

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СИСТЕМИ ГРОМАДСЬКИХ МЕДІА В УКРАЇНІ ТА РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА

Громадські медіа були створені в Польщі у 1992 р. з прийняттям Закону “Про радіо та телебачення”, який серед інших питань регулює і діяльність громадських ЗМІ країни. Як відомо, Польща була однією з перших країн постсоціалістичної трансформації разом із Чеською та Словацькою Республіками, яка запровадила громадські мас-медіа замість державних. Колишня соціалістична державна монополія Польське Радіо та Телебачення було реформовано у 19 громадських станцій: Польське Радіо (Polish Radio Plc) та Польське Телебачення (Polish Television Plc), які є загальнонаціональними, та 17 регіональних громадських медіа. У результаті, за даними В. Кляйнвахтера [1], у 1992 р. в Польщі діяли два національні громадські телевізійні канали. Незважаючи на критичні оцінки з правої сторони, на думку Т. Воронцової-Хэтч, громадські медіа “задовільно виконують свою місію” [2]. Загальна кількість громадських медіа в кінці 1990-х рр. в країні була досить високою відповідно до даних К. Якубовіча, адже у 1998 р. громадські медіа контролювали 53,7 % загального польського ринку медіа [3].

Україна нарешті “прийняла закон, який створює правові рамки для запровадження громадської системи радіо та телебачення” [4] у 1997 р. після довгих дебатів між парламентом та президентом. Цим законом створено Українську Громадську Телевізійну Компанію [5], тобто громадське медіа. Незважаючи на це, громадське медіа ще й досі не функціонує в Україні через десять років після прийняття відповідного закону. Натомість медіа з державною формою власності пережили період реформування медіа і ще й досі діють на території України. Різні причини пояснюють цей феномен. Однак, найбільш важливими серед них є саме політичні ускладнення щодо цього питання: “державні органи зараз відмовляються надати частотні ліцензії, блокують фінансування громадських медіа і заходять недоліки, які саботують формування багато чисельних рад, які повинні бути створені для того, щоб наглядати за громадськими медіа в Україні” [6]. Після Помаранчевої Революції в Україні, яка декларувала забезпечення свободи масової інформації та створення громадських медіа в країні серед інших питань, було створено кілька спроб прийняти поправки до Закону “Про систему громадського радіо та телебачення в Україні” від 1997 р., але всі вони зазнали провальної

невдачі. Отже, знову політичні еліти показують свою неспроможність або небажання віддати повноту своєї влади над державними радіо та телебаченням.

У даній статті автор ставить за мету розглянути систему громадських медіа в Україні та Республіки Польща на основі порівнянь існуючої моделі громадських медіа в Польщі та теоретичної моделі громадських засобів масової інформації в Україні за показниками незалежності управління та фінансування відповідних медіа. Для досягнення мети дослідження було проаналізовано фундаментальні роботи визначних зарубіжних спеціалістів у сфері регулювання медіа та системи громадських медіа, таких як К. Якубовіча, А. Мінгіу-Піппіді, І. Каменського, В. Кляйнвахтера, Т. Воронцової-Хетч та інших, а також Закон Республіки Польща “Про радіо та телебачення” та Закон України “Про систему громадського радіо та телебачення в Україні”.

Спочатку перейдімо до порівняння системи управління громадських медіа, яка існує в Польщі та яка передбачена в Україні.

У Польщі громадські медіа є за правовим статусом “корпорацією” (об’єднане акціонерне товариство повністю у державній владі), та її унікальним акціонером є держава, репрезентована Міністром Фінансів [7] на зборах акціонерів (Стаття 26 Закону “Про радіо та телебачення”). Окремий четвертий розділ Закону “Про радіо та телебачення” присвячено громадським медіа в Польщі. Отже, визначимо управлінські повноваження та систему управління у громадських медіа у Польщі.

Національна Рада з питань радіо та телебачення (the National Broadcasting Council) у Республіці Польща являє собою “державну владу, компетентну у питаннях радіо та телебачення” [8] (Стаття 5). Цей орган регулює діяльність обох і комерційних, і громадських медіа в країні та складається з дев’яти членів: чотири члени призначаються Сеймом, два – Сенатом, а три члени призначаються Президентом Польщі. Всі 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 строк у шість років і не можуть бути призначеними ще на один строк. Більш того, відповідно до Статті 7 Закону, кожні два роки відбувається ротація однієї третини членів Ради. До інших обов’язків Національної Ради відносяться призначення Наглядової Ради громадських медіа (the Supervisory Board) та Програмних рад (the Programme councils) громадських радіо та телебачення в Польщі.

Наглядова Рада громадських медіа (the Supervisory Board) (Стаття 28)

складається з п'яти-дев'яти членів, яких призначає Національна Рада, але один член призначається Міністром Фінансів Польщі. Голова Наглядової Ради обирається членами Ради із членів Ради, а три роки є строком призначення членів Ради.

На переконання К. Якубовіча, вплив політичної влади на громадські медіа у 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 дослідника медіа непокоїть те, що Наглядова Рада призначається лише на три роки і також через те, що у Законі немає згадки про те, чи вся Рада, чи її члени можуть бути звільненими від виконання своїх обов'язків у період діяльності Ради [9].

Програмні ради (Programme councils) громадських радіо та телебачення (Стаття 28 а) в Польщі призначаються Національною Радою та складаються з п'ятнадцяти членів. Із них десять репрезентують парламентські групи, у той час як п'ять членів є досвідченими у сфері культури та мас-медіа. Завдання ради полягає у представництві громадського інтересу у створенні програм громадських медіа, а призначається вона на чотири роки.

Рада Управління (the Board of Management) (Стаття 27) громадськими медіа в Польщі складається від одного до п'яти членів та обирається на чотири роки. Члени Ради Управління та Президент Ради призначаються та звільняються Наглядовою Радою більшістю голосів, тобто двома третинами Ради.

К. Якубовіч підсумовує, що “інституційне забезпечення громадських медіа було розроблено таким чином, щоб забезпечити як їхню незалежність, так і можливість виконувати свої обов'язки як громадських ЗМГ” [10]. Але ця створена система знаходиться під постійним викликом зазвичай від правлячих політичних еліт. Загалом, за словами А. Мінгіу-Піппіді вплив на управління громадськими мас-медіа в Польщі може бути створений політичною більшістю в країні [11].

Як зауважує І. Камінські, “призначення у ради громадських медіа на національному та регіональному рівні перетворилося на високополітизований процес, який оснований повністю та виключно на політичній арифметиці” [12] у Польщі. Більш того, для І. Камінського, “політизація процесу призначення громадських рад медіа виглядає неминучою” [13], бо: “існуючі як конституційні інституції, національні ради будуть завжди призначатися політиками та

політичними органами, навіть у країнах з розвинутою демократією. Багато вже зроблено (у Польщі) для того, щоб відокремити процес призначення від результатів виборів (через впровадження термінів у радах для поступової ротації членів рад, наприклад). Більш того, члени рад призначаються конституційними інституціями, такими як парламенти, законодавчими органами (дві палати парламенту), виконавчими органами (президент та уряд)” [14]. Для того, щоб зменшити можливості політичних впливів І. Камінські пропонує встановити кваліфікаційну більшість (2/3 або 3/4) будь-яких призначень політичними органами. На його думку, це ефективно виключить політичних кандидатів та політичні впливи на управління громадськими медіа [15].

Загалом, багато вчених, таких як А. Мінгіу-Піппіді, К. Якубовіч підсумовують, що навіть на папері регулятивна система польських громадських медіа виглядає краще, ніж в інших країнах регіону через правову дистанцію між радами управління, які призначаються політично, та управлінням громадськими медіа, хоча практично останні також можуть бути призначеними відповідно до політичних інтересів. Також зазначимо, що на думку експертів Фрідом Хауз (Freedom House) “громадські медіа продемонстрували ринкову залежність від держави, коли політичні прихильники зберігають достатньо впливу над змістом” [16] програм громадських ЗМІ в Польщі.

Стосовно ж України, то Закон “Про систему громадського радіо та телебачення в Україні” [17] від 1997 р. встановлює, що громадські медіа знаходяться у власності українського народу. Структура передбачених управлінських органів громадських медіа в Україні є такою.

Громадська Рада є радою нагляду над діяльністю громадських медіа в Україні. Вона не може втручатися в щоденні справи громадських мовників, однак вона затверджує кандидатів на Голову та членів Управлінської Ради, а також щорічні звіти Управлінської Ради про діяльність громадських медіа.

Громадська Рада ґрунтується на широкій репрезентації різних частин суспільства через її членів. Наступні представники повинні бути частиною Громадської Ради: один представник з кожної з політичних партій, які представлені в парламенті; один представник з кожної української неурядової та культурної організації, що є зареєстрованими в Міністерстві юстиції України та мають статус всеукраїнських організацій. Однак, саме Верховна Рада України вирішує список неурядових організацій для представництва в Громадській Раді. Один представник від Президента України; один – від Кабінету Міністрів України; один – від Національного Банку України; один – від

Головного Прокурора України; один – від Національної Ради з питань телебачення та радіомовлення; один – з Антимонопольного Комітету України; один – від Державної Комісії України з авторського права при Кабінеті Міністрів України. При цьому кількість членів Громадської Ради затверджується Верховною Радою України кожної сесії під час першого року після виборів до парламенту.

Кваліфікаційна Рада є постійною громадською радою громадських засобів масової інформації в Україні, яка формується з висококваліфікованих професіоналів та вчених у сфері радіо та 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. Ротація членів Ради може бути зроблена з ініціативи Президента або Парламенту не більше, ніж раз за їх термін в офісі. Кваліфікаційна Рада робить конкурсний відбір кандидатів на пости Голови та членів Управлінської Ради та віддає відібраних кандидатів на затвердження Громадській Раді.

Управлінська Рада є постійним керівним органом громадських медіа. У Законі зафіксовано, що функції цієї Ради повинні бути визначені Статутом Громадського Радіо та Телебачення України; немає згадки про кількість членів та їх призначення.

Зазначене свідчить про те, що незалежність управління громадськими медіа в Україні знаходиться під сумнівом через те, що вищезазначені ради, призначення членів даних рад розроблені з можливістю політичних впливів на діяльність громадських медіа. Відповідно, можна казати і про велику перспективу політизації і управління громадськими мас-медіа за умови їх впровадження у даному теоретично-правовому полі. Більш того, можна зауважити й те, що статті закону щодо управління громадськими медіа є такими, що практично лише проголошують незалежність Управлінської Ради, але не уточнюють її функції. Однак, багато уваги в законі приділяється Громадській Раді.

Відповідно до закону члени Громадської Ради та Кваліфікаційної Ради будуть призначатися прямо або опосередковано представниками політичної влади в країні, таким чином призначення та звільнення членів цих Рад, а також їх діяльність буде політизованою за своєю природою. До того ж, призначення членів Громадської Ради прив'язане до парламентських виборів в країні, що поставить діяльність Ради в залежність від політичних змін в країні. Крім того, потрібно зазначити, що деякі положення закону буде складно реалізувати через їх практичну не реалістичність до виконання,

наприклад, представлення у Радах непропорційної кількості представників влади. Так, викликає сумнів можливість і доцільність представлення стількох представників від політичних інституцій у Громадській Раді громадських медіа. Для ілюстрації, представництво у Громадській Раді члена кожної партії у Парламенті України. Звичайно, теоретично таке положення закону запозичене з відповідних положень європейських країн, але практично в законі не розписана мінімальна і максимальна кількість членів Ради, не розглянуто питання про політичні блоки в парламенті, можливість представлення від коаліції та опозиції в парламенті тощо. Звідси, реалізація таких положень закону може призвести до колізії та складності до виконання закону на практиці.

У законі також говориться про те, що все суспільство буде представлене в Радах правління громадськими медіа. Однак, суспільство розуміється головним чином під неурядовими громадськими організаціями (НГО). Більш того, їх доступ до Рад досить обмежений через положення закону про те, що Парламент України визначає і затверджує, які НГО будуть представлені у Громадській Раді; до того ж не прописано кількість членів від НГО, представлених у Громадській Раді. Таким чином, їх кількість теоретично може бути дуже обмеженою порівняно з представництвом політичних інституцій в Громадській Раді. Звідси, у теорії представництво суспільства за наглядом за громадськими медіа практично обмежене НГО, яких обирає і затверджує Парламент за не досить визначеними чинниками та у невизначеній кількості представників.

Професіоналам медіа передбачене представництво в Кваліфікаційній Раді, але призначаються вони парламентом та президентом. Така процедура дозволяє мати місце політичним чинникам для затвердження представників професіоналів медіа. Більш того, професійні менеджери будуть призначатися Кваліфікаційною Радою, але затверджуватися Громадською Радою. Таким чином, вищезазначене свідчить про те, що управління громадськими медіа в Україні будуть майже під прямим політичним контролем, що обмежить незалежність управління.

Перейдемо до розгляду фінансування громадських засобів масової інформації в Україні та Республіці Польща.

В обох країнах це питання є проблематичним. Учений В. Кляйнвахтер показує те, що радіо та телебачення під час соціалізму фінансувалися як з державних субсидій, так і ліцензійних плат, і останні зазвичай були на низькому рівні та звичайно 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 [18]. Однак, ситуація змінилася із впровадженням громадських медіа в Польщі та повинна змінитися в Україні, коли громадські медіа будуть нарешті там впроваджені.

У Польщі Стаття 31 Закону від 1992 р. встановлює джерела фінансування для громадських медіа. Відповідно до неї, більшість фінансування надходить від ліцензійної плати, рівень якої та метод сплати визначаються Національною Радою з питань радіо та телебачення (Стаття 6), яка також є відповідальною за розподіл ліцензійної плати між громадськими медіа. Ліцензійна плата збирається через пошту, тому що телевізори є зареєстрованими на пошті. Зазначимо, що у 2000 р. щомісячна ліцензійна плата становила 11,50 злотих, тобто 3,5 доларів США. Крім того, деякі групи громадян такі, як наприклад, люди старші за 75 років, звільняються від сплати ліцензійної плати.

Однак ситуація з фінансуванням громадських ЗМІ змінилася зі вступом Польщі до Європейського Союзу у 2004 р. Закон “Про ліцензійну плату” (The Licence Fees Act 2005) був прийнятий у Польщі 25 квітня 2005 р. та замінив відповідні положення Закону “Про радіо та телебачення” від 1992 р. Новий Закон проголошує таке: “ліцензійна плата повинна збиратися для того, щоб забезпечити виконання громадської місії ... громадськими радіо та телевізійними станціями” [19] (Стаття 1). Загалом, новий Закон відтворює положення попереднього і був прийнятий з метою підсилення позицій ліцензійної плати як прибутку для громадських медіа в Польщі на протипагу іншим формам фінансування.

Інші джерела фінансування для громадських медіа у Польщі є такими: реклама, спонсорська допомога, продаж прав на відтворення продукції та інші, передбачені Законом. Разом із тим, державні субсидії все ще присутні у Польщі як правова можливість для громадських медіа [20]. Крім цього, громадські медіа повинні за Законом вести мовлення для польської діаспори. Звичайно, це вимагає багато витрат, які не можуть бути покриті звичайними джерелами фінансування для громадських медіа. Отже, спеціальні канали польських громадських медіа, які створені з цією метою, фінансуються прямо із державного бюджету Польщі, як Всесвітня служба БіБіСі (BBC).

Вчені Ц. Баназінзькі та М. Горка представили статистичні дані, за якими прибуток від реклами та спонсорської допомоги склав 67 %

загального бюджету громадських медіа в Польщі у 1999 р. Прибуток від ліцензійної плати, включаючи відсотки та збори, та від реклами та спонсорської допомоги становив 96,2 % загального прибутку цих медіа у 1999 р. [21]. Отже, лише 29,2 % річного прибутку польських громадських мас-медіа надійшло від ліцензійної плати. Т. Воронцова-Хетч надає дані, що на початку 21 століття в Польщі громадські електронні медіа на 32 % фінансувались з абонентської плати, на 37 % – від реклами, на 31 % – від спонсорства та іншого. Але субсидії від держави як правова можливість не використовувалися [22]. Зазначене свідчить про те, що громадські ЗМІ в Польщі фінансуються головним чином від реклами та спонсорської допомоги. Як Ц. Баназінзькі та М. Горка показують, “дивлячись на рекламний ринок, громадські медіа займають більше його половини” [23] у 2000 р. в Польщі. Таким чином, хоч законодавчо закріплена ліцензійна плата як головний вид прибутку для громадських медіа у Польщі, на практиці головним джерелом фінансування є реклама та спонсорська допомога. У цьому Польща наслідує приклад країн континентальної Європи, як Західної, так і Східної, створивши змішану модель фінансування громадських медіа.

Відповідно до Закону України “Про систему громадського радіо та телебачення в Україні”, громадські медіа в Україні фінансуються з ліцензійної плати. Прибуток від реклами заборонений. Додатковими формами фінансування є: державне замовлення програм, що не може перевищувати 20 % загального часу ефіру; спеціальні кампанії з метою залучення фінансування; публікація спеціальних газет та журналів, розповсюдження та продаж своєї аудіовізуальної продукції тощо. Крім того, у період першого року діяльності громадського телебачення в Україні передбачено, що воно повинно повністю фінансуватися з державного бюджету. У перші три роки кількість програм на замовлення від держави повинна поступово зменшуватись. Також передбачено невелику кількість реклами у громадянському телебаченні у період його становлення, але виключно реклама української продукції, яку повинна ухвалити Верховна Рада України.

Можна говорити про те, що в Україні законодавчо передбачено британську модель фінансування громадських медіа через прибуток від ліцензійної плати та заборони прибутку від реклами та спонсорства. Хоча теоретично такі положення є ідеальними щодо діяльності громадських медіа, але практичне їх втілення буде ускладненим через соціальні та економічні причини, як показав приклад інших країн постсоціалістичних перетворень Центральної та Східної Європи. Така система фінансування у разі її втілення приведе до значних політичних впливів на громадські медіа через залежність їх фінансування також і

від державного бюджету, що передбачене законом, а також і до невисокої якості програм суспільного телебачення через недостатність його фінансування. Таким чином, виникає сумнів щодо можливості успішного існування такої моделі фінансування громадських медіа в Україні, приймаючи до уваги економічну та соціальну складові цього процесу, а також встановлені змішані моделі фінансування в інших країнах Центральної та Східної Європи.

Звідси, фінансування громадських медіа в Польщі є змішаним. У цій тенденції Польща наслідує модель фінансування громадських медіа континентальної Європи, а не британську модель та може представляти собою загальну картину системи фінансування громадських медіа в інших постсоціалістичних країнах Європи. Більше половини прибутку громадських медіа в Польщі надходить від реклами та інших комерційних форм прибутку, а не ліцензійної плати. Отже, громадські медіа конкурують за прибутки з комерційними медіа в країні, та рівень комерційного прибутку в Польщі ближчий за показниками до не досить успішних моделей громадських медіа Греції, Португалії та Іспанії, а не Німеччини або Франції. Для того, щоб підвищити прибутки від ліцензійної плати новий закон “Про ліцензійну плату” (2005) був прийнятий у Польщі після вступу до ЄС. Тільки час покаже як фінансування громадських медіа зміниться в Польщі, якщо зміниться взагалі.

Підведемо підсумки.

Громадські медіа були створені в Польщі у 1992 р. із прийняттям Закону “Про Радіо та Телебачення”, який серед інших питань створює та регулює діяльність громадських засобів масової інформації. Польща однією з перших країн постсоціалістичної трансформації разом із Чеською та Словацькою Республіками запровадила громадські мас-медіа. В Україні закон, який створює правові рамки для запровадження громадської системи радіо та телебачення був прийнятий у 1997 р. Спільним для обох країн дослідження можна назвати політичні ускладнення в прийнятті вищезазначених законів, а відмінними є результати впровадження системи громадських медіа. Так, громадські засоби масової інформації оперують на медіа просторі Польщі, у той час як в Україні громадські медіа ще й досі фактично не існують через десять років після прийняття відповідної правової бази. На основі порівнянь існуючої моделі громадських медіа в Польщі та теоретичної моделі громадських засобів масової інформації в Україні за показниками незалежності управління та фінансування відповідних медіа, автор робить такі висновки.

Незалежність управління громадськими медіа обмежується

непрямим контролем уряду над громадськими засобами масової інформації як в Польщі, так і в Україні. У цьому аспекті обидві країни не наслідують британську модель, а менш успішні моделі Південної Європи. Крім того, така ситуація з управлінням громадських мас-медіа знаходиться у відповідності з іншими країнами постсоціалістичних трансформацій Центральної та Східної Європи. Таким чином, ситуація з політичними впливами на управління громадськими засобами масової інформації у Республіці Польща та Україні не є винятковою у порівнянні з іншими країнами регіону. Однак, в Україні теоретично розроблені правові положення системи управління громадськими медіа залишають можливість для сильних політичних впливів на діяльність громадських медіа. Занепокоєння викликає, наприклад, висока кількість представників політичних інституцій у Громадській Раді на противагу представникам громадського суспільства; не докладно розписані важливі положення закону (про Управлінську Раду, для ілюстрації), що потребують уточнення; прив'язання призначення членів до управлінських та наглядових рад з виборами у країні тощо. Отже, існує необхідність подальшого уточнення та удосконалення закону до впровадження системи громадських медіа в Україні. Щодо ситуації з незалежністю управління громадськими засобами масової інформації в Польщі, то навіть на папері регулятивна система польських громадських медіа виглядає краще, ніж в інших країнах регіону, через правову дистанцію між радами управління та політичною владою в країні. Однак, практичне втілення такої системи в Польщі показало багато її недоліків, що призвело до удосконалення деяких її положень, наприклад, відокремлення процесу призначення до рад від виборів через впровадження системи поступової ротації членів рад.

Система фінансування громадських ЗМІ в Польщі та запропонована система фінансування громадськими медіа в Україні відрізняються одна від одної. У той час як у Польщі більше половини прибутку громадських медіа надходить від реклами та інших форм комерційного прибутку, в Україні реклама в громадських медіа заборонена, та громадські медіа повинні майже повністю залежати від прибутку, що надходить від ліцензійної плати. Незважаючи на той факт, що в ідеалі прибуток від ліцензійної плати як основна форма прибутку теоретично співвідноситься з самою ідеєю громадських медіа, зважаючи на загальну економічну ситуацію в країні та рівень прибутків громадян, запропонована система навряд чи зможе бути впроваджена в життя. Найбільш вірогідним варіантом буде впровадження комерційних форм прибутку як в інших країнах

Східної та Центральної Європи, коли громадські медіа почнуть оперувати в Україні. Комерційна форма прибутку громадських медіа в Польщі дозволяє їм конкурувати з комерційними медіа на належному рівні. Однак, уряд Польщі намагається знижувати прибуток від реклами та збільшувати прибуток від ліцензійної плати тепер, коли економічна ситуація в країні стабільна, країна стала членом ЄС та намагається наблизитися до німецької моделі фінансування громадських медіа з мінімальним прибутком від реклами, а основним – від ліцензійної плати. Таким чином, можна говорити про те, що коли громадські медіа будуть впроваджені в Україні, вірогідно Україна буде йти по початковому шляху Польщі, а Польща буде намагатися ввести німецьку модель фінансування громадських медіа.

1. Kleinwachter W. From the mountains of visions to the valleys of reality: new legal frameworks for broadcasting in Eastern and Central Europe // *Canadian Journal of Communication*. – Volume 20, № 1, 1995. – P. 10. 2. Воронова-Хэтч Т.М. Журналистика Польши в 1990-х гг. – СПб.: Роза мира, 2006. – С. 117. 3. Jakubowicz K. Media in transition. The case of Poland // *Media reform. Democratizing the media, democratizing the state* (Edited by M.E. Price, B. Rozumilowicz and S.G. Verhulst). – London, New York: Routledge, 2002. – P. 222. 4. Richter A. The partial transition. Ukraine's post-communist media // *Media reform. Democratizing the media, democratizing the state* (Edited by M.E. Price, B. Rozumilowicz, and S.G. Verhulst). – London: New York, Routledge, 2002. – P. 143. 5. Richter A. Media regulation in selected countries of the former Soviet Union // *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* (Edited by J. Longham-Brown), 1998. – P. 160. 6. Richter A. The partial transition. Ukraine's post-communist media ... – P. 145. 7. Mungiu-Pippidi A. From state to public service: The failed reform of state television in Central Eastern Europe // *Reinventing media. Media policy reform in East-Central Europe* (Edited by M. Sukosd and P. Bajomi-Lazar). – Budapest: Central European University Press, 2003. – P. 46. 8. 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 dziejo'w s'rodko'w komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-1997. – Kielce: Wyzsza Szkola Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, 1998. – S. 307-325. 9. Jakubowicz K. Change in Polish media. How far to go yet? // Paletz D.L., Jakubowicz K. Business as

usual: continuity and change in Central and Eastern European media. – Cresskill, N.J.: Hampton Press, 2003. – P. 220. **10.** Там само. **11.** Mungiu-Pippidi A. From state to public service... – P. 46. **12.** Kaminski I.C. Applying Western media law standards in East Central Europe // Reinventing media. Media policy reform in East-Central Europe (Edited by M. Sukosd and P. Bajomi-Lazar). – Budapest: Central European University Press, 2003. – P. 76. **13.** Там само. – P. 77. **14.** Там само. – P. 78. **15.** Там само. – P. 79. **16.** Freedom House report on Freedom of the Press 2003 // www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf. **17.** Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України: Закон України від 1997 // www.vru.gov.ua. **18.** Kleinwachter W. From the mountains of visions to the valleys of reality ... – P. 6. **19.** The Licence Fees Act of 21 April 2005 // Official Journal “Dz. U.” № 85, Item 728. – P. 8. **20.** Mungiu-Pippidi A. From state to public service... – P. 49. **21.** Banazinski C. and Gorka M. 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 // IRIS: Legal Observations of the European Audiovisual