

# ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОЇ МЕДІА-СИСТЕМИ У КОНТИНЕНТАЛЬНІЙ ЄВРОПІ ТА ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ

*У статті аналізується функціонування сучасної медіа-системи в Європі на основі західних наукових джерел. Характеризується розвиток медіа-системи в Європі з «моно медіа-системи» в країнах регіону у ХХ столітті до становлення «дуальної медіа-системи» на сучасному етапі. На основі порівняння функціонування громадських засобів масової інформації в «дуальній медіа-системі» країн континентальної Європи та Великої Британії за ознаками незалежності управління та фінансування робиться висновок про перспективи її функціонування та розвитку в умовах сучасної світової фінансової кризи.*

**Ключові слова:** медіа-система, моно медіа-система, дуальна медіа-система, громадські медіа, приватні медіа, континентальна Європа, Велика Британія, Європейський Союз.

*В статье анализируется функционирование современной медиа-системы в Европе на основе западных научных источников. Характеризуется развитие медиа-системы в Европе из «моно медиа-системы» в странах региона в XX столетии к становлению «дуальной медиа-системы» на современном этапе. На основе сравнения функционирования общественных средств массовой информации в «дуальной медиа-системе» стран континентальной Европы и Великой Британии по показателям независимости в управлении и финансировании делается вывод о перспективах их функционирования и развития в условиях современного мирового финансового кризиса.*

**Ключевые слова:** медиа-система, моно медиа-система, дуальная медиа-система, общественные средства массовой информации, мас-медиа в частной собственности, континентальная Европа, Великая Британия, Европейский Союз.

*The functioning of the contemporary media system in Europe is analyzed in this article based on the Western literature sources. The development of the media system in Europe from the «mono media system» in the countries of the region in the 20<sup>th</sup> century to the growth of the «dual media system» in the contemporary stage of development is characterized. After the comparison made about the functioning of the public media in the «dual media system» in the countries of the continental Europe and the Great Britain according to the indicators of the independence of management and financing the conclusion is reached about the perspective of its functioning and development under contemporary world financial crisis.*

**Key words:** media system, mono media system, dual media system, public media, private media, continental Europe, the Great Britain, the European Union.

Функціонування сучасної медіа-системи в Європі характеризується її розвитком з «моно медіа-системи» у ХХ столітті до становлення і розвитку «дуальної медіа-системи» на сучасному етапі. Така сучасна європейська медіа-система, хоча і має певні розбіжності серед країн-членів Європейського Союзу, визначає співіснування приватних та громадських засобів масової інформації на одному

медіа-ринку. Громадські медіа вважаються одним із індикаторів демократичності медіа-системи та складовою незалежності засобів масової інформації. Зазвичай вони описуються дослідниками як справжні незалежні медіа, які служать людям радше ніж політичним силам, а тому їх функціонування важливе у демократичному суспільстві. Так, Амстердамський протокол Європейського Союзу 1997 р. зазначає,

що «система громадських медіа у країнах-членах ЄС має пряме відношення до демократичних, соціальних та культурних потреб кожного суспільства та до потреби збереження плюралізму засобів масової інформації» [17, с. 78].

Метою даної статті є характеристика сучасної медіа-системи в країнах Європейського Союзу на основі західних наукових джерел через аналіз особливостей її функціонування в країнах континентальної Європи та Великій Британії. Предметом дослідження виступають громадські засоби масової інформації в сучасній «дуальній медіа-системі» Європи та їх порівняння за ознаками незалежності управління та фінансування в умовах сучасної світової фінансової кризи.

Становлення дуальної медіа-системи в Європі і Великій Британії, протиріччя, ускладнення і переваги цього процесу для сучасної медіа-системи аналізували західноєвропейські дослідники Дж. Тансталл, Р. Вольт, Ф. Морган, Т. Гіббонс, Е. Барендт, Л. Хітченс, Дж. Тансталл і Д. Мачин. Розробкою теоретичних основ громадських медіа займалися такі західні вчені, як: К. Тонг, П. Гігліолі, Д. Кардіф і П. Скэннелл. Вони сходяться на думці про відмінності громадських медіа від комерційних, перш за все, у їх суспільній місії, ідеологічному навантаженні програм, а не в організаційних або фінансових питаннях. Історією становлення громадських медіа в Західній Європі та, зокрема, у Великій Британії займалися вчені Західної Європи та Північної Америки: Дж. Довнінг, А. Мохаммаді, Дж. Елдрідж, Дж. Кітзінгер і К. Вільямс. Інші вчені Дж. Тансталл та Д. Мачин, Е. Барендт та Л. Хітченс, Т. Гіббонс погоджувались з оцінками громадського радіо та телебачення Великої Британії «Бі-Бі-Сі» (the British Broadcasting Company – the BBC) як лідера громадських медіа в світі. У той же час Ф. Елліотт, Г. Маттьюс, Д. Чаней нагадували про те, що «Бі-Бі-Сі», яке було засновано ще в 1922 р., має найдовшу традицію громадського мовлення в Європі. Цікавим є дослідження Дж. Тансталла, зокрема монографія «Медіа у Великій Британії», де викладається історія становлення громадських медіа, поява комерційних ЗМІ, а також створення дуальної медіа-системи у Великій Британії.

У минулому столітті у континентальній Європі, так само як і у Великій Британії, існував тісний зв'язок між громадським телемовленням та інтересами держави, що полягав у виконанні культурного дискурсу високоякісного журналізму. У Великій Британії, наприклад, перший комерційний телевізійний канал у структурі громадських медіа був введений Телевізійним Актом лише у 1963 р. У кінці ХХ століття в Європі виникло поняття «дуальної медіа-системи». Цей термін широко використовується у наукових колах з 1980-х рр. для характеристики медіа-системи Європи. Це поняття означає співіснування обох громадських та приватних засобів масової інформації в одній медіа-системі. Ці два типи засобів масової інформації виконують різні завдання в одній медіа-системі; вони структуровані по-різному і деколи конкурують одне з одним.

Така дуальна медіа-система виникла з медіа-системи при існуванні громадських засобів масової інформації, тобто з «моно медіа-системи» в Європі. Відповідно до даних західноєвропейського дослідника Ж.-К. Бургелмана, у результаті комерціалізації аудіовізуальних ЗМІ в Європі, 60 % каналів були комерційними у 1990 р., на противагу 1980 р., коли менш ніж 5 % всіх каналів в Європі були комерційними [3, с. 126]. Отже, від 1998 р. в Європі зараз налічується більше комерційних каналів радіо та телебачення, ніж громадських.

За таких умов громадські медіа намагаються відшукати своє місце в умовах існування сучасної медіа-системи в Європі, підвищуючи свою конкурентоспроможність завдяки використанню нових стратегій таких як, наприклад, реклама, спонсорська допомога, розважальні передачі та інше, що зазвичай притаманні комерційним медіа. Як зазначають Р. Коллінс та К. Марроні, «телемовлення змінюється, і Бі-Бі-Сі (the BBC) повинні змінюватись разом із ним» [4, с. 139]. Але громадські ЗМІ також широко критикуються за свої спроби змінитися у новій медіа-реальності. Наприклад, Ж.-К. Бургелман підсумовує, що у результаті вищезазначених змін зараз фактично немає систематичної різниці між громадським та комерційним телемовленням [3, с. 130]. Загалом, модель громадських медіа вже не може бути єдиною в сучасному світі, а тому повинна конкурувати з іншими медіа-моделями.

На противагу медіа-системі Західної Європи, у багатьох інших країнах світу, наприклад США, громадське телебачення існує лише у маргінальній формі там, де воно взагалі існує. У медіа-системі США головні медіа-канали є комерційними. Вчений Л. Серес вважає найбільш визначальною рисою громадських медіа США «Американську громадську службу» («PBS») та її визначення як приватної, неприбуткової корпорації [16, с. 157]. Більше того, телемовлення було завжди на комерційній основі у США, і регулювання телемовлення в цій країні було засновано на «вірі у безпомилкову мудрість ринкових сил» [6, с. 281]. Науковець Е. Херман критично ставить до існування моделі приватних ЗМІ у США стверджуючи, що «у системі, де сконцентроване багатство та влада, нерівність управління ресурсами безперечно впливає на доступ до медіа з боку громадськості та на якість самого телемовлення комерційних медіа» [8, с. 82]. Отже, така медіа-система різко контрастує з європейською моделлю, де телемовлення від самого початку було або державним, або громадським. Узгалянюючи словами визначного західного медіа-дослідника Д. МакКузіла, хоча вільна ринкова модель домінує у США, але це не робить її автоматично прийнятною для решти світу [11, с. 148].

Хоча громадські медіа відіграють важливу роль на медіа-ринку Європи на відміну від інших країн світу, однак певні істотні розбіжності існують між країнами Європи щодо діяльності громадських медіа та їх структури. З одного боку, успішні моделі громадських медіа функціонують у Німеччині, Франції та Скандинавських країнах, у той час як

в інших країнах Західної Європи таких, як Італія, Іспанія, Португалія та Греція перед громадськими медіа постають різноманітні проблеми. З іншого боку, Бі-Бі-Сі (the BBC), громадське радіо та телебачення у Великій Британії, яке було засновано ще у 1922 р. і має найдовшу історію громадського мовлення в Європі, є визнаним лідером серед громадських медіа у світі. Хоча, потрібно зазначити, що Велика Британія не була єдиною країною, яка запровадила громадські медіа у першій половині ХХ століття, але інші такі країни підпали під фашистський або нацистський контроль. Отож, громадські медіа були запроваджені в континентальній Європі головним чином після 1945 р. і переважно були змодельовані з Бі-Бі-Сі (the BBC) у Великій Британії. Отже, розглянемо більш докладно успішні моделі громадських медіа у країнах Західної Європи та модель Бі-Бі-Сі (the BBC) у Великобританії.

Дослідники по-різному пояснюють причини успішної або не досить успішної діяльності громадських медіа у різних країнах Європи. Так, Д. Мак-Куаїл звертає увагу на те, що менші нації в Європі часто мають найсильніші традиції громадського телемовлення через свою потребу захистити свої національну ідентичність, в тому числі національну мову. Дослідник наводить приклади Скандинавських країн, де система громадських мас-медіа була найменше дестабілізована у змінному технологічному та комерційному оточенні [11, с. 157]. Д. Палетц та К. Якубович пов'язують сильну систему громадських медіа у Сполученому Королівстві з існуванням чотирьох націй в межах однієї країни (Англія, Шотландія, Уельс та Північна Ірландія) і, отже, з потребою наголошувати на культурній та соціальній ролі громадських медіа [15, с. 174-177]. А от вчені Дж. Тансталл та Д. Мачин вважають, що громадське телемовлення у Західній Європі постраждало головним чином від політичних впливів на функціонування даних ЗМІ, тобто ці країни «не змогли консолідувати традицію політичної нейтральності» [19, с. 92].

Також важливо зазначити, що Європейський Союз тепер відіграє суттєву роль у формуванні медіа регулювання в Європі на відміну від попередньої ситуації у цьому напрямку протягом майже всього ХХ століття. Незважаючи на те, що ЄС ще й досі не має єдиної політики щодо комунікацій [12, с. 248], органи ЄС такі, як: Рада Європи, Європейська Комісія, Європейський Парламент та їх комітети займаються питаннями, пов'язаними з комунікаціями. Більш того, впливовість європейських консультативних органів продовжує зростати з 1990-х рр. [10, с. 254].

Сьогодні Європейський Союз наполягає на максимальній лібералізації та конкуренції у сфері мас-медіа та використовує свої регулятивні інструменти такі як, наприклад, директиви для того, щоб впливати на розвиток та функціонування аудіовізуальних засобів масової інформації в Європі. Важливо зауважити, що європейські країни вирішили впровадити дуальну медіа-систему загалом у результаті зовнішнього тиску від «появи зарубіжних

приватних аудіовізуальних каналів та європейської медіа-політики» [20, с. 82]. Науковець Й. Бардоел також погоджується з такою думкою, додаючи, що сьогодні «Європа диктує дуальну медіа-систему» [1, с. 105].

Перейдімо до більш детального розгляду моделі громадських медіа в континентальній Європі та Великій Британії. Спочатку звернімося до аналізу системи управління громадськими медіа в континентальній Європі та Великобританії.

На думку О. Джонсона, широке представництво у системі управління громадських медіа потрібно для того, щоб «кожна група у суспільстві могла висловити свої погляди» [9, с. 33]. У континентальній Європі німецькі та французькі традиції управління громадськими мас-медіа вважаються одними з найкращих хоча, на думку румунської дослідниці А. Мінгіу-Піппіди, ради управління громадських медіа є політизованими відповідно до неформальних політичних угод з поділом головних управлінських посад у громадських медіа серед різних політичних сил [14, с. 37].

Закон ФРН щодо громадського телебачення та радіо надає найвищий рівень автономії менеджерів в континентальній Європі з наданням важелів влади генеральному менеджеру [14, с. 39]. У німецькій моделі загальна рада з питань радіо та телебачення призначає генерального менеджера для громадських медіа. До того ж складний процес розподілу влади серед регіональної та центральної влади в федеративній Німеччині також ускладнює можливості політичної інтервенції у діяльність громадських медіа. Медіа-регулювання у Німеччині полягає у компетентності земельної (регіональної) влади, які відіграють важливу роль для громадських медіа. Крім того, у Німеччині федеральна влада продовжує працювати у рамках європейського медіа регулювання, яке є вищим за німецьке право [5, с. 201].

Структура Бі-Бі-Сі (the BBC) у Великій Британії щодо свободи управління є такою: загальна рада з питань радіо та телебачення складається з членів, яких призначає парламент Сполученого Королівства, так само як і члени громадянського суспільства (неурядові медіа-організації, медіа-професіонали, професійні медіа-асоціації тощо). Ця рада потім призначає головних менеджерів для громадської ради та телебачення. Бі-Бі-Сі (the BBC) також встановило модель відому як «вибір продюсера», і яку пропонував Європейський Телевізійний Союз для впровадження в Європі. Ця модель надає свободу управління продюсеру і заохочує конкуренцію між зовнішньою та внутрішньою телевізійною продукцією та персоналом в межах схеми аналізу витрат та результатів [14, с. 52]. У результаті така модель до певної міри була запроваджена в різних країнах Західної Європи.

Таким чином, у Великій Британії та Скандинавських країнах політичні партії тримаються на дистанції від управлінців громадських медіа та, загалом, пряме втручання політиків в управління цими ЗМІ є мінімальним. Ця модель надає владу професійним медіа менеджерам, які, як визнається

дослідниками, є достатньо незалежними від політичних впливів.

Перейдімо до аналізу системи фінансування громадських медіа в континентальній Європі та Великобританії.

Ліцензійна плата є традиційним способом фінансування громадських медіа, розмір якої щорічно встановлюються урядом відповідної країни та оплачуються кожною оселею через пошту або схожу агенцію. Для науковця Т. Гіббонса, ліцензійна система громадських медіа є «методом ... створення конституційної дистанції між громадськими засобами масової інформації та політиками» [7, с. 181]. Дослідниця К. Тонг стверджує, що ліцензійна плата означає те, що громадські медіа є незалежними від інтересів акціонерів та рекламодавців. Крім того, це ставить їх в унікальне становище брати на себе ризик та впроваджувати інноваційні програми [17, с. 78]. Р. Вольдт вказує на те, що покладання на повне або часткове фінансування громадських мас-медіа за допомогою ліцензійної плати дозволяє їм виконувати їхню функцію діяти в інтересах громадськості в той час, як комерційні медіа переважно фінансуються від прибутку від реклами, менше від підписки та, відповідно, отримують більше свободи для випуску своїх програм [20, с. 80].

Незважаючи на явні переваги ліцензійної плати як способу фінансування громадських медіа, і цей метод критикуються, наприклад, за те, що ліцензійна плата є регресивним податком [7, с. 181; 2, с. 73; 4, с. 145]. Це означає те, що всі, хто мають телевізор, мають сплачувати єдиний розмір ліцензійної плати незалежно від того, чи вони є бідними, чи багатими. Більш того, ліцензійна плата є також залежною від змін керівних політичних еліт у результаті виборів та інфляції [18, с. 36; 13, с. 155]. Відповідно до доповіді Незалежної Комісії Перевірки (the Report of the Independent Review Panel) у 1999 р. щодо фінансування Бі-Бі-Сі (the BBC) у майбутньому, реклама є найбільш бажаним способом фінансування громадських медіа навіть серед британських громадян [2, с. 73]. Така ситуація особливо стосується тих країн, де загальна економіка не є такою розвинутою як у Великій Британії, Франції, Німеччині та Скандинавських країнах і особливо є актуальною в умовах сучасної світової фінансової кризи, що негативно позначилася на всіх країнах-членах Європейського Союзу.

У Великій Британії Бі-Бі-Сі (the BBC) фінансується винятково за рахунок ліцензійної плати. Крім того, умови фінансування великою мірою такі самі, якими вони були у 1926 р., після того, як Бі-Бі-Сі (the BBC) було засновано. Важливо також зазначити, що ліцензійна плата вважається у Великій Британії більш привабливою ніж альтернативні шляхи фінансування, наприклад, через прямий податок. Також Бі-Бі-Сі (the BBC) має інші форми прибутку окрім ліцензійної плати, хоча вони є незначними і неважливими, наприклад, такі як: прибутки від продажу продуктів Бі-Бі-Сі (the BBC), що має тенденцію до збільшення у майбутньому як окреме джерело прибутку [7, с. 180]. Крім того, потрібно зауважити, що всесвітня служба Бі-Бі-Сі

(the BBC World Service) фінансується урядом Великої Британії. Отже, головним джерелом фінансування громадських медіа у Великій Британії продовжує залишатись ліцензійна плата незважаючи на те, що її відповідність сучасним економічним умовам ставилась під сумнів багато разів політиками, медіа-дослідниками та самими громадянами особливо за умов сучасної світової фінансової кризи.

У континентальній Європі ситуація з фінансуванням громадських медіа відрізняється від Великої Британії, адже громадські медіа мають змішані джерела фінансування як від ліцензійної плати, так і від реклами. Така система фінансування громадських ЗМІ називається «змішана модель», тому що вона має різні джерела фінансування, так само як і різні цілі у своїй діяльності. На нашу думку, така модель є більш перспективною для існування та розвитку в умовах сучасної світової фінансової кризи. Загалом провідний британський спеціаліст у галузі медіа регулювання Т. Гіббонс вважає, що принципово немає причини чому громадські мас-медіа не можуть фінансуватися через рекламу або спонсорську допомогу [7, с. 180], хоча такий підхід і досі викликає сумніви у багатьох медіа-дослідників та журналістів.

Після проведеного аналізу функціонування сучасних медіа-систем у континентальній Європі та Великій Британії перейдімо до підсумків та узагальнень.

Традиція існування сильних та впливових громадських медіа в Європі є унікальною для решти світу, де, як і в США, існують переважно комерційні або державні медіа. Однак, виникнення і функціонування «дуальної медіа-системи» («dual media system») в Європі призвело до пошуків місця в цій моделі громадських засобів інформації, які від початку свого створення та майже до кінця XX століття домінували на медіа-ринку Європи, утворюючи так звану «моно медіа-систему» («mono media system»). На основі проведеного дослідження можна говорити про те, що громадські медіа мають багато потенціалу не тільки для виживання за умов конкуренції з комерційними засобами масової інформації, але й зберігання своєї виняткової ролі на європейському медіа-ринку.

Система управління громадськими медіа відрізняється в європейських країнах за ознакою свободи діяльності системи управління громадськими медіа. Так, найбільше свободи у прийнятті рішень мають менеджери системи громадських медіа у Великій Британії, далі – представники Скандинавських країн, Німеччини та Франції; наприкінці списку фігурують інші країни Західної Європи, наприклад, Італія, Іспанія та Португалія. В останній групі країн у структурі управління громадськими медіа існує зв'язок між системою управління громадськими засобами масової інформації та політичними силами, головним чином політичними партіями, що негативно впливає на свободу та незалежність громадських медіа в цілому у відповідних країнах.

Щодо фінансування громадських засобів масової інформації, то ситуація у цьому аспекті відрізняється кардинально головним чином між Великою Бри-

танією та країнами континентальної Європи. Якщо у Великій Британії громадські медіа від самого початку свого існування та дотепер фінансуються головним чином із ліцензійної плати, то у країнах континентальної Європи встановлена змішана модель фінансування, тобто за рахунок двох джерел: ліцензійної плати та комерційного прибутку (реклами та спонсорства). Потрібно звернути увагу на те, що обидві моделі мають як свої недоліки, так і переваги. Наприклад, фінансування за допомогою ліцензійної плати створює основу для більшої незалежності громадських медіа у своїй діяльності. Однак ліцензійна плата може бути непропорційно високою щодо прибутків населення при задовільному фінансуванні громадських медіа, або, навпаки, недостатньою для фінансування громадських медіа, що вплине на якість продукції громадських медіа. Таким чином, належний рівень фінансування та функціонування громадських медіа виключно або переважно від ліцензійної плати може існувати за умови високого економічного розвитку країни

та відповідного рівня добробуту населення, що підтверджує приклад Великої Британії, країн Скандинавії, Франції та Німеччини. Перевага прибутків від реклами, а не ліцензійної плати для громадських медіа притаманна країнам Європи з менш високим рівнем економічного розвитку, таким як: Греція, Португалія, Іспанія. У такому разі громадські медіа конкурують за прибутки з приватними засобами масової інформації, що не можна оцінити позитивно через загрозу самій концепції громадських мас-медіа. Однак, в умовах сучасної світової фінансової кризи, що негативно позначилася на економічному розвитку всіх країн-членів Європейського Союзу, особливо його південно-східного регіону, така модель має перспективи до подальшого свого існування та розвитку. Така сама тенденція, на нашу думку, збережеться в сучасних умовах і для функціонування такої медіа-системи в країнах Європейського Союзу, що існує зараз з невеликими розбіжностями між країнами континентальної Європи та Великою Британією.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Bardeel J. Open Media, Open Society, Rise and Fall of the Dutch Media Model: a Case Study / J. Bardeel // *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.
2. Barendt E. *Media Law. Cases and Materials* / E. Barendt E., L. Hitchens. – Great Britain: Pearson Education Limited, 2000.
3. Bulgerman J-C. *Issues and Assumptions in Communications Policy and Research in Western Europe: a Critical Analysis* / J-C. Bulgerman // *International Media Research. A critical Survey* (edited by Corner John, Schlesinger Phillip, and Roger Silverstone). – London; New York: Routledge, 1997.
4. Collins R. *New Media, New Policies. Media and Communications Strategies for the Future* / R. Collins, C. Murrioni. – Cambridge: Polity Press, 1996.
5. Cowie C. *A Comparative Institutional Analysis of Communications Regulation* / C. Cowie, C. Marsden // *Convergence in European Digital TV Regulation* (Edited by Christopher T. Marsden and Stefaan G. Verhulst). – London: Blackstone Press Limited, 1999.
6. Demac D. *New Communication Technologies and Deregulation* / D. Demac, L. Sung // *Questioning the Media. A Critical Introduction* (Edited Downing John, Mohammadi Ali, and Sreberny-Mohammadi). Second Edition. – London: Sage Publications, 1995.
7. Gibbons T. *Regulating the Media* / T. Gibbons. Second edition. – London: Sweet & Maxwell, 1998.
8. Herman E. *Media in the US Political Economy* / E. Herman // *Questioning the Media. A Critical Introduction* (Edited Downing John, Mohammadi Ali, and Sreberny-Mohammadi). Second Edition. – London: Sage Publications, 1995.
9. Johnson O. *Journalism and Journalists-leaders or Servants? Transitional Problems of Mass Media in Post-communist Countries* / O. Johnson // *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.
10. Koetje H. *Looking Over the Fence: a European Frame of Reference* / H. Koetje // *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.
11. McQuail D. *Western European Media: The Mixed Model under Threat* / D. McQuail // *Questioning the Media. A Critical Introduction* (Edited Downing John, Mohammadi Ali, and Sreberny-Mohammadi). Second Edition. – London: Sage Publications, 1995.
12. Miettinen J. *Why Participate in the Forum? To Get Prepared for the Unexpected* / J. Miettinen // *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.
13. Morgan F. *Media Policy: Acid Test of Good Society* / F. Morgan // *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. – ISBN 5-7974-0034-0.
14. Mungiu-Pippidi A. *From State to Public Service: The Failed Reform of State Television in Central Eastern Europe* / A. Mungiu-Pippidi // *Reinventing Media. Media Policy Reform in East-Central Europe* (Edited by Sukosd Miklos and Bajomi-Lazar Peter). – Budapest: Central European University Press, 2003.
15. Paletz D. L. *Business as Usual: Continuity and Change in Central and Eastern European Media* / D. Paletz, K. Jakubowicz. – Cresskill, N.J.: Hampton Press, 2003. – 438 p. – ISBN 1-57273-265-2.
16. Seres L. *The Freedom of the Public Media in Hungary: A Libertarian Approach* / L. Seres // *Media and Politics. Conference Papers on the Interplay of Media and Politics* (Edited by Bajomi-Lazar, Peter and Hegedus Istvan). – Budapest: New Mandate Publishing House, 2001.
17. Tongue C. *Public Interest Issues in European Policies* / C. Tongue // *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.
18. Tunstall J. *The Media in Britain* / J. Tunstall. – Great Britain: Constable and Company Limited, 1983.
19. Tunstall J. *The Anglo-American Media Connection* / J. Tunstall, D. Machin D. – Oxford: Oxford University Press, 1999.
20. Woldt R. *The Future of the Dual System – Definition and Background* / R. Woldt // *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.

Рецензенти: Панченко П.П., д.і.н., професор;  
Котляр Ю.В., д.і.н., професор