

**ОСОБЛИВОСТІ ПРИВАТИЗАЦІЇ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ У ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇНАХ ЄВРОПИ
(на прикладі денаціоналізації в Республіці Польща)**

Приватизація засобів масової інформації стала однією з головних складових медіа реформ у постсоціалістичних країнах Європи, яка показала всю складність та багатоаспектність загального трансформаційного процесу у сфері мас медіа. Розуміння процесів приватизації засобів масової інформації є необхідним для більш комплексної оцінки результатів медіа реформ, зокрема свободи мас медіа. Автором буде детально показаний процес приватизації засобів масової інформації у Польщі, так само як виникнення та розвиток нових медіа у даній країні, загальні тенденції приватизації медіа у країнах Центральної та Східної Європи, а також особливості приватизації сектору мас медіа.

На сьогодні Польща є країною з визнаним вільним медіа сектором. Вона була однією з перших держав, які провели швидкі і досить успішні медіа реформи у першій половині 1990-х р.р. Саме тому Польщу обрано як приклад приватизації засобів масової інформації в ході медіа реформ. Важливо зазначити, що інтерес автора полягає у першому етапі приватизації, тому період дослідження буде обмежено 1990-1995 р.р.

Для розгляду процесу та особливостей приватизації сектору засобів масової інформації, спочатку визначимо загальний термін "приватизація". 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" [1]. Крім того, зазначається, що приватизація державної власності співпадає за значенням із поняттям денаціоналізації.

В економічній літературі розглядаються особливості приватизаційного процесу, які більше стосуються взаємозв'язку загальної приватизації та приватизації сектору засобів масової інформації. Наприклад, до розуміння приватизації як "денаціоналізації" та "передачі власності у приватні руки" додається й "процес роздержавлення власності на засоби виробництва, майно, житло, землю, природні ресурси" [2].

Економіст С. Мочерний розмежовує роздержавлення економіки (тобто перехід в інші форми власності) та приватизацію власності (тобто перехід у приватну власність). На його думку, роздержавлення та приватизація не означають повсюдного переходу державних підприємств до рук приватного та колективного капіталу [3]. Економіст Г. Горланов [4] вважає приватизацію найсуттєвішою складовою роздержавлення економіки, процесом передачі або

ж продажу державного або муніципального майна у приватну власність фізичним та юридичним особам.

Деякі спеціалісти у сфері приватизації наголошують саме на різних підгрунтях для приватизації за певними характеристиками. Наприклад, Г. Горланов розмежовує країни з перехідною та традиційно функціонуючою ринковою економікою за тими цілями та завданнями, які вирішуються у ході приватизаційних процесів. На переконання науковця, вони суттєво відрізняються одне від одного. У більшості країн "пострадянського та частково постсоціалістичного простору це перш за все правове та економічне забезпечення економічної свободи суб'єктів господарювання як умови запуску ринкових механізмів" [5]. Натомість, у західних країнах процес приватизації передбачає передачу акцій від власників, які представляють державу, до рук приватних осіб в умовах уже функціонуючої ринкової економіки. Політика приватизації, що охоплювала багато країн Західної Європи у 1980-ті р.р., базувалася на ідеї, що організація господарського життя у відповідності з ринковими законами, рівноправною конкуренцією та комерціалізацією виробництва більш ефективна, ніж на основі адміністративних обмежень та регламентацій.

Економіст І. Маджор поділяє схожі до Г. Горланова думки щодо цієї проблематики. Його наступні положення мають найбільш важливе значення для розуміння тих приватизаційних процесів, які проходили у постсоціалістичних країнах загалом і в секторі мас медіа зокрема. І. Маджор тестує різні теорії приватизації та знаходить відповіді на питання дослідження у роботі "Теорії приватизації та специфічні риси східно-європейської приватизації". Перш за все він відзначає, що існує головна різниця між процесом приватизації у постсоціалістичних країнах та в будь-якій іншій країні або регіоні світу.

Наприклад, приватизація у західних країнах із ринковою економікою була проведена лише у деяких конкретних компаніях та галузях промисловості, які знаходились у державній власності. У Латинській Америці та Африці приватизація відбувалася більш масштабно, але вона проходила вже за певного досвіду існування ринкових економік у цих країнах та регіонах. Втім, випадок із приватизацією у Центральній та Східній Європі зовсім інакший, тому що країни цього регіону стояли перед іншим завданням – зміни цілої системи економіки у процесі приватизації. І. Маджор підсумовує, що "коли масова приватизація почалася у Центральній та Східній Європі, ці країни не могли покладатися на велику кількість літератури у тому, як повернути власність держави у приватні руки через те, що такої кількості літератури просто не існувало" [6].

Крім того, "приватизація у Центральній та Східній Європі є сутністю економічних трансформацій, тому що це шлях до радикальної зміни економічного устрою у цих країнах" [7]. Підсумовуючи, І. Маджор стверджує, що приватизація – це більше політичний ніж економічний процес під час систематичних трансформацій, який може бути субординований до принципів економічної раціональності. Економічні та політичні принципи

повинні бути поєднаними для того, щоб було створене теоретичне підґрунтя постсоціалістичної приватизації та економічних трансформаційних процесів [8].

Загалом приватизація вирішує в основному три головні завдання. Вона забезпечує зростання ефективності підприємств, дозволяє залучити інвестиції з метою розвитку виробництва, формулює конкурентноспроможне середовище. Хоча загальна приватизація в постсоціалістичних країнах має на меті перехід від державної до інших форм власності, існування державної власності не заперечується. Ставиться 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 розвиненою ринковою економікою, наприклад, США, Велика Британія та Франція, де залишається й певна частка державної власності серед інших форм власності.

У законодавстві України щодо власності чітко прослідковується цей аспект. По-перше, відповідно до Статті 1 Закону України "Про приватизацію державного майна" приватизація державної власності закріплена як "відчуження майна, що перебуває у державній власності, ..., на користь фізичних та юридичних осіб, які можуть бути покупцями відповідно до цього Закону, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва та залучення коштів на структурну перебудову економіки України" [9].

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 перелічуються й "інші держави, їх юридичні особи, спільні підприємства, міжнародні організації, громадяни інших держав та особи без громадянства" [10], які можуть бути суб'єктами права власності на Україні.

Звідси, державна власність допускається навіть за ринкової економіки. Але для власності на засоби масової інформації це не є прийнятним. Відомий дослідник реформ у сфері мас медіа у постсоціалістичних країнах П. О'Ніл зауважує, що "державний контроль чи то через власність, чи то через регулювання міністерством будь-якої частини мас медіа ... не відповідає стандартам незалежності у всіх моделях вільної преси" [11]. Це положення є переважаючим щодо власності на мас медіа серед дослідників та у всіх моделях функціонування засобів масової інформації при демократичному режимі.

Отже, на відміну від загальної ситуації для країни, коли певна частка державної власності може залишитися в економіці та при цьому не завадити визнанню економіки ринкової, навіть часткова державна власність на мас медіа загрожує не визнанням медіа системи як такої, що відповідає демократичній моделі. Це означає, що приватизація сектору мас медіа полягає у повному переході від державної до інших форм власності, головним чином, приватної. Зважаючи на те, що засоби масової інформації переважно у всіх соціалістичних країнах знаходились виключно у державній

власності, процес приватизації був досить складним та політично заангажованим у всіх країнах регіону.

Особливо це стосується аудіо-візуальних мас медіа, які вважаються головними засобами для впливу та маніпуляцій громадянами, тому повинні бути відмежовані від держави. При цьому дуже важливим є запровадження "суспільного" телебачення та радіо (або "громадського" радіо та телебачення – "public service media"), яке розуміється як "ідеологія незацікавленого професіоналізму, ... обережного балансування протилежних точок зору" [12] за допомогою запровадження "громадського нагляду за радіо та телемовленням для того, щоб підтримати політичний баланс" [13] між політичними силами в державі.

Демократичність засобів масової інформації досягається запровадженням принципу плюралізму, в тому числі й плюралізму щодо власників мас медіа. При цьому береться до уваги принцип "різноманітності медіа" [14]. Саме тому заохочується та схвалюється багатоманітність власників мас медіа: журналістів, міжнародних медіа компаній, національних власників, громади та інших. Навіть якщо подання інформації буде упередженим кожним із каналів від різних власників, теоретично різноманітність цих каналів уже надасть диференціацію поглядів на всі події. В свою чергу, це дасть змогу громадськості оцінювати точки зору та приймати виважене рішення щодо всіх подій та актуальних питань. І, хоча, такий принцип має свої слабкі сторони, все ж таки його можна оцінити як набагато кращий за подання інформації одним каналом або каналами інформації від одного власника.

Зауважимо, що різні власники медіа отримують неоднозначні трактування їх діяльності та впливу на медіа середовище серед дослідників. Наприклад, Т. Гобан-Клас стверджує, що замість того, щоб власниками медіа стали національні приватні власники такі як: журналісти, місцеві інвестори або соціальні організації, все більше власниками мас медіа стають міжнародні медіа конгломерати [15]. Для контрасту, П. О'Ніл говорить про те, що навіть якщо медіа знаходяться у приватній власності, власники можуть належати до економічної або політичної еліти країни [16], в чому полягає небезпека для функціонування вільних медіа в країні.

Перейдемо до аналізу загального процесу приватизації у постсоціалістичних країнах Європи. Кожна країна регіону повинна була вирішувати складне питання власності на посткомуністичну пресу. П. О'Ніл вважає, що "існувала загальна домовленість, що більшість, якщо не всі газети повинні перейти у приватну власність; але були розбіжності щодо самого процесу приватизації" [17]. С. Сплічал зауважує, що "у більшості постсоціалістичних країн конструювання плюралістичного середовища навколо друкованих засобів масової інформації склало найбільш помітний прогрес на шляху до демократизації медіа" [18].

Питання приватизації преси було вирішено по-різному у країнах регіону. Наприклад, Угорщина дуже швидко передала право приватизації своєї преси великій кількості місцевих та зарубіжних інвесторів. Для

контрасту, у Польщі було засновано незалежну комісію з питань приватизації польської преси, яка спочатку повинна була визначити вартість різних друкованих медіа, а потім обирати нових власників. У цих двох країнах "преса була віддана на свої власні ресурси і на ринкові відносини майже в одну ніч" [19]. У Чехословаччині індивідуальна ініціатива у процесі приватизації преси була набагато важливіша ніж у більшості інших країн як фінансово, так і юридично. Така сама ситуація склалася у Болгарії та Румунії. А у країнах колишньої Югославії "стреси війни або загроза війни допомогли зберігти контроль держави над друкованими засобами масової інформації" [20].

Звідси, можна вважати, що процес приватизації преси місцевими та іноземними інвесторами був успішним і доволі швидким у більшості країн Центральної та Східної Європи. Натомість, процес приватизації аудіо-візуальних медіа був довгим та складним у всіх країнах Східної та Центральної Європи. Головною причиною цього було те, що майже без винятків радіо та телебачення були у державній власності за соціалістичних часів, а телебачення вбачалося владою засобом для комунікації з народом.

Чехословаччина була першою країною серед інших країн регіону, яка прийняла відповідні законодавчі акти для утворення комерційного телебачення після повали соціалізму. Незважаючи на те, що потім те саме було зроблено у Польщі, Словенії та Румунії, аудіо-візуальні засоби масової інформації "залишилися під широким контролем держави та політичних партій у решті південно-східної Європи" (Албанія, Болгарія, Хорватія, Сербія та інші) [21]. С. Сплічал вважає, що не такі швидкі реформи відбулися у секторі радіо та телебачення в інших країнах окрім Польщі та Угорщини "або через більш повільні політичні зміни (як у Румунії та Болгарії), або через напружені національні відносини, що підтримували патерналістські або навіть авторитарні медіа системи (наприклад, Сербія або країни колишнього Радянського Союзу)" [22].

Втім, дослідники надають аргументи, що нові демократичні уряди у постсоціалістичних країнах й надалі вірили в те, що телебачення повинно слугувати інтересам держави. Хоча приватизація радіо не була таким заплутаним і ускладненим процесом як приватизація телебачення, уряди нових держав не поспішали з тим, щоб віддати контроль над сектором радіо та телебачення у приватні руки. Відомі науковці в даній сфері стверджують, що уряди проявляють тенденцію до затримки реформування уснуючої підконтрольної державі аудіо-візуальної системи. Наприклад, К. Спаркс піднімає питання про те, що політики намагаються "заснувати традиції та практику втручання у теле та радіо мовлення" [23], Д. Палетц вірить у те, що "частіше так ніж ні це приймає форму маніпуляцій для пропаганди або політичних цілей" [24]. У книзі "Комунізм, капіталізм та мас медіа" від 1998 р. К. Спаркс та А. Рідінг підсумовують: "Щоб не казали закони, політичні та економічні умови для розквіту видимого громадського теле та радіо мовлення реально не існують у Центральній та Східній Європі. Контроль над

радіо та телебаченням залишається сильно політизованим питанням у всьому регіоні" [25].

Загалом, приватизація як процес переходу від планової до ринкової економіки стосується й засобів масової інформації. Більш того, це один із найважливіших процесів у реформуванні сектора мас медіа.

Розпочнемо детальний аналіз медіа приватизації у Польщі у першій половині 1990-х р.р. У цій країні трансформаційні процеси у друкованому секторі мас медіа пройшли досить швидко та переважно успішно, як зазначають більшість фахівців у цій сфері. По-перше, процедура ліцензування газет та журналів була змінена на просту систему реєстрації у 1989 р. По-друге, були прийняті деякі важливі законодавчі акти, наприклад, з приводу відміни цензури та централізації преси.

На противагу ситуації в інших соціалістичних країнах Центральної Європи, монополія у друкованому секторі мас медіа була більш централізованою у Польщі за часів соціалізму. RSW (Prasa-Książka-Rush) – це друкарська організація, що уособлювала монополію комуністичної партії на друковані засоби медіа у соціалістичній Польщі. До кінця 1980-х р.р. вона контролювала 87% від загальної циркуляції щоденних видань та 76% тижневиків. Крім того, ця друкарська організація була монополією щодо розповсюдження газет, як національних, так й іноземних; також вона була власником більшості фірм друку. Після повалення соціалізму у Польщі перед новим урядом країни гостро постало питання про долю RSW (Prasa-Książka-Rush). Як зазначають дослідники, наприклад Т. Гобан-Клас, вибір стояв між тим, щоб націоналізувати або знищити RSW. Так, на його думку, у випадку націоналізації цієї організації, уряд Польщі міг би отримати дуже впливовий інструмент для формування суспільної думки в країні. Незважаючи на це, монополістичну друкарську організацію було знищено [26].

Законопроект "Про відміну закону про контроль публікацій, відміну контрольних органів та зміни до закону про пресу" (The Bill on the Annulment of the Law on Control of Publications and Performances, the Abolition of its Control Organs and the Change of the Press Law) став законом 11 квітня 1990 р. Він декларував категоричну заборону цензури та, у зв'язку з цим, також відміни Головного Управління Контролю та його регіональних представництв. Право власності на пресу у Польщі було визначено "Комерційним Кодом", який першопочатково було засновано у 1934 р., а пізніше до нього було додано велика кількість поправок та доповнень. Також право власності щодо друкованих мас медіа підлягало регулюванню Закону "Про кооперативи" від 1982 р. Через те, що "Комерційний Код" не містив ніяких спеціальних обмежень щодо ступеня закордонних капіталовкладень, Закон "Про ліквідацію RSW", який почав діяти від 22 березня 1990 р., встановив рекомендації щодо приватизації майна RSW [27].

Як визначає дослідник приватизаційних процесів у сфері мас медіа країн постсоціалістичного періоду Л. Гіоргі, процес ліквідації RSW та приватизації її власності "можна включити до одного з найбільш далекосяжних та успішних приватизаційних проектів у Польщі" [28].

процес приватизації преси в Польщі був майже закінчений до травня 1991 р. Тепер буде доречним розглянути ті результати, яких було досягнуто у процесі приватизації польської преси.

Загалом, пресу у постсоціалістичному просторі можемо поділити на дві відмінні одна від одної категорії, такі як: по-перше, старі видання, що були засновані ще за соціалістичних часів та пізніше приватизовані, найчастіше продані зарубіжним медіа компаніям; а, по-друге, нові видання, що з'явилися під час або після зміни політичної системи.

Регіональна та національна преса в Польщі розвивалася по-різному через нову правову та політичну ситуацію, що склалася у сфері друкованих медіа. Наприклад, нова регіональна преса розвивалася досить стрімко. До середини 1991 р. було засновано більш ніж 200 нових регіональних тижневиків. Але найчастіше вони були пов'язані з новими політичними партіями в країні, переважно з "Солідарністю".

Стан справ із національними виданнями, на противагу регіональним, був не такий прозорий. Під час соціалістичних часів у Польщі ці видання разом із телебаченням вважалися засобами пропаганди, тому кількість тижневих видань була обмежена та чітко встановлена комуністичною партією. Звідси, це була одна з головних причин того, чому зміни в національній пресі були такі повільні. Незважаючи на це, у 1993 р. в Польщі вже виходили друком 19 національних щоденних видань. "З цієї кількості десять були направлені на широкий загаль читачів, три були спортивними виданнями, існували дві селянські газети, а також два фінансових тижневика" [29].

"Газета виборча" ("Gazeta Wyborcza") стала першою важливою щоденною національною газетою в Польщі. Її власником була компанія з обмеженою відповідальністю "Агора", заснована лідерами "Солідарності". Іншою впливовою щоденною національною газетою стала "Річ Посполита" ("Rzeczpospolita"), власниками якої були члени польського парламенту та французької компанії "Соцпрес" ("Socpress"). Після певного етапу приватизації ця газета теж перетворилась у власність компанії з обмеженою відповідальністю. Потрібно зазначити, що у більшості випадків журналісти були власниками місцевих та національних газет. Але, не менш важливим є той факт, що зазвичай вони працювали з "більш багатими партнерами, особливо з комерційними банками та зарубіжними фірмами" [30].

Закордонні інвестиції у ринок польської преси проходили під наглядом Комісії з Ліквідації. Як зазначає Т. Гобан-Клас, ліквідація RSW дозволила зарубіжним інвесторам втрутитись у медіа систему Польщі. Роберт Херсан, французький медіа магнат, був найбільш успішним західним інвестором у польській ринку друкованих засобів мас медіа у першій хвилі приватизації, але до 1994 р. він продав майже всю свою медіа власність у цій країні німецьким медіа компаніям. Це призвело до того, що у першій половині 1990-х р.р. у друкованому секторі мас медіа Польщі домінував німецький капітал. На той час склалася така ситуація: "німецькі медіа компанії разом відповідають за публікації та розповсюдження приблизно 20 мільйонів

тиражу газет, цифра, яка репрезентує майже половину загальної циркуляції" [31].

Підсумовуючи, зміни у друкованому секторі мас медіа у Польщі відбулися загалом досить швидко та всіма дослідниками цих процесів, наприклад Л. Гіюргі, С. Сплічалом, вважаються успішними. Реформування правової та політичної сфер щодо цього питання було проведено доволі ефективно та швидкими темпами. Це, у свою чергу, призвело до швидких змін у економічній та ідеологічній ситуації у пресі. Старі видання були приватизовані або зарубіжними, або національними інвесторами, а також з'явилося багато нових видань з різними формами власності. І, хоча, велика кількість преси була під контролем й у власності нових політичних партій країни, зарубіжні інвестори також володіли дуже помітними частками капіталу на ринку друкованих мас медіа. Це дозволило польській пресі стати інформаційною та достатньо незалежною на цьому етапі трансформаційних процесів.

Звернімося до приватизаційної ситуації навколо аудіо-візуальних медіа у Польщі. До 1988 р. аудіо-візуальні мас медіа були під монополістичним контролем комуністичної партії Польщі. Від 1951 р. телебачення та радіо були підпорядковані Комісії з питань радіо та телебачення. Діяльність цих засобів мас медіа була врегульована Законом "Про радіо та телебачення", прийнятому у 1960 р. Зауважимо, що з кінця 1980-х р.р. особливо телебачення і, у меншій мірі, радіо були головними питанням у медіа дебатах серед влади. У порівнянні з друкованим сектором медіа, процес приватизації аудіо-візуального сектору проходив набагато повільніше, переважно тому, що питання політичного контролю та впливу на діяльність телебачення та радіо відіграло дуже помітну роль.

На початку 1990-х р.р. у Польщі відбувалися великі дебати між парламентом, сенатом та президентом з приводу проектів закону щодо діяльності радіо та телебачення у країні. Це призвело до великої затримки у прийнятті нового закону. Крім того, ця затримка була спричинена ще й впливом Римо-католицької 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. 19 грудня 1992 р. парламент нарешті прийняв новий Закон "Про радіо та телебачення" (198 голосів проти 172) із поправкою про повагу до християнських цінностей у діяльності радіо та телебачення [32].

Відповідно до закону була сформована Агенція з питань національного радіо та телебачення. Вона складалася з дев'яти членів: три представника від сейму, три від сенату та три (включаючи голову) від президента. Члени Агенції затверджувались парламентом на три роки. Головними завданнями її були нагляд за контекстом програм, встановлення цін за ліцензії, а також визначення загальної концепції для видання ліцензій приватним теле та радіомовникам. Радіо та телебачення були сформовані як акціонерна компанія Казначейства, другий телевізійний канал та радіо – як конгломерати

акціонерних компаній із включенням до складу регіональних станцій. Щодо приватного теле та радіо мовлення закон встановив, що частка закордонного капіталу не повинна перевищувати 33%, а також те, що члени правління повинні бути переважно громадянами Польщі. Міністерство зв'язку розробило легальні процедури з приводу видання приватних ліцензій [33]. Ліцензії видавалися на "період від трьох до семи років у випадку радіо станцій та від трьох до десяти років у випадку телевізійних станцій" [34].

Отже, закон про діяльність радіо та телебачення було нарешті прийнято у Польщі після довгих переговорів та дискусій між різними гілками влади. Більшість дослідників 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" [35]. Але, як стверджує Л. Гіоргі, незважаючи на затримку у прийнятті закону, розробка юридичної бази для врегулювання діяльності аудіо-візуальних засобів масової інформації, включаючи публічне телебачення та радіо, у Польщі пройшла набагато успішніше та швидше ніж у сусідніх країнах [36].

Після того, як було визначено правову та політичну ситуацію навколо аудіо-візуального сектору польських мас медіа, звернімося до огляду тих наслідків, що відбулися у цьому секторі в результаті вищезгаданих змін. Аудіо-візуальні мас медіа у Польщі розвивалися повільно під час нової політичної ситуації у країні, особливо перед прийняттям Закону "Про радіо та телебачення". Особливість цього полягала в тому, що зміни пройшли легше та більш швидкими темпами у сфері радіо, а не телебачення, навколо якого проводилися головні диспути.

Багато радіо станцій вели мовлення до демократизаційного процесу у Польщі, але більшість із них були підпільними радіо станціями. Наприклад, різноманітні радіо станції "Солідарності" та Римо-католицької церкви, "Радіо Свободи" у Європі, "The BBC", "RFI". За даними Л. Гіоргі, церковні радіо станції "були першими станціями, що стали легальними після Закону від 1989 р. "Про позицію країни щодо Римо-католицької церкви" [37].

Незважаючи на таку ситуацію, "зміна політичної системи спричинила спонтанний радіо бум" [38]. На той час приблизно 30 радіо станцій вели мовлення в країні. Причина складної ситуації навколо радіо в Польщі полягала у відсутності законодавчої бази, яка б регулювала діяльність радіо станцій, що почали з'являтися по всій країні. Саме тому багато невеликих станцій, що виникли у 1990 р., вели мовлення без ліцензії. Такі станції "називалися "піратські" станції, хоча самі себе вони називали "піонерськими" радіостанціями" [39]. Але ситуація змінилася на краще з прийняттям нового закону в той час як складнощі залишилися з регулюванням діяльності телевізійного сектору мас медіа.

Лише одній регіональній незалежній телевізійній станції було дозволено вести телемовлення на початку демократизаційного процесу у Польщі. Інші телевізійні станції знаходилися під контролем держави до прийняття Закону "Про радіо та телебачення". Саме після прийняття

вищезгаданого закону Національна рада радіо та телебачення видала одну ліцензію для мовлення національної телевізійної станції: "Перша комерційна національна телевізійна станція ПолСат (PolSat) почала вести телемовлення у 1994 р." [40]. Це був перший крок для встановлення комерційних телевізійних станцій у Польщі.

Пояснимо більше про роль Римо-католицької церкви у діяльності та встановленні аудіо-візуального сектору на засадах демократичних принципів на початку 1990-х р.р. у Польщі. Незважаючи на те, що церква втратила міцні позиції у друкованому секторі засобів масової інформації, вона досягла більших успіхів у зміцненні свого авторитету та впливу на діяльність радіо та телебачення. Т. Гобан-Клас пропонує такий погляд на це: "непрямий вплив церкви та контроль, особливо над аудіо-візуальними засобами мас медіа, є очевидним для всіх учасників медіа системи" [41]. Загально відомим є той факт, що церква приготувала комунікаційну доктрину для польських мас медіа на початку 1990-х р.р. Однак, більшість дослідників у цій сфері, наприклад С. Сплічал, К. Якубовіч та П. О'Ніл погоджуються, що новий Закон "Про радіо та телебачення" був найбільшим успіхом позицій церкви у даній сфері через поправку до закону про повагу до християнських цінностей теле та радіо мовниками. Також "непрямий вплив церкви можна було побачити у процесі видання ліцензій новим радіо та телевізійним мережам" [42]. Для прикладу, церковному радіо "Марія" було надано ліцензію на ведення мовлення у національному масштабі. Отже, церква відіграла важливу роль у трансформаційному процесі у аудіо-візуальному секторі так само як і в інших секторах мас медіа у Польщі.

Підсумовуючи перетворення у аудіо-візуальному секторі мас медіа Польщі, зміни у секторі телебачення та радіо були не такими швидкими та успішними через достатньо пізнє прийняття Закону "Про радіо та телебачення". Така затримка була спричинена спробами всіх учасників нової політичної ситуації у країні, включаючи Римо-католицьку церкву, впливати та контролювати аудіо-візуальні мас медіа. Втім, потрібно зазначити, що радіо почало змінюватись відповідно до нового процесу демократизації медіа швидше ніж телебачення.

Таким чином, аналіз приватизації засобів масової інформації у постсоціалістичних країнах Європи, зокрема у Польщі, дозволяє зробити наступні висновки:

По-перше, завдання приватизації мас медіа мають певні особливості у порівнянні з загальними цілями приватизації у постсоціалістичних країнах. Зокрема, функціонування медіа у демократичній моделі не передбачає державну власність на засоби масової інформації, особливо на аудіо-візуальні мас медіа, хоча у багатьох інших секторах економіки існування державної власності практикується навіть за розвинутої ринкової економіки.

По-друге, приватизація мас медіа у постсоціалістичних країнах Європи проходила у два етапи: спочатку перетворення у друкованому секторі, а потім у аудіо-візуальному секторі засобів масової інформації. Це було зумовлено політичними протистояннями навколо телебачення та радіо, що

пояснюється небажанням влади втратити контроль над цими важливими засобами комунікації з народом та впливу на нього.

По-третє, у Польщі, яка вважається прикладом успішних та швидких трансформацій медіа системи, як і в інших країнах приватизація мас медіа проходила у два етапи. Приватизація друкованих засобів масової інформації була завершена на початку 1990-х р.р., але на цьому етапі головним чином власниками стали політичні партії, особливо "Солідарність"; із зарубіжних інвесторів переважали німецькі медіа конгломерати. Це порушувало принцип плюралізму джерел надходження інформації, тому потребувало змін у майбутньому. Приватизація телебачення та радіо виявилася складним політичним процесом. Крім того, особливістю Польщі стало те, що до протистоянь навколо аудіо-візуальних медіа приєдналась Римо-католицька церква, що відстоювала власні інтереси у цій сфері. Загалом, це призвело до значної затримки приватизації радіо та телебачення у Польщі на першому етапі трансформаційних перетворень.

1. Большой юридический словарь (Под ред. А.Я. Сухарева, В.Д. Зорькина, В.Е. Крутских). – М.: ИНФРА-М, 1998. – С. 544. 2. Райсберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997. – С. 258. 3. Мочерний С.В. Основи економічних знань. – К.: Феміна, 1995. – С. 297. 4. Горланов Г.В. Приватизация // Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов (Общ. ред.: д. э. н., проф. Кушлин В.Н., д.э.н., проф., член-корр. РАН Чичканов В.П.). – М.: РАГС, 2004. 5. Там само. – С. 479. 6. Major I. Theories of privatization and the specific features of East European privatization // East European Politics and Societies, Volume 12, No. 1, Winter, 1999. – С. 44. 7. Там само. – С. 54. 8. Там само. – С. 55. 9. Закон України "Про приватизацію державного майна" від 04.03.1992 // www.vru.gov.ua 10. Закон України "Про власність" від 07.02.1991 // www.vru.gov.ua 11. O'Neil P.H. Post-communism and the media in Eastern Europe. – London: Frank Cass, 1997. – С. 20. 12. Curran J. Rethinking the Media as a Public Sphere // Dahlgren P., Sparks C. (eds.) Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere. – London and New York: Routledge, 1991. – С. 42. 13. Там само. – С. 30. 14. Hoffmann Riem W. Regulating Media.- The Guilford Press, New York, 1996. 15. Goban-Klas T. The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1994. – С. 25. 16. O'Neil P.H. Communicating democracy: the media and political transitions. – Boulder, Col.: L. Rienner, 1998. 17. Там само. – С. 113. 18. Splichal S. Media beyond socialism: theory and practice in East-Central Europe. – Boulder: Westview Press, 1994. – С. 33. 19. Там само. – С. 36. 20. O'Neil P.H. Communicating democracy: the media and political transitions. – Boulder, Col.: L. Rienner, 1998. – С. 115. 21. Там само. – С. 119. 22. Splichal S. Media beyond socialism: theory and practice in East-Central Europe. – Boulder: Westview Press, 1994. – С. 55. 23. Sparks C., Reading A. Communism, capitalism and the mass

media. – London: Sage Publications, 1998. – C. 157. **24.** Paletz D.L., Jakubowicz K., Novosel P. Glasnost and after: media and change in Central and Eastern Europe. – Cresskill, N.J.: Hampton Press, 1995. – C. 40. **25.** Sparks C., Reading A. Communism, capitalism and the mass media. – London: Sage Publications, 1998. – C. 171. **26.** Goban-Klas T. The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1994. – C. 220. **27.** Liana G. Post – socialist Media: What Power the West? The changing media landscape in Poland, Hungary and the Czech Republic. – Biddles Short Run Books, 1995. – C. 19. **28.** TAM CAMO. – C. 80. **29.** Goban-Klas T. The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1994. – C. 221. **30.** TAM CAMO. – C.222. **31.** Liana G. Post – socialist Media: What Power the West? The changing media landscape in Poland, Hungary and the Czech Republic. – Biddles Short Run Books, 1995. – C. 5. **32.** TAM CAMO. **33.** TAM CAMO. – C. 21. **34.** Paletz D.L., Jakubowicz K., Novosel P. Glasnost and after: media and change in Central and Eastern Europe. – Cresskill, N.J.: Hampton Press, 1995. – C. 142. **35.** Goban-Klas T. The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1994. – C. 246. **36.** Liana G. Post – socialist Media: What Power the West? The changing media landscape in Poland, Hungary and the Czech Republic. – Biddles Short Run Books, 1995. – C. 20. **37.** TAM CAMO. – C. 80. **38.** Goban-Klas T. The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1994. – C. 227. **39.** TAM CAMO. – C.228. **40.** Liana G. Post – socialist Media: What Power the West? The changing media landscape in Poland, Hungary and the Czech Republic. – Biddles Short Run Books, 1995. – C. 24. **41.** Goban-Klas T. The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1994. – C. 139. **42.** TAM CAMO. – C. 240.