

¹ Бобрович В., Сословская Е. Политология. – Минск: БГЭУ, 2006. – С. 63.

² Лученкова Е. Основы идеологии белорусского государства. – Минск: Вышэйшая школа, 2007. – С. 5.

³ Кипиани В. “Оппозиционеры на чужбине. Зенон Позняк и Семен Шарецкий о лукашизме и российском шовинизме”. – Киевские Ведомости. <<http://kipiani.org/plain.cgi?311>>, 05.08.2008.

⁴ Данилов А.П. Переходное общество: проблема системной трансформации. – Мн.: ООО “Харвит”, 1998. – 303 с.

⁵ Лученкова Е. Основы идеологии белорусского государства, Минск: Вышэйшая школа, 2007. – С. 5.

⁶ Режим доступу: <http://www.newsru.ua/world/29sep2008/bilorus.html>

УДК:32.019.51:316.774(438)

© Микола Прохоров (Чернівці)

РОЛЬ ЗМІ У СТАНОВЛЕННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩІ

У статті автор розкриває значення впливу засобів масової інформації на формування громадської думки громадян Республіки Польщі на прикладі процесів євроінтеграції. Проведено моніторинг та аналіз перебігу інформаційних кампаній щодо євроінтеграції. Простежено роль різних видів ЗМІ на формування громадської думки як чинників формування та відображення масової свідомості громадян.

Ключові слова: ЗМІ, засоби масової інформації, громадська думка, формування громадської думки, ЗМІ Польщі, європейська інтеграція Польщі.

Прохоров Н.

Роль СМИ в формировании общественного мнения Республики Польша

В статье автор раскрывает значение влияния средств массовой информации на формирование общественного мнения граждан Республики Польша на примере процессов евроинтеграции. Проведен мониторинг и анализ информационных кампаний евроинтеграции. Отслежено влияние отдельных видов СМИ на формирование общественного мнения, как факторов отражения формирования массового сознания граждан.

Ключевые слова: СМИ, средства массовой информации, общественное мнение, формирование общественного мнения, СМИ Польши, европейская интеграция Польши

Prokhorov M.

Media Importance in Public Opinion Molding of The Republic of Poland

The article reveals the impact of media in shaping public opinion of citizens of the Republic of Poland on the example of the European integration. Monitoring and analysis of the flow of information campaigns on European integration is carried out. The role of different types of media in public opinion molding as a factor in the formation and display of mass consciousness of citizens is disclosed.

Keywords: media, public opinion, molding public opinion, mass media in Poland, Poland's European integration.

У сучасному глобалізованому світі саме ЗМІ є посередниками між владою і суспільством і мають визначальний вплив на формування громадської думки, від чого значною мірою залежить ефективність діяльності усіх гілок влади, соціально-політична стабільність та економічне зростання в країні.

Важливою характеристикою ЗМІ є їх здатність до маніпулювання, тобто спрямованого впливу на громадську думку за допомогою керованих ефектів. Вважається, що головне призначення маніпулювання – мобілізація громадської думки на підтримку певних цілей та цінностей, тому ЗМІ є одним із вагомих чинників формування ставлення суспільства до політичних, соціальних та економічних процесів, що відбуваються в світі та державах як політичних акторах міжнародних відносин. Особливо важливий вплив ЗМІ на формування громадської думки є для країн, в яких відбуваються фундаментальні зміни в контексті інтеграційних процесів. Саме у таких країнах громадська думка сформована. ЗМІ може стати вирішальним чинником у подальшій інтенсифікації чи нівелюванні цих процесів. Тому проблема впливу ЗМІ на формування громадської думки розглядається на прикладі Польської Республіки, яка декілька років тому була в центрі інтеграційних процесів, внаслідок яких вона стала членом Європейського Союзу. Особливо актуальним ця проблема є для України, оскільки зовнішньополітичний курс держави визначений саме за напрямом – євроінтеграція, а в Польщі сформована громадська думка, що без незалежної України не буде незалежної Польщі.¹

Проблема формування громадської думки та важливої ролі ЗМІ у цьому процесі розглядалася багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями, зокрема Ю. Лотманом, М. Маклюэном, Т. Ласуелом, Д. Беллом, К. Райтом, Ю. Габермасом, Дж. Кіном, Дж. Фіске, С. Холлом, С. Кара-Мурзою та ін. Перша і найстаріша школа досліджень соціального і політичного впливу ЗМІ виникла після Першої світової війни як реакція на створення індустрії реклами і зв'язків із громадськістю, очевидні успіхи військової пропаганди у розпалюванні ненависті до ворога, блискавого використання нацистами нових засобів кіно і радіо для консолідації масової свідомості.²

Мас-медіа беруть безпосередню участь у формуванні суспільної думки шляхом поширення тієї чи іншої інформації та оприлюднення тих чи інших фактів, які саме завдяки діяльності ЗМІ стають подією. З огляду на вплив ЗМІ на усі сфери життєдіяльності суспільства, завдяки чому вони стали невід'ємною складовою сучасної комунікації, мас-медіа спрямовано можуть продукувати громадську думку, здійснювати тиражування певних інформаційних смислів та кодів. Важливо усвідомлювати, що ЗМІ не розповідають про навколишній світ, а конструюють його; а саме, модулюють суб'єктивне, неадекватне сприйняття дійсності, змінюють поведінку суспільства та ставлення до тих чи інших подій та явищ.

З огляду на те, що в травні 2004 року Польща стала членом євроспільноти, може видатися, що польські дебати щодо вступу розпочалися щонайменше десятиліття тому – тим більше, що політичні рішення щодо вступу прийняті ще на початку 1990-х рр. Дійсно, перші кроки, спрямовані на забезпечення польському суспільству доступу до інформації про євроінтеграційні кроки уряду, були зроблені саме у цей період.

Вступ Польщі до Європейського Союзу має потужний вплив на життєдіяльність держави, тому проблематика ЄС знаходить широке відображення в польських мас-медіа. Найбільші польські щоденні видання – “Жечпосполіта”, “Газета Виборча”, “Жиче”, Польська Агенція Пресова (ПАП), а також Радіо “Плюс” уважно стежать за ситуацією в ЄС та інформують польське суспільство.

Під час проведення інформаційної кампанії, присвяченої вступу Польщі до ЄС, переважна більшість польських засобів масової інформації тією чи іншою мірою зайняли “єврооптимістичну” позицію. У найбільш тиражних газетах, що мають серйозний вплив на формування громадської думки (“Gazeta Wyborcza”, “Rzeczpospolita”), виразно домінували публікації, в яких акцент було зроблено на перевагах Польщі зі вступом до ЄС.

Аналогічна ситуація спостерігалася в інформаційних та суспільно-політичних програмах на всіх державних телеканалах (Polsat, TVN, TVP1, TVP2 тощо). В ефірі щоденно були присутні документальні фільми із серій “Йдемо до Європи”, “ЄС – це ми” та програми, в яких демонструвалися позитивні моменти, що змінять життя для пересічних громадян Польщі після “повернення до Європи”.³

Під час проведення інформаційної кампанії стосовно вступу до ЄС значно збільшилася кількість інформації на цю тему в мережі Інтернет. З певною мірою умовності можна виокремити декілька видів “єврооптимістичних” сайтів. До першої групи належали сторінки, підтримувані Департаментом Комітету Європейської інтеграції (www.ukie.gov.pl; www.cie.gov.pl), на яких розміщувалася інформація, присвячена історії взаємин ЄС та Польщі, бази даних документів, які стосуються цих взаємин, матеріали опитувань громадської думки та аналітичні розвідки, підготовані незалежними аналітичними центрами.

До другої можна віднести сторінки неурядових організацій, головною метою діяльності яких є сприяння процесу євроінтеграції (наприклад- Фондації “Unia&Polska” (www.unia-polska.pl) та Фондації Шумана (www.schuman.org.pl)). На них, окрім інформаційних матеріалів, розміщено підбірки публіцистичних та полемічних текстів. Третю групу складають сайти, основною метою яких є підтримання дискусій про майбутнє Європи і польське місце в ній (наприклад – www.futurum.gov.pl). Центральне місце на таких сайтах займають підбірки публікацій з різних ЗМІ та форум читачів.⁴

Умовний табір польських “євроскептиків” був достатньо різномірним. Серед політичних сил, представлених у парламенті, найбільшим євроскепсисом вирізнялися Самооборона та Ліга Польських Родин. Інформаційні можливості для проведення “антиєвропейської” пропаганди у них були обмеженими. Автори, які агітували проти вступу до ЄС, могли розраховувати на публікацію в таких часописах як “Nasza Polska”, “Nasz Dziennik”, “Tygodnik Glos”, “Niedziela-tygodnik katolicki”, “Polskie jutro” та деяких інших. Єдиним недрукованим засобом масової інформації, який зайняв негативну позицію щодо вступу до ЄС, було католицьке “Radio Maryja”, чію аудиторію складають, головним чином, жителі сіл та люди старшого віку.

Більш помітною була присутність “євроскептиків” у мережі Інтернет. Зокрема, на порталі “Nasza witryna” (www.naszawitryna.pl) було створено оперативну оновлювану базу даних усіх польських публікацій, в яких містяться аргументи проти вступу до Євросоюзу, а також подано чи не вичерпний перелік лінків на подібні ресурси (найбільш значні – “Ojczyzna” (www.ojczyzna.pl), “Prawy portal” (www.prawy.pl), “Inne strony integracji” (www.innestrony.pl)).

Важливими в контексті підтримки євроінтеграції у польських мас-медіа є два моменти. По-перше, найтиражніші газети Польщі є приватними і підтримка державної політики, спрямованої на євроінтеграцію з їхнього боку, була абсолютно добровільною та такою, що відповідала не лише

позиції власників, але й журналістських колективів. По-друге, як слушно зауважив Голова Клубу Європейських журналістів Спілки журналістів Польщі Марек Саріюш-Вольський, у багатьох випадках дискусія з радикальними противниками вступу була б марною тратою часу.

Зі свого боку, противники інтеграції звинувачували ЗМІ в тому, що вони цілеспрямовано маніпулюють громадською думкою, перейшовши межу між інформуванням та пропагандою. Протягом усього періоду, коли тривала інформаційна кампанія, вони повторювали гасло, яке сформулював директор радіостанції “Radio Maryja” ксьондз Тадеуш Ридзик: “Польща потребує всенародної дискусії, а не пропагандистської компанії загальнонаціонального масштабу”.

Варто зазначити, що під час проведення інформаційних кампаній на різних етапах процесу євроінтеграції в Польщі вносилися корективи з урахуванням попередніх прорахунків і була посилена роль засобів масової інформації щодо переваг вступу Польщі до ЄС. Про це свідчать дослідження громадської думки, проведені виданням “Жечпосполіта”, які наочно підтверджують вплив ЗМІ на формування громадської думки. Наприклад, найбільш позитивно поставилися до ідеї вступу Польщі в ЄС саме ті соціальні групи та верстви населення, які є найактивнішими споживачами продукту ЗМІ.⁵

Реалії засвідчують незамінну роль засобів масової інформації у процесі взаємодії між владними інституціями та громадськістю. ЗМІ стають дуже впливовим суспільним інститутом, зростає їх значення як джерела інформації та чинника, що значною мірою впливає на формування суспільних настроїв. Так, результати опитування громадської думки в Польщі підтвердили, що переважна більшість громадян прагнула отримувати інформацію з питань євроінтеграції власне із ЗМІ.

Кілька основних характеристик сучасних засобів масової інформації визначають їх домінуючу позицію у процесі комунікації, зокрема й під час інформаційних кампаній, спрямованих на формування громадської думки.

По-перше, засоби масової інформації мають виключну здатність безпосередньо звертатися до громадськості і справляють величезний вплив на суспільну думку та формування позитивного ставлення громадян до певного державного рішення чи стратегії.

По-друге, як свідчать результати соціологічних опитувань, ЗМІ користуються досить високим рівнем суспільної довіри як суб'єкти з активною позицією й відносно незначною заангажованістю. Так, державні телебачення і радіо в Польщі входять у трійку найбільш гідних довіри джерел інформації. Найбільшою достовірністю, на думку опитаних, характеризуються інформаційні радіо- і телепрограми, а також щоденна преса.⁶

Виключну позицію серед ЗМІ займає телебачення, яке гарантує привернення уваги та надання інформації багатомільйонній аудиторії. Перевагою телебачення є також швидкість надання інформації, внаслідок чого до споживача потрапляє актуальна та достовірна інформація.

Аналіз основних програмних документів та перебігу інформаційних кампаній на тему європейської інтеграції в Польщі свідчить, що уряд надавав ключового значення співпраці із засобами масової інформації. Зокрема, зазначається, що ЗМІ, державні і комерційні, загальнопольські, регіональні і місцеві, є важливими партнерами уряду в реалізації стратегічних завдань політики інформування, які (передусім державні видання, публічні телебачення і радіо) безпосередньо забезпечують реалізацію права громадян на інформацію.

З урахуванням досвіду Польщі можна запропонувати основні рекомендації для їх подальшого використання в українській практиці. Для заохочення засобів масової інформації до участі в інформаційних кампаніях належить вишукувати можливості для спрощення процедур отримання грантів і забезпечення коштів для реалізації проектів як з державного бюджету, так і з програм підтримки ЄС. Уряду необхідно забезпечити журналістам легкий доступ до “євроінформації”, сприяти в підготовці та оприлюдненні відповідних матеріалів. З метою отримання максимальних результатів варто чітко визначити цільові аудиторії (окремі соціальні групи, у тому числі прихильники і противники ідеї інтеграції), до яких буде скерована інформація. Форма та спосіб подання інформації має залежати від потреб та запитів аудиторії, що забезпечить ефективність сприйняття повідомлення.

У перспективі вивчення основних принципів організації взаємодії між органами державної влади і громадськістю, діяльності ЗМІ, які в сучасних умовах відіграють визначальну роль у цьому процесі, на прикладі інформаційних кампаній щодо європейської інтеграції в Польщі стане важливою складовою ґрунтового дослідження засад здійснення суспільного діалогу, забезпечення участі громадян в обговоренні та виробленні державної політики, гарантування їх прав на отримання та доступ до інформації в контексті розвитку громадянського суспільства і поглиблення демократії в Україні.⁷

Підсумовуючи, зазначимо, що використання напрацювань Польщі у галузі інформування громадськості та співпраці із засобами масової інформації сприятиме успішній реалізації завдань Української держави у сфері європейської інтеграції та підвищенню рівня громадської підтримки ідеї зближення з ЄС. Моніторинг польських мас-медіа щодо відображення процесів формування громадської думки на прикладі євроінтеграції та порівняльний аналіз перебігу інформаційних кампаній щодо євроінтеграції в Україні та Польщі свідчить, що визначальну роль у формуванні громадської думки в країні є саме засоби масової інформації, оскільки вони є ключовим чинником формування та відображення масової свідомості громадян.

¹ O'Sullivan, Tim, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, and John Fiske. Key Concepts in Communication and Cultural Studies. – London, 2001. – P.321–325.

² Макквел Деніс. Теорія масової комунікації. – Лондон, 2001. – 211 с.

³ Aleksander Chycki. Manipulate “Gazety Wyborczej” // Nasz Dziennik, 27.03.2002. – S.21.

⁴ Janusz Konrad Dobosz. Polska-Niemcy. Trudne siedztwo. – Warszawa, 2006. – S.87.

⁵ Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадське суспільство. – Львів: Літопис, 2003. – С.125

⁶ Марек Саріюш-Вольський. Навколо польських дебатів на тему вступу до ЄС: пастки, непорозуміння й шанси/Процеси євроінтеграції в Україні та Польщі: точка зору громадських організацій. – К., 2003 – С.35.

⁷ Європейські комунікації. – К.: Центр вільної преси, 2007. – 536 с.

УДК:323.15(438)

© Сергій Швидюк (Чернівці)

ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕТНОНАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА

У статті розглядається процес формування нормативно-правової бази функціонування етнонаціональних меншин у Республіці Польща. Зокрема встановлено, що у Польщі, починаючи з кінця 1980-х рр., застосовувалися різні способи правового регулювання етнонаціональної політики, а саме: відображення потреб меншин у галузевому законодавстві і двосторонніх договорах, включення відповідних норм до польської Конституції, у підсумку – прийняття окремого закону про національні та етнічні меншини й регіональну мову.

Ключові слова: нормативно-правова база етнонаціональної політики, етнонаціональні меншини в Польщі, Закон про національні й етнічні меншини та регіональну мову.

Швидюк С.

Формирование нормативно-правовой базы функционирования этнонациональных меньшинств в Республике Польша

В статье рассматривается процесс формирования нормативно-правовой базы функционирования этнонациональных меньшинств в Республике Польша. В частности установлено, что в Польше, начиная с конца 1980-х гг., применялись разные способы правового регулирования этнонациональной политики, а именно: отражение потребностей меньшинств в отраслевом законодательстве и двусторонних договорах, включение соответствующих норм в польскую Конституцию и в итоге – принятие отдельного закона о национальных и этнических меньшинствах и региональном языке.

Ключевые слова: нормативно-правовая база этнонациональной политики, этнонациональные меньшинства в Польше, Закон о национальных и этнических меньшинствах и региональном языке.

Shvyduk S.

Formation of National and Ethnic Minority Legislation in Republic of Poland

The article deals with the formation of national and ethnic minority legislation in Republic of Poland. The author proved that in Poland since late 1980s different methods of ethnic policy legislation were used: mapping needs of minorities in the sectoral legislation and bilateral agreements, including appropriate provisions to the Polish Constitution, and finally the adoption of a separate law on National and Ethnic Minorities and Regional Language.

Key words: ethnic policy legislation, national and ethnic minorities in Poland, law on national minorities and regional language.

На межі 1980-1990-х рр. трансформація суспільно-політичного ладу Польщі поставила на порядок денний пошук нових моделей відносин у суспільстві, зокрема й щодо стосунків у трикутнику “етнонаціональні меншини – польська більшість – держава”. Цьому сприяло те, що потреби та вимоги етнонаціональних спільнот вийшли поза межі суспільно-культурних товариств, і меншинна проблематика стала з'являтися й на політичному рівні, зокрема під час виборів та у парламенті. Водночас врегулювання статусу й окреслення зобов'язань держави щодо національних і етнічних меншин стали складовою процесу створення нової дієвої системи захисту прав людини і громадянина. Важливу роль у цьому процесі відігравали самі представники національних й етнічних меншин та їхні організації – активні учасники суспільно-політичного життя у Польщі кінця 1980-х – початку 1990-х рр.

Мета статті – розкрити процес формування нормативно-правової бази функціонування етнонаціональних меншин у Республіці Польща. Для її досягнення необхідно виконати такі завдання: