається колишня політична номенклатура або олігархи, які контролюють економіку, створюють "сірі зони" та тіньову економіку. К. Якубович називає чотири моделі реформування медіапростору

посткомуністичних країни [5, С.63–70]: пряма комунікативна демократія, наближена до західноєвропейської модель, західноєвропейська модель, автономізація медіа.

*"Пряма комунікативна демократія"* – це модель, що базується на впровадженні демократичних засад роботи з медіа і дотриманні принципу рівності, взаємоповаги та солідарності. Більшість положень цієї концепції після розпаду СРСР було одразу відкинуто. Це відбулося через зміни в стратегії дисидентів країни або в результаті заміни культурної еліти політиками з іншими поглядами, через вплив нового для цих країн капіталістичного стилю управління економікою (в тому числі і ЗМК) і виконання певних зобов'язань перед міжнародними організаціями, у які країна прагне вступити (або вже є членом). У країнах "А-типу", на погляд К.Якубовича, була скасована авторитарна система, але не були задіяні принципи прямої демократії для розширення прав і можливостей громадянського суспільства. Нестабільність, стрімкі зміни, а також політизація у всіх сферах життя призвели до боротьби різних політичних кіл за контроль над медіа. В країнах "Б-типу" залишилась авторитарна система управління державою (керівництвом країни і олігархами), низька роль громадянського суспільства заважає існуванню моделі "прямої демократії", перетворюючи ЗМК на "передавачів" політичних або економічних інтересів різних груп.

Основними характеристиками *"наближеної до західноєвропейської моделі"* є свобода слова, відсутність цензури, антимонопольне законодавство у сфері масової комунікації, інституційна автономія ЗМК (у тому числі відсутність зовнішнього фінансового контролю), медіа виражають повний спектр думок у суспільстві, виконують контрольні функції [5; С. 67]. У країнах "А-типу" закон гарантує незалежність медіа, але фактично лише на папері. Громадські медіа зазнають політичних та економічних утисків. Вільні ЗМК існують короткотривалий термін, а потім комерціалізуються. Ще яскравіше ці процеси проявляються у країнах з "Б-типу".

*"Західноєвропейська модель"* призначена для регулювання старої системи ЗМК (відміна цензури в результаті прийняття нового законодавства, скасування монополії колишнього державного мовлення), перетворення старих установ на незалежні

громадські телерадіокомпанії (розробка нових законів, надійне фінансування громадського телебачення, забезпечення громадського контролю за їх діяльністю). У країнах "А-типу" політика і політична культура є важливими, але ринок і економічні інтереси також впливають на розвиток суспільства.

Модель "Автономізація медіа" базується на приватизації як шляху до свободи ЗМК. Якщо у країнах "А-типу" ця модель існує і функціонує, то у країнах "Б-типу" вона не могла бути реалізованою через відсутність політичної культури, яка необхідна для постійного контролю медіа, а також через вплив держави. Громадські ЗМК мають форми змішаної власності, включаючи державну і приватну (як правило, приховану). Інші фактори в країнах "Б-типу", що заважають впровадженню цієї моделі: слабка економіка, аморальні дії журналістів, бідність, корупція тощо.

Порівнюючи зміни, які відбулися у країнах обох типів, К. Якубович наголошує на різниці між ними, яка показана у таблиці (табл. 2).

Т а б л и ц я 2

## Особливості функціонування ЗМК в країнах А типу і Б типу

|                          | Країни "А-типу"   | Країни "Б-типу"  |
|--------------------------|---|--|
| Законодавча база         | Більш прозора та сильна   | Слабка, несистемна   |
| Суди, верховенство права | Проголошення і дотримання свободи слова, вільного вираження думок. ЗМК захищені судом | Формальна свобода слова (можливі: цензура, економічні санкції, переслідування, вбивства журналістів) |
| Фінансування             | Медіа прибуткові, можуть залучати іноземні інвестиції                                 | Надходження іноземних інвестицій неможливе або відбувається за дуже складною процедурою              |
| Політичні зв'язки        | Медіа відкрито оголошує свої політичні позиції або вказують на замовника публікації   | Політичні впливи на медіа не афішуються  |

Джерело: [5, С.71].

Для якісної зміни системи засобів масової комунікації в посткомуністичних країнах потрібні глибинні процеси по зміні існуючого стану речей, особливо у країнах "Б-типу". К. Якубович виокремлює п'ять найголовніших етапів трансформації: демонополізація, автономізація, децентралізація та демократизація медіа та високий рівень професіоналізму журналістів [5, С. 70].

*Демонополізація* полягає у тому, що хоча в різних країнах існують національні канали, колишня залежність від одного джерела інформації зникає через можливість користуватися різноманітними джерелами. *Автономізація* від політичних, економічних впливів, а також суб'єктивізму, релігійних, етнічних уподобань є дуже важливим елементом реформування медіапросторів посткомуністичних країн. У країнах "А-типу" вже створені наглядові органи за дотриманням незалежності ЗМК, у країнах "Б-типу" автономія демократичних медіа лише часткова. *Децентралізація* передбачає "розосередження" ЗМК. Хоча іноді ринкові механізми спричиняють концентрацію медіа на місцевому, регіональному чи національному рівнях. *Демократизація* передбачає вільну самоорганізацію, самоуправління ЗМК, які стають більш відповідальними перед суспільством, ініціюють діалог з громадянами щодо свого подальшого розвитку. Зміни у медіапросторі неможливі без підвищення рівня професіоналізму журналістів.

У наступних дослідженнях [6] до цих п'яти етапів, які потрібні посткомуністичним країнам, К. Якубович додає ще комерціалізацію (чітке розуміння ринку), плюралізацію ЗМК, розвиток громадського мовлення, інтернаціоналізацію і глобалізацію, автономізацію медіа (розглядається як незалежність). *Медіасвобода* – це незалежність згідно з трьома параметрами:

1) незалежність від політики (в авторитарних режимах це неможливо через повне підпорядкування ЗМК державі, цензурі та адміністративному тиску; неконкурентні демократії використовують медіа для впливу на політичних опонентів, багато ЗМК знаходяться у власності олігархів; конкурентні демократії сприяють незалежності медіа повною мірою);

2) економічна незалежність (неможлива у посткомуністичних країнах через повільні темпи економічних реформ та надмірну



кількість медіа. "Щоб вижити, медіа повинні знайти інші джерела фінансування: державні субсидії або гроші від політичних партій, місцевих органів влади, бізнесу тощо. Фінансова залежність виражається у відсутності редакційної самостійності" [6, С. 7]);

3) правові основи (закони), що забезпечують незалежність медіа.

У плані *політичного плюралізму* засоби масової комунікації посткомуністичних країн у цілому можуть бути поділені на три групи: в авторитарних режимах немає реальної демонополізації засобів масової комунікації і тому відсутня політична багатоманітність будь-якого роду, у неконкурентоспроможних режимів медіа контролюється "олігархами" і використовуються у боротьбі з конкурентами, конкурентні демократії створюють справжнє різноманіття ЗМК. *Розвитку громадського мовлення* у посткомуністичних країнах перешкоджає відсутність відповідних соціальних умов, неможливість фінансово підтримувати його автономію і незалежність.

*Інтернаціоналізація* медіа має політичні, економічні та культурні аспекти, що визначають її темпи і напрямки. Цей процес залежить від обставин, що склалися в кожній країні. Глобалізація спричиняє надходження іноземного капіталу в медіапростори країн Центральної і Східної Європи. Деякі дослідники називають зростаючу частку іноземних медіагруп у цих країнах "колонізацією ринку", але К. Якубович не сприймає це твердження. Згідно з його поглядами, цей процес "не був колонізацією, оскільки країни ЦСЄ самі відкривали двері для іноземних інвестицій у медіа" [6; С.10].

Для підтвердження думки польського дослідника можна навести наступні дані. У Польській Республіці найвідомішими з щоденних газет є "Gazeta Wyborcza" та "Rzeczpospolita". Популярні щотижневі видання "Polityka", "Wprost", "Newsweek Polska" [7], а також "Super Express", "Fakt", "Gazeta Polska", тижневики з права та економіки "Puls Biznesu", "Gazeta Prawna", Журнали для жінок "Pani" та "Sukces", "Viva", іноземні видання ("National Geographic"). Регіональна преса представлена щоденними газетами "Dziennik Wschodni" (Люблінське воєводство), "Echo Dnia" (Свентокшиське воєводство), "Nowiny" (Підкарпатське воєводство), "Gazeta Lubuska" (Західнопоморське, частина Великопольського і Нижньосілезького воєводств),

"Gazeta Pomorska" (Куявсько-Поморське воєводство), "Głos – Dziennik Pomorza" (Західнопоморське воєводство), "Nowa Trybuna Opolska", "Kurier Poranny" (Підляське воєводство) та ін. Якщо говорити про іноземний капітал у друкованих ЗМК Польської Республіки, то на ринку присутні німецькі, французькі, італійські медіаконцерни. Наприклад, німецька медійна група Verlagsgruppe Passau є власником журналів у Вроцлаві ("Gazeta Wroclawska"), Познані ("Głos Wielkopolski"), Гданську ("Dziennik Bałtycki"), Лодзі ("Dziennik Łódzki"), Катовіцах ("Dziennik Zachodni") і Кракові ("Gazeta Krakowska"), що географічно охоплює майже усю країну. Також на ринку присутні наступні іноземні концерни: Месом Group (Велика Британія), Gruner & Jahr/ Bertelsmann, Axel Springer (Німеччина), Hachette Filipacchi (Франція) [8]. Вищезгадані щоденні та щотижневі видання та розміщення штаб-квартири медіа-корпорації представлені у вигляді таблиці (табл. 3).

Т а б л и ц я 3

**Іноземні власники польських друкованих видань**

| Назва видання   | Видавництво  | Країна                                  |
|---|--|---|
| <i>Щоденні загальнопольські видання</i>   |  |   |
| "Gazeta Wyborcza"   | Акціонерне товариство "Agora"  | Польська Республіка                     |
| "Rzeczpospolita"  | Державна видавнича компанія "Rzeczpospolita" (49%) і Месом Group Polska (51%)    | Польська Республіка/<br>Велика Британія |
| "Super Express"   | Видавництво "Murator S.A.", що входить до групи "ZPR"                            | Польська Республіка                     |
| "Fakt"  | Axel Springer Polska   | Німеччина                               |
| "Puls Biznesu"  | Bonnier Business (польська філія)  | Швеція                                  |
| "Gazeta Prawna"   | Infor Biznes   | Польська Республіка                     |
| <i>Щоденні регіональні видання</i>  |  |   |
| "Dziennik Wschodni", "Echo Dnia", "Nowiny", "Gazeta Lubuska", "Gazeta Pomorska", "Głos – Dziennik Pomorza" "Kurier Poranny" | Спілка регіональних медіа "Media Regionalne Sp.", що належить Месом Group Polska | Велика Британія                         |

Продовження т а б л. 3

| Назва видання                               | Видавництво  | Країна              |
|---|--|---------------------|
| "Nowa Trybuna Opolska"                      | Компанія "Pro Media"   | Польська Республіка |
| "Gazeta Wroclawska",<br>"Głos Wielkopolski" | Польське видавництво<br>"Polskapresse" належить медіа-групі Verlagsgruppe Passau | Німеччина           |
| <i>Щотижневі загальнопольські видання</i>   |  |                     |
| "Polityka"                                  | Кооператив "Polityka Spółdzielnia Pracy"   | Польська Республіка |
| "Wprost"                                    | Видавничий дім "Wprost" (20%) і АТ "Point Group S.A" (80%)                       | Польська Республіка |
| "Gazeta Polska"                             | Видавництво "Niezależne Wydawnictwo Polskie St"                                  | Польська Республіка |
| "Newsweek Polska"                           | "Axel Springer" – польське представництво  | Німеччина           |

Отже, медіаринок у Польщі є привабливим місцем для іноземних інвесторів (насамперед, для щоденних видань), і повного поглинення польських компаній іноземними корпораціями не відбулося, не дивлячись на прогнози скептиків.

Таким чином, зміни, які відбулися у медіапросторах посткомуністичних країн, можна описати як нестабільність (слабка економіка, бідність, корупція) і політизація у всіх сферах життя, що породжує боротьбу за контроль над ЗМК різними політичними колами.

Процес трансформації систем медіа в країнах "А" і "Б" типу має бути орієнтований на розвиток демократії, впровадження економічних реформ, подолання конфліктів та об'єднання нації. Етнічна однорідність визнається одним із найважливіших факторів у розвитку країни. Країни "А-типу" внаслідок історичних передумов краще дотримуються принципів демократії і верховенства закону, ніж країни "Б-типу".

Основні моделі переходу країн до демократичного управління ЗМК – це пряма комунікативна демократія (впровадження демократичних засад роботи з медіа і дотримання принципу рівності, взаємоповаги та солідарності), наближена до західноєвропейської модель (інституційна автономія ЗМК), західноєвропейська модель (відміна цензури в результаті прийняття нового

законодавства, скасування монополії колишнього державного мовлення) та автономізація медіа (приватизація як шлях до свободи ЗМК).

Нові детермінанти успішної трансформації у сфері медіа: демонополізація, автономізація, децентралізація, демократизація, комерціалізація (чітке розуміння ринку), плюралізм, розвиток громадського мовлення, політична, економічна та культурна інтернаціоналізація і глобалізація медіа. Зміни у медіапросторі також неможливі без підвищення рівня професіоналізму журналістів і використання принципів прямої демократії для розширення прав і можливостей громадянського суспільства.

### **Список використаної літератури**

1. Carothers T. The end of the transition paradigm / Thomas Carothers // *Journal of Democracy*. – 2002. – Vol.13, №1. – P. 5–21.
2. Krastev I. The new Europe: respectable populism, clockwork liberalism. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.opendemocracy.net/democrasyeuropa\\_constitution/new\\_europe\\_3376.jsp](http://www.opendemocracy.net/democrasyeuropa_constitution/new_europe_3376.jsp)
3. Conference key note speakers. Dr. Karol Jakubowicz [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ministerialconference.is/programme/panellists/nr/59>
4. Jakubowicz K. Going to Extremes? Two Polish Governments Deal with the Media / Karol Jakubowicz // *Global Media Journal – Polish Edition*. – 2008. – №1 (4). – P. 24–50.
5. Jakubowicz K. Rude Awakening. Social And Media Change In Central and Eastern Europe/ Karol Jakubowicz // *The Public*. – 2001. – Vol.8, №2. – P. 59–80.
6. Jakubowicz K. Post-communist media development in perspective / Karol Jakubowicz // *Internat. Internationale Politikanalyse Europäische Politik*. – 2005. – März. – P. 1–16.
7. Makarenko V. "Polityka" liderem wśród tygodników. *Gospodarka*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gospodarka.gazeta.pl/go/spodarka/2029020,69806,3199811.html>
8. Poland Press, Media, TV, Radio, Newspapers. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pressreference.com/No-Sa/Poland.html>
9. Jakubowicz K. Lovebirds? The Media, the State and Politics in Central and Eastern Europe / Karol Jakubowicz // *The Public*. – 1995. – Vol.2, №1. – P. 75–91.

Стаття надійшла до редакції 10.02.2011 р.