

Palagniuk, Juliana

Specyfika reformowania rynku medialnego Ukrainy : osiągnięcia, problemy i perspektywy

Rocznik Prasoznawczy 2, 39-55

2008

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

SPECYFIKA REFORMOWANIA RYNKU MEDIALNEGO UKRAINY: OSIĄGNIĘCIA, PROBLEMY I PERSPEKTYWY

STRESZCZENIE

Ukraina po proklamowaniu niepodległości w 1991 roku rozpoczęła demokratyczne przemiany we wszystkich dziedzinach życia społecznego. Jednym z priorytetowych kierunków stało się reformowanie rynku środków masowego komunikowania. Artykuł ten stanowi przegląd skutków reformy mediów na Ukrainie w takich dziedzinach, jak: podstawy prawne funkcjonowania mediów, aspekty ekonomiczne ich funkcjonowania oraz wzajemne relacje między mediami masowymi i polityką.

Terminy „media”, „media masowe”, „środki informacji masowej” oraz „środki masowego komunikowania” w niniejszych rozważaniach rozumiane są jako synonimy.

SŁOWA KLUCZOWE: Ukraina, rynek medialny, prasa, radio, telewizja, internet.

Na początku demokratycznych przemian Ukraina tworzyła nową bazę prawną dla funkcjonowania wolnych i niezależnych środków masowej informacji. Przyjęto całą grupę aktów prawnych, regulujących wszystkie aspekty działalności mediów masowych, od mediów drukowanych po elektroniczne i nowe technologie. W tym procesie pewną rolę odegrały także presja organizacji międzynarodowych i zobowiązania wynikające z porozumień międzynarodowych (ONZ, Rady Europy itd.).

W artykule 34 Konstytucji Ukrainy, która została przyjęta 28 czerwca 1996 roku, zapisano, że „każdemu zapewnia się prawo do wolności myśli i słowa, do swobodnego wyrażania swoich poglądów i przekonań”¹. Oprócz tego, każdy ma prawo do swobodnego gromadzenia, przechowywania, wykorzystywania i rozpowszechniania informacji ustnie, pisemnie lub inną drogą – według własnego uznania. Ważne jest, że w części trzeciej artykułu 15 Konstytucji Ukrainy zakazuje się cenzury.

¹ Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року: Офіційне видання. - К.: Українська правнича фундація 1996, с. 62.

MEDIA DRUKOWANE

Rynek drukowanych środków masowego komunikowania jest regulowany przede wszystkim przez następujące akty prawne: Ustawę „O drukowanych środkach masowej informacji (prasie) na Ukrainie” (1992), Ustawę „O informacji” (1992), Ustawę „O agencjach informacyjnych”(1995). Głównym aktem prawnym dla prasy jest Ustawa „O drukowanych środkach masowej informacji (prasie) na Ukrainie”, która została przyjęta przez Radę Najwyższą Ukrainy w rok po ogłoszeniu niepodległości kraju. Ustanawia ona ramy prawne dla drukowanych środków masowego komunikowania i zapewnia swobodę ich działalności. Dla przykładu, ustawa ta zabrania cenzury oraz zapewnia swobodne wyrażanie poglądów każdego człowieka. Prócz tego w ustawie określono, że media drukowane powinny być wolne i wszelkie organy, które wykorzystują cenzurę, są zakazane (artykuł 1 i 2 ustawy)². Znany rosyjski badacz prawodawstwa medialnego krajów byłego Związku Radzieckiego, A. Richter, ocenił główną ustawę o prasie na Ukrainie jako „najbardziej dalekowzroczny akt prawny dla mediów drukowanych od czasów niepodległości”³. Tak więc ustawa ta jest dość innowacyjna dla czasu, w którym powstała i bliska międzynarodowym i europejskim standardom wolności słowa.

MEDIA AUDIOWIZUALNE

Działalność audiowizualnych mediów masowych na Ukrainie regulowana jest przede wszystkim przez następujące akty prawne: Ustawa „O telewizji i radiofonii” (1993), Ustawa „O systemie publicznej radiofonii i telewizji Ukrainy” (1997), Ustawa „O Krajowej Radzie do spraw telewizji i radiofonii” (1997), Ustawa „O prawach autorskich i pokrewnych” (1994), Ustawa „O komunikacji” (1995).

W porównaniu z Polską i wieloma innymi krajami Europy Środkowej i Wschodniej, na Ukrainie nie miały miejsca intensywne debaty polityczne dotyczące przyjęcia nowej ustawy o telewizji i radiofonii. Ustawa „O telewizji i radiofonii” została przyjęta w roku 1993 i weszła w życie w roku 1994. Ukraina była jednym z trzech krajów byłego Związku Radzieckiego (obok Mołdawii, która przyjęła analogiczną ustawę w 1995 roku i Tadżykistanu – w 1996 roku), które przyjęły nowe prawo dotyczące mediów audiowizualnych przed rokiem 2000, czyli w ciągu niecałej dekady od początku demokratycznych przemian w byłych republikach radzieckich. Ten pozytywny obraz zreformowania systemu sektora audiowizualnego mediów masowych można zakwestionować, jeśli spojrzeć na treść samej ustawy. Równoległe z wprowadzeniem własności prywatnej radia i telewizji pozostaje własność państwowa kanałów, mających największy zasięg terytorialny i największą publiczność, na przykład kanału telewizyjnego «UT – 1» czy większości kanałów regionalnych. Przyjęcie nowego aktu prawnego do regulowania mediów elektronicznych nie doprowadziło do aktywnych de-

² Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» // Голос України. – 1992. – 8 грудня.

³ A. Richter, *The partial transition. Ukraine's post-communist media [w:] Media reform. Democratizing the media, democratizing the state*, (eds. Monroe E. Price, Beata Rozumilowicz, and Stefaan G. Verhulst), London: New York, Routledge 2002, s. 138.

bat politycznych, jak miało to miejsce w innych byłych krajach socjalistycznych Europy, gdyż elity polityczne pozostawiły niektóre media audiowizualne we własności państwowej bądź samorządowej, a przede wszystkim w strefie własnych wpływów.

Potwierdzeniem powyższego stanu rzeczy była z pewnością walka polityczna, jaką prowadzono w Ukrainie przed przyjęciem Ustawy „O systemie telewizji i radiofonii publicznej Ukrainy” w 1997 roku. A. Richter opisuje ten proces następująco: „Po debatach między Parlamentem i Prezydentem na temat niektórych postanowień ustawy o mediach publicznych, Ukraina przyjęła w końcu ustawę, która tworzy bazę prawną do stworzenia publicznej telewizji i radiofonii”⁴. Nie dziwi, że przyjęcie tego aktu bywa nazywane „intrygującym rozwojem” prawodawstwa Ukrainy w sferze mediów audiowizualnych, ponieważ wprowadził on publiczne elektroniczne media masowe na podstawie kanałów państwowych. Możliwość utraty państwowych mediów audiowizualnych jako sposobu wpływania na publiczność sprowokowała intensywne debaty wśród elit politycznych Ukrainy. Dlatego też utworzenia podstaw prawnych dla funkcjonowania mediów audiowizualnych nie można nazwać do końca udanym. Choć Ustawa „O telewizji i radiofonii” została przyjęta dość szybko po rozpoczęciu demokratycznych przemian w kraju, to niektóre ważne postanowienia, na przykład dotyczące denacjonalizacji elektronicznych środków masowego komunikowania i stworzenia mediów publicznych, nie zostały włączone do ustawy.

Sędzia Sądu Najwyższego Ukrainy I. Dombrowski⁵ zwraca uwagę na to, że baza prawna regulująca rynek medialny Ukrainy nie nadąża za wymaganiami samego rynku. Według niego, niektóre normy ustaw są sprzeczne z Konstytucją Ukrainy, nie są też zgodne z innymi ustawami i stosunkami w społeczeństwie. Jednak na etapie początkowym tworzenia nowych podstaw prawnych dla funkcjonowania środków masowego komunikowania Ukraina dość szybko przyjęła trzy akty prawne: Ustawę „O drukowanych środkach masowej informacji (prasie) w Ukrainie” (1992), Ustawę „O informacji” (1992) oraz Ustawę „O telewizji i radiofonii” (1993). Przyjęcie takich ustaw jako podstaw nowych regulacji sfery medialnej było przewidziane jeszcze przez reformatorów czasów pierestrojki Związku Radzieckiego, a realizację idea ta znalazła później jedynie na Ukrainie. Choć początkowo fakt ten był rozpatrywany jako osiągnięcie Ukrainy w efektywnym budowaniu podstaw prawnych dla rynku medialnego, to reformowanie tej sfery wg planów pierestrojki, a nie zgodnie z nowymi realiami, okazało się krótkowzroczne i później doprowadziło do konieczności zrewidowania regulacji medialnych w kraju. Można więc mówić o tym, że Ukraina dość szybko, choć nie dość efektywnie, stworzyła prawne podstawy dla funkcjonowania mediów. Jednak należy również spojrzeć na te zmiany na rynku mediów masowych, które miały miejsce w wyniku zmian regulacji tej sfery.

⁴ A. Richter, *Media regulation in selected countries of the former Soviet Union* [w:] *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* (ed. Jo Longham-Brown), 1998, s. 160.

⁵ Домбровський І.П. Взаємовідносини з пресою: правові та моральні аспекти // *Журналіст України*. – 2003. – № 6.

ASPEKTY EKONOMICZNE FUNKCJONOWANIA MEDIÓW NA UKRAINIE

Według danych Krajowej Rady do Spraw Radiofonii i Telewizji dotyczących stanu na 31 grudnia 2005 roku, na Ukrainie było zarejestrowanych 1268 organizacji radiowo-telewizyjnych, w tym 647 stacji telewizyjnych, 524 radiostacji; 97 stacji radiowo-telewizyjnych. Na Ukrainie istnieje 14 ogólnokrajowych kanałów telewizyjnych i 12 radiostacji. Funkcjonują też 183 sieci kablowe, z których usług korzysta ponad 4,7 mln abonentów (w przybliżeniu daje to ponad 14,1 mln widzów). Według stanu na 13 września 2005 roku, według danych Państwowego Komitetu do Spraw Telewizji i Radiofonii, było zarejestrowanych 22 794 periodycznych wydawnictw: 9948 ogólnokrajowych, regionalnych albo zagranicznych i 12 846 lokalnych. Z 9948 mediów drukowanych, zarejestrowanych jako ogólnokrajowe, 3809 stanowią gazety, 4626 czasopisma, 381 biuletyny, 77 almanachy, 816 zbiory, 185 kalendarze, 54 wyciągi. Dużą część drukowanych wydawnictw periodycznych o zasięgu lokalnym stanowią gazety – 10 740 tytułów, czasopism i wydawnictw podobnego typu jest 2106⁶.

Ciekawe jest prześledzenie dynamiki rozwoju medialnego rynku na Ukrainie od roku 2001 do 2005. Według danych międzynarodowej organizacji Freedom House – w roku 2001 było 8300 mediów drukowanych i 516 stacji radiowych i telewizyjnych⁷. W roku 2005 – według danych Ukraińskiej Grupy Helsińskiej – istniało już 9948 mediów drukowanych i 1268 stacji radiowych i telewizyjnych. Obserwuje się więc tendencje do zwiększania ilości drukowanych i audio-wizualnych środków masowego komunikowania.

Można też porównać rynek medialny w Polsce i Ukrainie według rozpowszechnienia poszczególnych rodzajów mediów masowych (patrz: tablica 1), ponieważ i Polska, i Ukraina są jednymi z największych państw Europy pod względem powierzchni (312,685 km² – Polska i 603,700 km² – Ukraina), jak również pod względem zaludnienia (38,635 mln ludności w Polsce i 47,425 mln ludności na Ukrainie).

Tabela 1: Rozpowszechnienie mediów na Ukrainie i w Polsce w roku 2001⁸

	Ukraina	Polska
Ilość gazet codziennych	44	55
Ilość radiodbiorników na 1000 mieszkańców	882	522
Ilość telewizorów na 1000 mieszkańców	353	337
Ilość komputerów osobistych na 1000 mieszkańców	13.8	43.9

⁶ Права людини в Україні – 2005. Доповідь правозахисних організацій. /За ред. С. Захарова, І. Рапп, В. Яворського./ Українська Гельсінська спілка з прав людини, Харківська правозахисна група. – Харків: Права людини, 2006.

⁷ Freedom House Report on Media Freedom – 2001, 2003.

⁸ Права людини в Україні – 2005. Доповідь правозахисних організацій. /За ред. С. Захарова, І. Рапп, В. Яворського./ Українська Гельсінська спілка з прав людини, Харківська правозахисна група. – Харків: Права людини, 2006.

Według danych z 2001 roku, na tysiąc mieszkańców w obu krajach przypada w przybliżeniu jednakowa ilość użytkowników telewizji. Jednak w stosunku do innych mediów różnica jest widoczna: na Ukrainie na jednego mieszkańca przypada więcej radiodbiorników niż w Polsce, a w Polsce 3 razy więcej komputerów osobistych niż na Ukrainie. Oprócz tego, w Polsce wydaje się więcej gazet codziennych niż na Ukrainie. Ponieważ radio we współczesnej Ukrainie emituje głównie muzykę i nie stanowi źródła informacji w odróżnieniu od telewizji i gazet, to większe rozpowszechnienie radia na Ukrainie, a mniejsze gazet codziennych, mówi o mniejszej – w porównaniu z Polską – informacyjności rynku medialnego Ukrainy.

Można również mówić o mniejszej w porównaniu z Polską komputeryzacji Ukrainy z powodu mniejszego rozpowszechnienia komputerów osobistych i, odpowiednio, o mniejszym rozpowszechnieniu internetu. Według danych Kijowskiego Centrum Badań Politycznych i Konfliktów, w roku 2003 korzystało z internetu 8% ludności Ukrainy, przy czym głównymi użytkownikami byli młodzi wykształceni mężczyźni, o dobrej pozycji zawodowej, z dużych miast. Mimo że komputeryzacja i rozpowszechnienie internetu na Ukrainie postępują w szybkim tempie, wskaźniki w tej dziedzinie są jeszcze niskie, porównać je można ze wskaźnikami takich krajów, jak: Rosja, Brazylia i Argentyna, a nie z krajami Europy⁹. Internet nie jest jednym z głównych źródeł informacji na Ukrainie dla przeważającej części ludności, a jego użytkownicy wykorzystują go raczej dla rozrywki niż dla zdobycia poważnej informacji polityczno-ekonomicznej.

PRYWATYZACJA RYNKU MEDIALNEGO I FORMY WŁASNOŚCI PRYWATNEJ

W procesie zmian scentralizowanego systemu socjalistycznych mediów na media pluralistyczne i demokratyczne, prywatyzacja środków masowego komunikowania jest z badawczego punktu widzenia procesem bardzo ważnym. Według polskiego badacza mediów K. Jakubowicza, „wolność mediów i ich niezależność – to stworzenie różnorodnej przestrzeni medialnej”¹⁰. Jak uważają zachodnioeuropejscy uczeni W. Mosco i W. Rideout, „prywatyzacja – to proces ingerencji państwa, które otwarcie sprzedaje przedsiębiorstwa państwowe, takie jak stacja telewizyjna”¹¹. Artykuł 10 Ustawy „O państwowym wsparciu dla środków masowej informacji i ochronie socjalnej dziennikarzy” ustanawia różne formy własności mediów drukowanych: państwową (rządową i komunalną)

⁹ Пользователи Интернет в Украине: характеристики, методология исследования, прогноз // Киевский центр политических исследований и конфликтологии, 15.09.2003 <http://www.analitik.org.ua/publications/3f65dc934c3db/3f65c07165c40/>

¹⁰ K. Jakubowicz, *Media in transition. The case of Poland* [w:] *Media reform. Democratizing the media, democratizing the state* (eds. M.E. Price, B. Rozumilowicz and S.G. Verhulst). – London, New York: Routledge, 2002, s. 215.

¹¹ Mosco and V. Rideout, *Media Policy in North America* [w:] *International Media Research. A critical Survey* (edited by Corner John, Schlesinger Phillip, and Roger Silverstone). – London-New York: Routledge, 1997, s. 172.

oraz niepaństwową (prywatną)¹². Ukraiński specjalista medialny R. Diakiw¹³ zaproponował następującą klasyfikację mediów masowych Ukrainy według formy własności: media państwowe, media organizacji partyjnych i społecznych, media korporacyjne, prywatne i o mieszanej formie własności. Przechodząc do oceny procesów prywatyzacyjnych w sferze środków masowego komunikowania, od razu należy powiedzieć, że ilość mediów państwowych drastycznie się zmniejszyła na skutek reform rynku medialnego.

Według badaczy międzynarodowej organizacji Freedom House, media drukowane i elektroniczne w dużej części znajdują się na Ukrainie w rękach prywatnych, jednak państwo posiada, na przykład, centra druku i rozpowszechniania produkcji drukowanej. Według stanu z 2001 roku państwo jest właścicielem 673 mediów drukowanych, z ogólnej ilości 8300 zarejestrowanych w tym czasie drukowanych środków masowego komunikowania i 133 mediów audiowizualnych, z 516 stacji radiowych i telewizyjnych w tym kraju¹⁴.

Biorąc pod uwagę skutki prywatyzacji mediów, Ukraina była postrzegana jako „najbardziej komercyjnie rozwinięty rynek medialny”¹⁵ w porównaniu z innymi krajami bloku poradzieckiego pod koniec lat 90-ych. Co więcej, według analiz Europejskiego Instytutu Medialnego z roku 1999 w opisie sfery medialnej, kraj byłego Związku Radzieckiego – Ukrainę umieszczono w kategorii „zróżnicowany”, gdzie „sektor przedsiębiorczy wspiera różne niezależne media, które są szeroko dostępne dla publiczności”¹⁶. Dla przykładu, Federacji Rosyjskiej przyznano kategorię, która, zdaniem badaczy tej organizacji, oznacza nie tyle związek między rozwojem mediów a rozwojem podstaw prawnych, ile związek między kulturą polityczną a rozwojem mediów. Taka sytuacja miała miejsce w końcu lat 90-ych, ale później uległa zmianie.

Na Ukrainie określenie właściciela medium, szczególnie audiowizualnego, jest praktycznie niemożliwe z powodu całkowicie nieprzejrzystych schematów własności mediów, w tym z powodu braku obowiązku określania właściciela środka masowego komunikowania. A jest to przecież „jeden z podstawowych problemów w sferze zabezpieczenia pluralizmu mediów”¹⁷. Informowała o tym niejednokrotnie Ukraińska Grupa Helsińska, a także inni specjaliści, na przykład przewodniczący Ukraińskiego Stowarzyszenia Dziennikarzy I. Lubczenko¹⁸, J. Druker i D. Cox zwracają również uwagę na to, że „brak przejrzystości, po-

12 Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» // Голос України 1997, № 209.

13 Дяків Р. Ринок засобів масової інформації: проблеми становлення і розвитку // Друкарство 2000, № 2, s. 22.

14 Freedom House Report on Media Freedom – 2001, 2003. *Media in the CIS. A study of the political, legislative and socio-economic framework*, (edited by Gillian McCormack), [Second edition], Düsseldorf, Germany, The European Institute for the Media, the European Commission, 1999, s. 34.

15 *Media in the CIS. A study of the political, legislative and socio-economic framework*, (edited by Gillian McCormack), [Second edition], Düsseldorf, Germany, The European Institute for the Media, the European Commission, 1999, s. 33.

16 *Media in the CIS. A study of the political, legislative and socio-economic framework*, (edited by Gillian McCormack), [Second edition], Düsseldorf, Germany, The European Institute for the Media, the European Commission, 1999, s. 33.

17 Права людини в Україні – 2005. Доповідь правозахисних організацій. / За ред. Є. Захарова, І. Рапп, В. Яворського. / Українська Гельсінська спілка з прав людини, Харківська правозахисна група. – Харків: Права людини, 2006, s. 165.

18 В економічній площині лежать проблеми діяльності ЗМІ // Журналіст України 2003, №1-2.

dawanie sfałszowanych informacji Krajowej Radzie i ukryta własność utrudniają coraz bardziej proces poznania prawdy finansowej¹⁹. Co więcej, nowa wersja Ustawy „O radiofonii i telewizji na Ukrainie” nie przewiduje jawności informacji o właścicielach tych mediów.

Zgodnie ze standardami Unii Europejskiej, jednym z głównych zadań w polityce wobec mediów jest ustanowienie „absolutnej przejrzystości własności prywatnej w przemyśle medialnym”²⁰. Według badacza J. Cuilenburga, „otwartość i przejrzystość własności prywatnej i kontrola społeczna nad regulowaniem”²¹ środków masowego komunikowania są konieczne, by zapobiec możliwości koncentracji mediów w jednym ręku. Dlatego międzynarodowa organizacja Human Rights Watch w piśmie otwartym do prezydenta Ukrainy W. Juszczenki kładzie akcent na to, że „własność środków masowej informacji powinna być bardziej znana”²².

KAPITAŁ ZAGRANICZNY W MEDIACH UKRAIŃSKICH

Własność zagraniczna środków masowej informacji to ważny czynnik zabezpieczenia różnorodności poglądów, „zabezpieczenia konkurencyjności mediów prywatnych w relacji z systemami państwowymi”²³, a nawet zapewnienia niez zaangażowanej informacji ze źródeł zewnętrznych. Po rozpoczęciu demokratycznych przemian w byłych krajach socjalistycznych Europy, zachodnie korporacje medialne wykorzystywały możliwość zainwestowania pieniędzy na nowo otwartych rynkach w tym regionie. Oprócz tego, jak uważa badacz H. Druck²⁴, w większości postsocjalistycznych państw Europy Środkowej i Wschodniej odpowiednie inwestycje zagraniczne stabilizowały sytuację finansową na rynku medialnym.

Na Ukrainie, jak w większości krajów postsocjalistycznych, zagraniczna własność środków masowego komunikowania została ograniczona do mediów elektronicznych. W zakresie mediów drukowanych, ograniczenia dla kapitału zagranicznego były nieznaczne albo nie było ich wcale. Właśnie dlatego pierwsze zagraniczne inwestycje pojawiły się w sektorze mediów drukowanych. Jednak Ustawa Ukrainy o prasie zabrania obywatelom innych państw lub zagranicznym podmiotom prawnym tworzenia publikacji w tym kraju. W kwestii mediów elektronicznych ustawa pozwala na inwestycje zagraniczne w tej sferze, dlatego Ukraina zajmuje drugie, po Federacji Rosyjskiej, miejsce pod względem zachodnich inwestycji zagranicznych w państwach Wspólnoty. Wiele ukraińskich stacji radiowych i telewizyjnych, włączając w to państwowe kanały telewizyjne,

19 Jeremy Druker and Dean Cox, Under assault: *Ukraine's News Media and the 2004 presidential elections* [w:] *Freedom House Report on Media Freedom 2004*. s. 36.

20 Luc Soete and Karin Kamp, *Challenges for the Media Policy and Regulation* [w:] *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998*, (Editor Jo Langham-Brown), Special Anniversary Addition: European Institute for the Media 1998. s. 64.

21 Jan van Cuilenburg, *On Parameters of Free and Equal Access to Communications in Open Societies* [w:] *Media for the Open Society. West-East and North-South Interface* (Edited by Ya.N.Zassoursky and E.Vartanova), Moscow: Faculty of Journalism, IKAR Publisher 2001, s.31.

22 *Letter to President Yushchenko. Opportunity for reform: human right agenda for Ukraine* [w:] *Human Rights Watch*, January 2001, 2005 Human Rights watch, hrw.org/english/docs/2005/01/21/ukrain10012.htm

23 Freedom House Report on Media Freedom 2001, 2003

24 Helmut Druck, *Free Elections, the Media and the Law, Challenges for Journalists and Lawyers* [w:] *Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998* (editor Jo Langham-Brown), European Institute for the Media 1998.

radio FM i kanały regionalne, posiada partnerów zagranicznych.

Obecnie na Ukrainie istnieją zagraniczni właściciele zarówno w mediach drukowanych, jak i elektronicznych. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że niektórzy właściciele zagraniczni są zarejestrowani w krajach, zwanych potocznie rajami podatkowymi, co stawia pod znakiem zapytania samo pochodzenie danych inwestycji. Niektórzy badacze uważają wręcz, że w ten sposób do Ukrainy wraca ukraiński kapitał, „wyprany” w latach poprzednich. Oprócz tego kapitał zagraniczny w mediach ukraińskich wciąż się zmienia, a z powodu braku przejrzystości całego ukraińskiego rynku medialnego, nie zawsze można w sposób pewny poznać zagranicznego właściciela.

Jeśliby zastosować klasyfikację zachodnich badaczy, J. Tunstalla i D. Machina, to sytuację w mediach audiowizualnych na Ukrainie można rozpatrywać jako „dylemat małego narodu”²⁵. Według teorii tych badaczy „dylemat małego narodu” powstaje wtedy, kiedy naród musi się liczyć nie tylko z amerykańskimi i europejskimi standardami w działalności środków masowego komunikowania, ale również z nieuniknioną obecnością „wielkiego brata” obok swoich granic, co wpływa na przestrzeń medialną. Jak określają Tunstall i Machin, „wielki brat” – „to typowo związkowe kraje, mówiące w tym samym języku”²⁶. W Europie dla Austrii „wielkim bratem” są Niemcy, dla Irlandii – Wielka Brytania, dla Belgii – Francja. Za „wielkiego brata” Ukrainy można uznać Rosję, która silnie wpływa na rynek środków masowego komunikowania Ukrainy, w tym poprzez inwestycje w mediach ukraińskich, kanały telewizji satelitarnej, własną produkcję medialną w języku rosyjskim, który jest językiem używanym obok ukraińskiego w wielu regionach Ukrainy, a w niektórych – głównym językiem porozumiewania się.

Isniejące nacjonalistyczne tendencje na ukraińskim rynku środków masowego komunikowania są ukierunkowane w większości przeciwko rosyjskiej produkcji medialnej i rosyjskiemu wpływowi na rynek medialny Ukrainy. Przykładem nacjonalistycznych tendencji na ukraińskim rynku mediów masowych może być Ustawa „O licencjonowaniu niektórych form działalności prywatnej” z 1996 roku, która podniosła ceny i podatki na wydawnictwa periodyczne w języku rosyjskim. Od tego czasu Ukraina „zaczęła ograniczać rozpowszechnianie rosyjskich tytułów periodycznych i zaczęła przyznawać subsydia tylko dla ukraińskich tytułów, czyniąc w ten sposób gazety rosyjskie dość drogimi. Co więcej, rząd Ukrainy ustanowił miesięczny podatek dla każdego kiosku, który sprzedaje „zagraniczne” (rosyjskie) publikacje. Niektóre rosyjskie tytuły obeszły ten podatek, tworząc spółki i dodając słowo «Ukraina» do swoich nazw (na przykład - «Izwestija – Ukraina», «Trud – Ukraina», «Argumenty i fakty – Ukraina»)²⁷. Na skutek takiej polityki państwa ukraińskiego odnotowano spadek ogólnej jakości gazet. A. Richter nazywa takie procesy „nacjonalistyczną polityką rządu ukraińskiego”²⁸, co doprowadziło do „silnych ograniczeń mediów rosyjskich”²⁹ na Ukrainie. Tym samym, na ukraińskim rynku medialnym w jakiś sposób są obecne tendencje nacjonalistyczne, skierowane przede wszystkim przeciwko rosyjskiej produkcji medialnej.

²⁵ Jeremy Tunstall and David Machin, *The Anglo-American Media Connection*, Oxford: Oxford University Press 1999.

²⁶ Tamże, s. 249.

²⁷ Andrei Richter, *The partial transition. Ukraine's post-communist media*, [w:] *Media reform. democratizing the media, democratizing the state*, (eds. Monroc E. Price, Beata Rozumilowicz, and Stefaan G. Verhulst), London: New York, Routledge 2002, s. 139.

²⁸ Tamże, s. 133.

²⁹ Tamże, s. 133.

Ukraiński specjalista medialny R. Diakiw³⁰ twierdzi, że ukraiński rynek środków masowego komunikowania powinien rozwijać się w warunkach państwowego protekcyjnizmu, jak ma to miejsce w większości krajów świata.

OGRANICZENIA KONCENTRACJI NA RYNKU MEDIALNYM

Jeśliby rozpatrywać regulacje medialne na Ukrainie w sferze ograniczenia monopoli medialnych i innych rodzajów koncentracji medialnej, należy stwierdzić, że krzyżowa koncentracja medialna elektronicznych i drukowanych środków masowego komunikowania nie jest ograniczana prawnie, jak to ma miejsce w większości innych krajów. Przeciwnie, baza prawna Ukrainy „zachęca media audiowizualne do inwestowania zysków w sferę publikacji i rozpowszechniania gazet, czasopism, książek itd”³¹. Na brak prawodawstwa antymonopolowego w sferze mediów masowych zwracają uwagę specjaliści medialni i grupy obrońców prawa, jak na przykład Ukraińska Grupa Helsińska do Spraw Praw Człowieka. Organizacja ta mówi o tym, że na Ukrainie funkcjonują pewne ograniczenia branżowe dotyczące koncentracji mediów masowych, jak na przykład artykuł 10 Ustawy „O drukowanych środkach masowej informacji (prasie) na Ukrainie”, który ustanawia 5% ograniczenie dla własności wszystkich środków masowego komunikowania na Ukrainie dla jednej osoby prawnej lub fizycznej³². Jednak nie ma ograniczeń odnośnie koncentracji agencji informacyjnych, radia lub telewizji. To, że regulowanie procesów koncentracji i monopolizacji mediów opiera się wyłącznie na ogólnym prawodawstwie antymonopolowym, wywołuje niepokój specjalistów medialnych z powodu osobliwości tych procesów i ich następstw dla rynku medialnego, który różni się swoją istotą od innych. I, odpowiednio, rynek medialny powinien różnić się od innych specjalnymi regulacjami antymonopolowymi.

W rezultacie na Ukrainie ma miejsce proces koncentracji i „korporatyzacji” mediów masowych. Co więcej, według rosyjskiego specjalisty medialnego J. Zassoursky’ego, różne rodzaje mediów stały się narzędziami w rękach wielkich banków, grup finansowych i przemysłowych, co wskazuje na „autorytarny, korporatywny i przemysłowy model”³³, który jest przeciwnością modelu wolnych środków masowego komunikowania. W ten sposób można mówić o tym, że na Ukrainie „otwartość rynku medialnego doprowadziła do strukturalnego zróżnicowania mediów konkurujących ze sobą”³⁴, ale niestety najczęściej nie do różnorodności kontekstu mediów.

³⁰ Дяків Р., *Ринок засобів масової інформації: проблеми становлення і розвитку* // Друкарство 2000, № 2.

³² Права людини в Україні – 2005. Доповідь правозахисних організацій. /За ред. Є. Захарова, І. Рапп, В. Яворського./ Українська Гельсінська спілка з прав людини, Харківська правозахисна група. – Харків: Права людини 2006, s. 165.

³³ Yassen N. Zassoursky, *Changing Media and Communications* [w:] *Changing Media and Communications. Concepts, Technologies and Ethics in Global and National Perspectives* (edited by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova), Moscow: Faculty of Journalism / Publisher ICAR, 1998, s. 17.

³⁴ Elena Vartanova, *Post-Soviet Media Model in Russia: Diversity of Structures, Variety of Pressures* [w:] *Media for the Open Society. West-East and North-South Interface* (Edited by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova), Moscow: Faculty of Journalism, IKAR Publisher 2001, s. 129.

RYNEK REKLAMY: PRASA I MEDIA REGIONALNE

Według organizacji Human Rights Watch, która przygotowała specjalny raport na temat Ukrainy, słabość ukraińskiej ekonomiki ogranicza rozwijanie się niezależnych mediów, jak biznesu, przynoszącego zyski, uzależnionego wyłącznie od reklamy i od sprzedaży. Na ten czynnik zwraca uwagę również ukraiński badacz S. Demczenko³⁵. Wpływy ekonomiczne na media związane są z niestabilną sytuacją w kraju, co prowadzi do wykorzystywania dotacji państwowych lub wsparcia finansowego od osób i grup, stanowiąc zagrożenie dla wolności mediów. Niestabilność finansowa zmusza większość mediów i dziennikarzy do przyjmowania sponsoringu ze strony głównych grup przemysłowych i politycznych w zamian za bezpieczeństwo finansowe. J. Drucker i D. Cox nazywają takie zjawisko „ekonomiczną ułomnością”³⁶ rynku medialnego.

Ze stabilnym zyskiem środków masowego komunikowania i ich niezależnością finansową związany jest poziom rynku reklamowego w kraju. Według ocen Druckera i Coxa „rynek reklamowy na Ukrainie, według danych z roku 2004, jest bardzo słaby, szczególnie dla gazet i czasopism”³⁷. Około 75 -80% wszystkich dochodów z reklamy na rynku mediów ukraińskich kumuluje się w państwowych kanałach telewizyjnych. Na gazety przypada około 7% dochodów reklamowych, co jest dość niskim wskaźnikiem, w porównaniu z 15% w innych krajach³⁸. W takiej sytuacji należy zwrócić uwagę na to, że prasa regionalna bardzo często zależy właśnie od regionalnych reklamodawców, a ekonomiczne przetrwanie mediów regionalnych staje się bardzo problematyczne przy nierozwiniętym rynku reklamowym. Należy jednak zauważyć, że rynek reklamowy w Ukrainie rozwija się jednak bardzo szybko. To samo dotyczy sponsoringu. Jednak „prywatny komercyjny sponsoring, polityczny w swej istocie i własność mediów nie oznaczają odpowiedzialności przed publicznością”³⁹.

Po utworzeniu nowych niezależnych państw na terytorium byłego Związku Radzieckiego media drukowane miały kilka dróg rozwoju: „mogły nadal pracować jako państwowe, mogły stawać się niezależne i utrzymywać się samodzielnie lub mogły zapraszać zewnętrznych sponsorów w celu uzyskiwania od nich pieniędzy na działalność”⁴⁰. Badacze mediów cytują dane na temat nowych gazet powstałych na Ukrainie w tym czasie, które jednak w nowej przestrzeni ekonomicznej nie utrzymały się. Wydawnictwa, które były własnością państwa, zbankrutowały. A od 1994 roku na rynku mediów drukowanych zaczęły się pojawiać duże gazety, które doprowadziły do kryzysu małe tytuły. Sytuację tę nazywa się „kryzysem prasy”⁴¹ na Ukrainie po odzyskaniu niepodległości. Według

³⁵ Демченко С. Ціна слова, його свобода не означає свободу від моралі та відповідальності // Журналіст України, 2003, № 1-2, s. 19.

³⁶ Jeremy Drucker and Dean Cox, *Under assault: Ukraine's News Media and the 2004 presidential elections* [w:] *Freedom House Report on Media Freedom 2004*, s. 34.

³⁷ Tamże, s. 35.

³⁸ Tamże.

³⁹ *Media in the CIS. A study of the political, legislative and socio-economic framework*, (edited by Gillian McCormack), [Second edition] Düsseldorf, Germany: The European Institute for the Media, the European Commission 1999.

⁴⁰ Tamże, s. 19.

⁴¹ *Ukraine* [w:] *Censorship. A World Encyclopedia*, (Editor Derek Jones), London-Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers 2001, Volume 4, "S-Z", s. 2495.

danych A. Richtera⁴², zgodnie ze stanem na rok 2002, ogólny nakład gazet i czasopism spadł dziesięciokrotnie w porównaniu z rokiem 1991 i jedynie 20% ludności kraju regularnie czyta gazety. Oprócz tego, prasa regionalna i regionalne media elektroniczne do dziś pozostają własnością państwową albo komunalną, co negatywnie wpływa na ich sytuację finansową i jakość publikacji.

Tym sposobem, niestabilność ekonomiki kraju i słaby rozwój rynku reklamowego najbardziej negatywnie wpłynęły na prasę i media regionalne. Na media regionalne w ogóle negatywnie wpływa niewystarczający i nierozwinięty rynek reklamy, a także pozostawanie ich we własności państwowej lub komunalnej. Takie czynniki, jak zmiana tradycyjnych dotacji państwowych, drastyczne podniesienie ceny i silna konkurencja z pozostałymi mediami oraz konkurowanie z telewizją o publiczność doprowadziły do kryzysu na rynku gazet i czasopism, szczególnie wśród poważnych, nierozrywkowych tytułów.

PUBLICZNE RADIO I TELEWIZJA

Ukraina, po długich debatach między parlamentem i prezydentem, przyjęła w 1997 roku ustawę, która stanowi ramy prawne dla stworzenia publicznej radiofonii i telewizji. Na mocy tej ustawy powołano Ukraińską Publiczną Kompanię Telewizyjną, to znaczy media publiczne. Mimo to – w dziesięć lat po przyjęciu odpowiedniej ustawy – publiczna radiofonia i telewizja do tej pory nie funkcjonują. Tę osobliwość rynku medialnego tłumaczy się różnymi przyczynami. Jednak za jedną z najważniejszych można uznać właśnie polityczne problemy w tej kwestii: „organy państwowe odmawiają obecnie przyznawania licencji na częstotliwości, blokują finansowanie mediów publicznych i znajdują powody, dla których niemożliwe jest tworzenie wieloźłonowych rad nadzorujących media publiczne w Ukrainie”⁴³. Po Pomarańczowej Rewolucji w 2004 roku, która deklarowała zapewnienie wolności środków masowego komunikowania i stworzenie mediów publicznych, nowe elity polityczne, w tym prezydent Juszczenko⁴⁴, deklarowały w swoich zamiarach stworzenie mediów publicznych. Po zmianie ekipy rządzącej w 2005 roku podjęto kilka prób przyjęcia poprawek do Ustawy „O systemie publicznej radiofonii i telewizji na Ukrainie” z 1997 roku, jednak wszystkie zakończyły się niepowodzeniem. Znow elity polityczne okazują niechęć lub niemoc wobec oddania władzy nad państwową radiofonią i telewizją.

⁴² Andrei Richter, *The partial transition. Ukraine's post-communist media [w:] Media reform. Democratizing the media, democratizing the state*, (eds. Monroc E. Price, Beata Rozumilowicz, and Stefaan G. Verhulst), London: New York, Routledge 2002, s. 138.

⁴³ Tamże, s. 145.

⁴⁴ Ющенко В.А. *Звернення Президента до Українського народу на Майдані Незалежності // Урядовий кур'єр*. 2005, № 13, s. 3.

WPŁYWY POLITYCZNE NA RYNEK MEDIALNY NA UKRAINIE

Wielu badaczy mediów pisze o wybuchu wolności słowa i wolności mediów w pierwszych latach niepodległości Ukrainy. Ukraiński specjalista S. Demczenko wiąże to zjawisko z „połączeniem w czasie politycznych i informacyjnych rewolucji, które razem realizowały zadanie przebudowy społeczeństwa”⁴⁵, Zachodni znawca mediów K. Nordenstreng⁴⁶ uważa, że bezprecedensowy stopień wolności mediów masowych pod koniec istnienia Związku Radzieckiego można tłumaczyć próżnią we władzy politycznej i ekonomicznej w kraju.

Później rozmach aktywności i niezależności mediów na Ukrainie zmniejszył się, według S. Demczenki, z powodu braku pozytywnych realizacji oczekiwań względem działalności mediów i reformowania społeczeństwa. Jednak zjawisko to można tłumaczyć również innymi przyczynami. Na przykład, znany badacz J. Downing upatruje przyczyn zjawiska w powolnym umieraniu socjalistycznych tradycji kierowania mediami, a wyjście widzi w zwiększeniu znaczenia społeczeństwa obywatelskiego, podobne zdanie ma rosyjska badaczka E. Vartanova⁴⁷.

NIEFORMALNA CENZURA ZE STRONY ELIT POLITYCZNYCH

W roku 1994 ukraińska badaczka O. Hasiuk pisała o tym, że tradycje elit politycznych z okresu socjalistycznego pozostały na Ukrainie czasów niepodległości: „mówi się – kontrola nad mediami w przeszłości, ale bardziej poprawnie byłoby powiedzieć, że tradycje... do dziś żywe i kwitnące”⁴⁸. Przewodniczący Stowarzyszenia Dziennikarzy E. Werbiło⁴⁹ w 1994 roku nazywał problem nacisków na dziennikarzy jednym z poważniejszych w dziennikarstwie ukraińskim. W roku 2004, po dziesięciu latach od tej oceny, sytuacja nie zmieniła się zbyt wiele, władza ciągle wpływa na media. Takie organizacje międzynarodowe, jak Human Rights Watch i Freedom House twierdzą, że w 2004 roku, to znaczy do czasu wyborów prezydenckich, w wyniku których prezydentem Ukrainy został W. Juszczenko, cenzura w ukraińskich mediach istniała. Międzynarodowa organizacja Freedom House w swoim raporcie z 2003 roku twierdziła: „Wolność prasy zmniejszyła się z powodu stałych nacisków politycznych i cenzury rządo-

45 Демченко С., Ціна слова, його свобода не означає свободу від моралі та відповідальності // Журналіст України. – 2003, № 1-2, s. 18.

46 Kaarle Nordenstreng, *Role of the Media in Society: Lessons from Russia* [w:] *Media for the Open Society. West-East and North-South Interface* (Edited by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova), Moscow: Faculty of Journalism, IKAR Publisher 2001, s. 220.

47 Elena Vartanova, *Post-Soviet Media Model in Russia: Diversity of Structures, Variety of Pressures* [w:] *Media for the Open Society. West-East and North-South Interface*, (Edited by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova), Moscow: Faculty of Journalism, IKAR Publisher, 2001, s. 135

48 Oksana Hasiuk, *Ukraine's media: a cog in the state wheel?* [w:] „*The Ukrainian Review. A Quarterly Journal devoted to the Study of Ukraine*”, Autumn 1994. - Vol. XXI. - # 3, s. 8.

49 Вербило Є. Чи потрібно Україні четверта влада? // Вісн. – 1999. - № 8.

wej⁵⁰ na Ukrainie w latach 90-ych. Wskazuje się, że choć de jure cenzura jest zakazana, to de facto istniała ona na początku nowego stulecia⁵¹, podobnie jak bezpośrednie naciski na media. Ukraiński badacz mediów W. Szklar nazywa cenzurę w ukraińskich środkach masowego komunikowania „cenzurą mieszka z pieniędzmi”⁵². Oprócz tego, na początku nowego stulecia uznawano funkcjonowanie tak zwanych „zaciemniaczy” – doniesień na temat ostatnich wydarzeń z administracji prezydenta. Oczywiście naruszało to zobowiązania Ukrainy, wynikające z artykułu 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka i Artykułu 19 Międzynarodowej Konwencji Praw Obywatelskich i Politycznych, a także Konstytucję Ukrainy i inne ustawy zakazujące cenzury. Dlatego organizacja Human Rights Watch domagała się w liście otwartym do Naczelnej Rady Ukrainy w roku 2002 zapewnienia, żeby „cenzura nie była nadal drogą wprowadzania w życie obecnych ustaw, zabraniających cenzury”. Organizacja ta przyznaje jednak, że formalnie cenzura na Ukrainie nie istnieje. Na temat pośrednich wpływów politycznych na media mówi również A. Richter⁵³.

Zauważmy również, że w ukraińskich mediach istnieje redaktorska i dziennikarska autocenzura.

Można mówić, że wpływ polityków na media był na Ukrainie wielostronny. A. Richter⁵⁴ wskazuje, że władza wykonawcza i sądownicza mają największy wpływ na media masowe poprzez dekrety dyskryminacyjne, aresztowania na zamówienie, sprawy sądowe i inne podobne działania. Oprócz tego, jak piszą D. Paletz i K. Jakubowicz, „praktycznie od pierwszego dnia niepodległości prezydent i premier z jednej strony i parlament z drugiej – walczyli o kontrolę nad telewizją państwową. Po roku 1995 władza wykonawcza i prezydent stali się zwycięzcami w tej konfrontacji⁵⁵. Według organizacji Human Rights Watch właśnie tytuły drukowane i internet są źródłem pluralistycznej informacji o społeczeństwie. Jednak dla znaczącej większości Ukraińców głównym źródłem informacji jest telewizja. Ponieważ nieformalna cenzura informacyjnych audycji telewizyjnych ze strony elit politycznych była normalnym zjawiskiem pod koniec lat 90-ych i na początku nowego stulecia, na co wskazują raporty organizacji międzynarodowych, pozyskiwanie obiektywnych, pluralistycznych informacji przez Ukraińców wydaje się zgoła nieosiągalne.

50 Freedom House Report on Media Freedom – 2001, 2003.

51 *Ukraine* [w:] *Censorship. A World Encyclopedia* (Editor Derek Jones), London-Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers 2001, Volume 4, “S-Z”, s. 2495.

52 Volodymyr Schklar, *Freedom of press: paradoxs and paradigms* [w:] *The role of local and regional media in the democratization of the Eastern and Central European societies* (Edited by Janusz Adamowski, Marek Jablonowski), Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR 2001, s. 40.

53 Andrei Richter, *The partial transition...*, s. 310.

54 Tamże, s. 150.

55 David L. Paletz and Karol Jakubowicz, *Business as usual...*, s. 309.

POWIĄZANIA POLITYCZNO-EKONOMICZNE I ICH WPŁYW NA MEDIA

Działacze polityczni wciąż są „najpoważniejszymi powodami regresji ukraińskich mediów”⁵⁶. W połączeniu z elitami ekonomicznymi „działacze państwowi często mieszają się do sfery informacyjnej i nadużywają faktów dla motywów politycznych, szczególnie przed ważnymi wydarzeniami”⁵⁷. Istotne również jest, że wpływy polityczne prawie nie dotyczyły radia, ponieważ większość stacji stanowią stacje muzyczne.

Według znawców z organizacji Freedom House problem polega na koncentracji mediów w rękach elit polityczno-ekonomicznych, tworzą się tak zwane „media klanowe” („media oligarchiczne”)⁵⁸. „Mediami oligarchicznymi”⁵⁹ nazywa media masowe na Ukrainie również ukraiński badacz S. Czaliy. Rosyjska badaczka E. Wartanowa nazywa ten proces „pojawieniem się kapitału medialno-politycznego”⁶⁰, a ukraiński specjalista S. Demczenko nazywa to zjawisko „upolitycznionym kapitałem”: „Na skutek instytucjonalizacji władzy, w systemie państwowych mediów masowych tworzy się system mediapolityczny, którego głównym indykatorem staje się obecność upolitycznionych informacji”⁶¹. Według danych specjalnego raportu organizacji Freedom House na temat Ukrainy, około 90% państwowej i regionalnej prasy, włączając gazety codzienne o dużym nakładzie, skoncentrowanych jest w rękach partii politycznych, samorządów lokalnych i oligarchów o dużych powiązaniach politycznych. Ukraiński biznes i polityka są bardzo silnie wzajemnie powiązane. Dlatego liderzy partii politycznych i członkowie partii mogą być tymi ludźmi, którzy kontrolują media. Do roku 2003 wszystkie państwowe kanały telewizyjne były własnością albo pod wpływami ludzi z otoczenia prezydenta Kuczmy, na co wskazuje A. Karatnicki⁶², jeden z głównych badaczy organizacji Freedom House. Niedługo przed prezydencką kampanią wyborczą 2004 roku pojawił się nowy opozycyjny „pro-Juszczenkowski” kanał telewizyjny – „5 kanał”, którego własność przypisuje się bliskiemu przyjacielowi W. Juszczenki – P. Poroszczence. Pojawienie się kanału telewizyjnego, który podawał informacje pod nowym kątem, zakwestionowało „oficjalność” informacji innych kanałów, bliskich przeciwnikowi Juszczenki – Janukowyczowi. Fakt ten pokazuje znaczenie pluralizmu informacji w społeczeństwie i różnorodności właścicieli mediów, choć trudno obecnie sytuację na rynku mediów na Ukrainie nazwać demokratyczną.

56 Andrei Richter, *The partial transition...*, s. 150.

57 Tamże, s. 150.

58 Freedom House Report on Media Freedom 2001, 2003.

59 Чалий С. Мас-медіа в Україні: між державою та олігархами // Сучасність 2002, № 3.

60 Elena Vartanova, *Post-Soviet Media...*, s. 133.

61 Демченко С, Ціна слова, його свобода не означає свободу від моралі та відповідальності // Журналіст України 2003, № 1-2, s. 19.

62 Adrian Karatnycky, *Ukraine's Orange Revolution* [w:] „Foreign Affairs”, Volume 84, # 2, March - April 2005, s. 40.

Tak więc na Ukrainie istnieją związki między elitami politycznymi i ekonomicznymi, w tym z właścicielami prywatnych mediów. Taka sytuacja przypomina przykład Wielkiej Brytanii pierwszej połowy XX wieku, z obecnością „baronów prasowych” i „magnatów medialnych” na jej rynku mediów, co z sukcesem rozwiązano później dzięki efektywnym regulacjom mediów w tym kraju. Na Ukrainie powiązania i wpływy polityczno-ekonomiczne na media ograniczają wolność środków masowego komunikowania.

WOLNOŚĆ MEDIÓW NA UKRAINIE

W roku 2005, według monitoringu mediów organizacji Freedom House, media ukraińskie zostały zaliczone do „częściowo wolnych”. Jednak w ciągu poprzednich kilku lat określane były przez tę organizację jako zniewolone z powodu cenzury, politycznych wpływów, prześladowań dziennikarzy, procesów sądowych przeciwko tytułom itd. Zmiana w ocenie wolności mediów była skutkiem Pomarańczowej Rewolucji, co doprowadziło do zmiany elit politycznych w kraju i ich relacji z mediami. Analityk A. Karatnicki⁶³ przyznaje, że wiele mediów drukowanych i elektronicznych polepszyło się po zwycięstwie W. Juszczenki w wyborach prezydenckich roku 2004. Tak czy inaczej, otwarta pozostaje kwestia wszechstronnego rozwoju własności mediów prywatnych, które, według badacza, znajdują się przede wszystkim w rękach oponentów nowej władzy.

Nie tylko Freedom House zwraca uwagę na pozytywny wpływ skutków Pomarańczowej Rewolucji i zmiany elit politycznych na wolność mediów na Ukrainie, ale również inne organizacje międzynarodowe. Na przykład Human Rights Watch poinformowała o zwiększeniu stopnia wolności mediów jeszcze w czasie rewolucji. Po zaprzysiężeniu prezydenta Juszczenki w 2005 roku, w liście do niego organizacja ta szczególnie podkreśliła konieczność rozwoju niektórych dziedzin, w tym „wolności mediów (...) i praw człowieka”⁶⁴. W sumie, według słów A. Karatnickiego⁶⁵, jednym z głównych zadań w czasie prezydentury W. Juszczenki stanie się reforma mediów.

Należy zauważyć, że organizacja Human Rights Watch w swoich raportach systematycznie kładła nacisk na to, że na Ukrainie nie ma wolności środków masowego komunikowania i wzywała społeczność międzynarodową do podjęcia kroków w tej kwestii. Na przykład, w roku 2003 polecała ona, żeby organizacje międzynarodowe, takie jak np. Rada Europy, nadal pomagały rządowi ukraińskiemu i kontrolowały jego działalność w zakresie zapewniania wolności słowa na Ukrainie. W tym samym roku organizacja ta poinformowała, że Unia Europejska powinna postawić Ukrainie warunek pogłębiania relacji z państwem w postaci wyraźnych zapewnień ukraińskiego rządu w zagwarantowaniu wolności słowa. Ponadto organizacja zaproponowała sposoby postępowania dla zapewnienia wolności słowa: zapobieganie i karanie cenzury instytucjonalnej, likwidacja samowolnych działań administracyjnych i prawnych przeciwko mediom,

63 Adrian Karatnycky, *Ukraine's Orange Revolution...*, s. 29.

64 *Letter to President Yushchenko. Opportunity for reform: human right agenda for Ukraine* [w:] „Human Rights Watch”, January 2001, 2005 Human Right Watch, hrw.org/english/docs/2005/01/21/ukrain10012.htm.

65 Adrian Karatnycky, *Ukraine's Orange Revolution...*, s. 49.

szczególnie stacjom telewizyjnym, zakończenie działań agresywnych przeciwko dziennikarzom. Oceny stopnia wolności mediów Human Rights Watch można porównać z analogicznymi analizami sytuacji wolności mediów Freedom House w tymże 2003 roku. Po zmianie elit politycznych w roku 2004, organizacje te jednogłośnie stwierdzają polepszenie sytuacji.

Od początku przemian demokratycznych w kraju można wyróżnić trzy etapy wzajemnych relacji elit politycznych i mediów masowych. Za etap pierwszy można uznać okres ogłoszenia niepodległości Ukrainy w roku 1991, który charakteryzował się próżnią władzy w kraju i rozkwitem wolności mediów. Etap drugi, najdłuższy, rozpoczął się na początku lat 90-ych i zakończył się w roku 2004 Pomarańczową Rewolucją, a oznaczał umocnienie się władzy politycznej w kraju i, równoległe, stałą regresją wolności mediów. Trzeci etap rozpoczął się po Pomarańczowej Rewolucji w 2005 roku i charakteryzował się zwiększeniem wolności słowa i rezygnacją elit politycznych z bezpośredniego wpływu na media. Jednak obecnie trudno przewidzieć trwałość tego trzeciego etapu. Możliwe jest, że już w najbliższym czasie można będzie wydzielić kolejny etap, który będzie się charakteryzował innymi relacjami między elitami politycznymi i mediami.

Na podstawie tego, co omówiono w artykule i wysnutych wniosków, można stwierdzić, że w przyszłych regulacjach dotyczących rynku medialnego na Ukrainie, oprócz innych koniecznych aspektów, należy zwrócić uwagę na następujące kwestie:

- usunięcie niezgodności zapisów różnych ustaw, które dotyczą mediów masowych;
- wprowadzenie w życie wielu postanowień ustaw, jak również całych ustaw, na przykład Ustawy „O systemie publicznej radiofonii i telewizji Ukrainy”, która została przyjęta w roku 1997 i do dziś nie weszła w życie;
- uczynienie rynku medialnego bardziej przejrzystym, za pośrednictwem wprowadzenia obowiązku prawnego udostępniania informacji o właścicielach środków masowego komunikowania;
- polepszenie prawodawstwa antymonopolowego dla zapobieżenia koncentracji rynku medialnego – na drodze opracowania specjalnych przepisów dla mediów na podstawie doświadczeń międzynarodowych w tej sferze i stworzenie odrębnego organu antymonopolowego do regulowania rynku mediów;
- zreformowanie rynku lokalnych mediów drukowanych i audiowizualnych, które pozostają we własności państwowej albo komunalnej, poprzez ich prywatyzację;
- zlikwidowanie własności państwowej mediów audiowizualnych i wprowadzenie publicznej radiofonii i telewizji w kraju.

SUMMARY

Peculiarities of the media market reformation in Ukraine: achievements, challenges and perspectives.

Peculiarities of the media reforms in the post-soviet Ukraine according to such aspects as legal bases of media functioning, economic environment and interrelations between the media and politics are analyzed in the article. The conclusions about achievements, challenges and perspectives of the media reforms and the level of media freedom are made as well as the recommendations for further regulation of this sphere in Ukraine.

KEY WORDS: Ukraine, media market, press, radio, television, internet.