

РЭПАЛАНІЗАЦЫЯ СУЧАСНЫХ ПОЛЬСКІХ МЕДЫЯ: ПЕРАДУМОВЫ І ПРЫЧЫНЫ

Я. Ф. Конеў

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
бул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
egorkonev1970@gmail.com*

Прадметам разгляду з'яўляецца сучасны медыйны ландшафт Рэспублікі Польшча ва ўмовах абвастрэння ўнутрыпалітычнай барацьбы ў сувязі з чарговымі прэзідэнцкімі і парламенцкімі выбарамі. Абвешчаная кампанія па рэпаланізацыі медыя абумоўлена фактычным кантролем нямецкіх медыягруп над інфармацыйнай прасторай Польшчы на працягу апошніх дзесяцігоддзяў. Але фактычна прычынай дэклараванай ініцыятывы з'яўляецца барацьба палітычных партый за кантроль над уплывовымі медыярэсурсамі з мэтай перамогі на выбарах у 2023 годзе. Разам з тым імкненне кіраўніцтва Польшчы вярнуць пад дзяржаўны кантроль нацыянальныя медыя сведчыць пра новы этап барацьбы за «інфармацыйны суверэнітэт», уласцівы краінам Цэнтральнай і Усходняй Еўропы на працягу апошніх трыццаці гадоў.

Ключавыя словы: медыя Рэспублікі Польшча; рэпаланізацыя; форма ўласнасці; «інфармацыйны суверэнітэт»; кантроль над медыярынкам.

REPOLANIZATION OF MODERN POLISH MEDIA: PREREQUISITES AND REASONS

E. F. Konev

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. F. Konev (egorkonev1970@gmail.com)*

The subject matter is the modern media landscape of the Republic of Poland in the face of increasing internal political struggle caused by the upcoming presidential and parliamentary elections. The announced campaign to repolitize the media is due to the actual control of German media groups over the information space of Poland over the past three decades. But in fact the reason for the declared initiative is the struggle of political parties for control over influential media resources in order to win the elections in 2023. At the same time, the desire of the Polish leadership to return the national media to state control shows the

beginning of a new stage in the struggle for «information sovereignty» typical for the countries of Central and Eastern Europe over the past thirty years.

Key words: media of the Republic of Poland; repolanization; form of ownership; «information sovereignty»; control over the media market.

На сёлетніх прэзідэцкіх выбарах у Польшчы вылучэнец партыі «Права і справядлівасць» Анджэй Дуда перамог у другім туры свайго апанента Рафала Тшаскоўскага з мізэрнай перавагай. Дробная (на ўзроўні 2 % галасоў выбаршчыкаў) перавага А. Дуды (дарэчы, аналагічная яго перамозе на выбарах 2015 г.) тлумачылася ягонымі прыхільнікамі тым, што праціўнікі цяперашняга прэзідэнта Польшчы дзейнічалі «пад патранатам замежных медыя немаведама ў якіх інтарэсах». Маўляў, за праціўнікамі А. Дуды тояцца «гіганцкія грошы ды інфармацыйны дыктат» [1]. Пры гэтым ніхто з публічных палітыкаў доўгі час не адважваўся шчыра прызнаць, што пад «дыктатам» маецца на ўвазе фінансавы кантроль нямецкіх медыяканцэрнаў над большасцю польскіх сродкаў масавай інфармацыі ды камунікацыі. Дадзеная акалічнасць мела гістарычныя перадумовы.

Пасля краху сацыялістычнага ладу на мяжы 80–90-х гг. XX ст., скасавання цэнзуры і самаліквідацыі дзяржаўнай манаполіі на медыя пазбаўленая датацый сістэма СМІ Польшчы апынулася на мяжы выжывання. У такіх умовах фінансавая і арганізацыйна-тэхнічная дапамога заходнееўрапейскіх медыяканцэрнаў паспрыяла бязболейвай эвалюцыі нацыянальных выданняў, тэле- і радыёканалаў. «Замежны капітал, размясціўшы свае сродкі ў польскія СМІ, уратаваў інфармацыйную сістэму краіны» [2, с. 156]. Дзякуючы буйным доўгатэрміновым інвестыцыям нямецкіх медыяканцэрнаў «Шпрингер ферлаг», «Пасау», «Баўэр-ферлаг», «Бурда ферлаг», «Грунер унд Яр ферлаг», а таксама нарвежскай медыягрупы «Оркла-прэс» і швейцарскай «Марквард» у польскіх медыя хутка ўкараняліся найноўшыя тэхналогіі, развіваліся мабільная і інтэрнэт-сувязь, а таксама лічбавыя тэлебачанне і радыёвяшчанне, мадэрнізаваліся паліграфічныя прадпрыемствы і стыль рэдакцыйнай дзейнасці. Разам з бурным развіццём камерцыйнага тэлебачання, дзейнасць якога грунтавалася на рэкламе і дабрачыннасці польскіх прадпрымальнікаў, трансфармавалася грамадскае тэлебачанне, якое адыграла значную ролю ў ажыццяўленні эканамічных пераўтварэнняў і ўмацоўвала грамадскую згоду. У выніку польская інфармацыйная сістэма не зведала масавага беспрацоўя. Прафесія

журналіста ў польскім грамадстве належыць да шэрагу такіх аўтарытэтных, як, напрыклад, святара або вайскоўца. «Журналісты разняволены ў выказванні ўласных думак, а рэдактары даюць ім поўную свабоду ў выбары тэмы. Аднак юрыдычная адказнасць за дакладнасць інфармацыі ляжыць выключна на асобе аўтара, а не выдання, якое яго апублікавала» [3]. Аднак фінансавая ўстойлівасць польскіх прынт-медыя «забяспечваецца перш-наперш знаходжаннем 87 % друку Польшчы ва ўласнасці заходнееўрапейскіх канцэрнаў» [4]. Напрыклад, замежныя ўласнікі з'яўляюцца фундатарамі самай папулярнай на дадзены момант газеты – «Fakt Gazeta Codzienna», самага папулярнага часопіса – польскамоўнай версіі «Newsweek», а таксама найбуйнейшага інтэрнэт-рэсурсу – «Wp.pl».

Здавалася б, для Федэратыўнай Рэспублікі Германіі, якая пасля інкарпарацыі ў свой склад Германскай Дэмакратычнай Рэспублікі ў 1990 г. увайшла ў паласу франтальнага эканамічнага крызісу, фінансавыя ўкладанні ў медыя суседняй Польшчы з'яўляліся сумнеўнай справай. Але ў дадзеным выпадку нямецкі бок кіраваўся доўгатэрміновым разлікам – кантроль над польскімі медыя паспрыяў відавочнаму ўплыву на эканоміку і ўнутраную палітыку Польшчы. Нямецкія прадпрыемствы атрымалі буйны спажывецкі рынак, а нямецкі ўрад – прадказальных палітычных партнёраў. У выніку нямецкая эканоміка здолела ўжо да канца XX стагоддзя выйсці з крызісу і амаль на два дзесяцігоддзі зрабіцца лакаматывам эканамічнага развіцця ўсяго Еўрапейскага Саюза.

Праблема фінансавай залежнасці нацыянальных медыя ад замежных інвестараў фактычна не агучвалася ў інфармацыйнай прасторы Польшчы аж да сярэдзіны 10-х гг. XXI ст., паколькі амаль чвэрць стагоддзя сацыяльна-эканамічная трансфармацыя краіны ажыццяўлялася за кошт крэдытаў нямецкіх банкаў. Толькі ў 2015 г. напярэдадні прэзідэнцкіх выбараў старшыня папулярнай у Польшчы партыі «Права і справядлівасць» Яраслаў Качыньскі заявіў, што прыспела пара для рэпалітацыі польскіх медыя – мелася на ўвазе працэдура выкупу кантрольных пакетаў акцый тых ці іншых выданняў, тэле- і радыёканалаў ды перадача іх грамадзянам Польшчы. І хоць гэтая ініцыятыва тады не сталася трэндам, яна ў пэўнай ступені паспрыяла перамозе (з мізэрнай перавагай) на выбарах прадстаўніка «Права і справядлівасці» Анджэя Дуды над тагачасным прэзідэнтам Польшчы Браніславам Камароўскім. Неўзабаве праект закона пра

рэпаланізацыю быў замаруджаны апазіцыяй амаль на пяць гадоў, пакуль сёлета Я. Качыньскі зноў не надаў яму публічнасць, заявіўшы, што «належаць правесці рэпаланізацыю да канца бягучага тэрміну Сейма, а на валоданне замежнымі ўласнікамі долі ў польскіх СМІ пакінуць ліміт у 15 %» [5].

У адрозненне ад выбараў 2015-га, цяпер рэпаланізацыя СМІ сталася самай актуальнай тэмай у рыторыцы А. Дуды ў час перадвыбарчай кампаніі. Лозунг «Трэба абмежаваць уплыў замежных медыяканцэрнаў на сітуацыю у краіне!» прывабіў галасы той кансерватыўнай часткі выбаршчыкаў, якой хапіла яму для перамогі ў другім туры. Зараз пераабраны Прэзідэнт Польшчы і яго прыхільнікі ў Сейме плануюць надаць рэпаланізацыі нацыянальных медыя заканадаўчы статус да 2023 г. – часу чарговых выбараў у парламент. Аднак шматлікія апаненты партыі «Права і справядлівасць» і яе лідара Яраслава Качыньскага, якога называюць «ценьявым прэзідэнтам», небеспадстаўна сцвярджаюць, што дэклараваны тэзіс «польскія медыя павінны належаць палякам» толькі на першы погляд прадыхтаваны пачуццём нацыянальнай годнасці, а насамрэч крывадушны. Паколькі Польшча – парламенцкая рэспубліка, то ўрад фарміруецца партыяй, якая на выбарах здабудзе большасць мандатаў у Сейм. Зараз шанцы «Права і справядлівасці» на поспех у 2023-м ацэньваюцца як мізэрныя – партыя трывала крытыкуецца журналістамі самых розных медыя за рэтраграднасць і дачыненні да правоў сексуальных меншасцяў, імігрантаў ды інш. Менавіта жаданнем узяць інфармацыйную прастору пад кантроль, каб маніпуляваць грамадскай думкай на сваю карысць, і прадыхтавана імкненне партыі Я. Качыньскага адрываць нямецкія канцэрны ад валодання польскімі друкаванымі і аўдыявізуальнымі СМІ. Такім чынам, на думку апазіцыі, «незалежным ад уладаў польскім медыя пагражае адзяржаўленне або замена ўласніка на лаяльнага» [6]. Акрамя рэдакцый рэгіянальных выданняў, якія фарміруюць палітычным светапогляд правінцыйнай аудыторыі, «Права і справядлівасць» мае намер узяць пад кантроль тэлевізійны холдынг TVN, які належыць амерыканскаму «Discovery» і ўжо шмат гадоў займае непрымірымую пазіцыю да праўрадавай партыі ў Сейме. Занепакоеная апазіцыя мяркуе, што TVN можа паўтарыць лёс расійскага холдынга НТВ у пачатку 2000-х гг. і далей краіну чакае дыктатура, якая адгародзіцца ад цывілізаванага свету і асудзіць народ на галечу.

Панічныя настроі польскай апазіцыі ў значнай ступені падзяліла кіраўніцтва Еўрапейскага Саюза. Так, на ліпеньскім саміце дзяржаў-членаў ЕС, які быў прысвечаны ўзгадненню бюджэту арганізацыі на 2021–2027 гг., ішла гаворка пра дабрачынную дапамогу ў памеры 500 мільярдаў еўра краінам, якія найболей пацярпелі ад каронавіруса. Аднак прадстаўнікі Аўстрыі, Швецыі, Даніі і Фінляндыі прапанавалі значна ўрэзаць дапамогу Польшчы, паколькі, маўляў, кіруючая партыя «Права і справядлівасць» усё далей адхіляе сваю краіну ад стандартаў прававой дзяржавы, спярша ўзяўшы пад кантроль судовую сістэму, а цяпер і зрабіўшы замах на незалежнасць медыя. У выніку перад партыяй Я. Качыньскага паўстала дылема: або сысці праз тры гады ў апазіцыю, або застацца пры ўладзе ў краіне з аслабелай пасля пандэміі эканомікай.

Пакуль што першы варыянт падаецца найбольш верагодны, аднак трэба ўлічваць, што ініцыятыва рэпаланізацыі пры ўсёй відавочнай палітызаванасці адлюстроўвае праблему, ужо даўно ўласцівую краінам Цэнтральнай і Усходняй Еўропы – фінансавы кантроль замежных медыякарпарацый над іхняй інфармацыйнай прасторай. У складаны перыяд трансфармацыі сацыяльна-эканамічнай сістэмы напрыканцы XX ст. у фактычную уласнасць нямецкіх, французскіх, англійскіх і амерыканскіх холдынгаў патрапілі спярша традыцыйныя, а потым і новыя медыя Чэхіі, Балгарыі, Румыніі, Венгрыі, Сербіі ды інш. Як і ў выпадку з Рэспублікай Польшча, у згаданых дзяржавах фінансавы кантроль над нацыянальнымі медыя спалучаецца з ускосным кантролем над знешняй і ўнутранай палітыкай. І хаця дагэтуль праблема набыцця рэальнага «інфармацыйнага суверэнітэту» мела публічны рэзананс толькі ў Польшчы, тым не менш гэта стварыла прэцэдэнт для таго, каб з цягам часу барацьба за скасаванне замежнага кантролю над нацыянальнымі медыя разгарнулася і ў іншых дзяржавах Усходняй Еўропы, магчыма, з больш верагоднымі шанцамі на поспех.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Власти Польши обещают реполонизировать прогерманские СМИ к 2023 году // EurAsia Daily. 2020. 20 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://easaily.com/ru/news/vlasti-polshi-obeshchayut-repolonizirovat-progermanskie-smi-k-2023-godu> (дата обращения: 25.07.2020).
2. Евсеева Л. П. Медиа Польши на рубеже XX–XXI веков. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2014. 192 с.

3. *Мостовая Д.* 8 фактов о медиа-рынке в Польше // Firma.ru. 2017. 27 авг. [Электронный ресурс]. URL: http://firma.ru/data/s_opinion/74553/ (дата обращения: 24.07.2020).
4. *Евсеева Л. П.* Польские медиа в конкурентной борьбе // Медиаскоп. 2005. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru> (дата обращения: 26.07.2020).
5. Длинные руки консервативной Варшавы: немцев выгоняют из польских СМИ // Baltnews.lt. 2020. 20 июля [Электронный ресурс]. URL: https://baltnews.lt/mir_novosti_/20200720/1020069819/Dlinnye-ruki-konservativnoy-Varshavy-nemtsev-vygonayut-iz-polskikh-SMI.html (дата обращения: 27.07.2020).
6. *Преображенский И.* Варшава учится у Москвы глушить «вражеские голоса» // Rosbalt.ru. 2020. 21 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosbalt.ru/blogs/2020/07/20/1854645.html> (дата обращения: 28.07.2020).

NEW MEDIA: ФИЛОСОФИЯ «СМЫСЛОВ»

Е. И. Кононова¹⁾, И. И. Лещинская²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kononovaelena@mail.ru,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
liracom@yandex.ru*

В статье рассматривается современное прочтение философского определения социального пространства, в котором определенную нишу занимают новые медиа. Функции средств массовой информации расширяются вследствие активного использования интернета и новых медиа в странах мира. Социологические исследования в Беларуси констатируют быстрый рост интернет-пользователей, в первую очередь из молодежной аудитории, активность белорусских блогеров, их влияние на формирование общественного мнения. Результаты исследования показывают увеличение публикаций на актуальные темы жизни белорусского общества, популярность новых медиа. Это позволяет сделать вывод о серьезном влиянии новых медиа на социальную активность белорусов, вовлечение населения Беларуси в современный информационный мейнстрим.

Ключевые слова: новые медиа; средства массовой информации; социальное пространство; интернет-пользователь; блогер; общественное мнение.