

Джерела

1. Гаврилов Б. Реальная война в виртуальном мире // Труд. – 2005. – 1 сентября.
2. Еляков А. Компьютерный терроризм. / Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 10. – С. 102–105.
3. Копійка В. В. Європейський Союз: Досвід розширення і Україна. – К.: Юрид. Думка, 2005. – 448 с.
4. Кудрявцева Е. Ю. Латинская Америка / Мерко-сур: трудности и ожидания современного этапа. – 2008. – № 3. – С. 56–59.
5. Макаренко Є. А., Рижиков М. М., Ожеван М. А. Міжнародні інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 916 с.

б. Носенко В. Компьютерный терроризм. – Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 3. – С. 29–36.

7. Пузырёв Д. Терроризм в современных междуна-родных отношениях / Мировая экономика и междуна-родные отношения. – 2008. – № 8. – С. 63–67.

8. Хиршман К. Меняющееся обличье терроризма / Международный терроризм и право. – М., 2004. – С. 562

9. Denning D. Cyber Terrorism. Testimony Before Before the Special Oversight Panel on Terrorism. Georgetown. – 2000. – P. 415.

10. Politt M. Cyber Terrorism. Flack of Fancy / Proceed of the 20th National Information Systems Security Conference. Washington October 1997. – P. 347.



«Уся Польща ближча до тебе!»



Юрій СОКАЛЬСЬКИЙ,
доктор політології

Супутниковий канал громадського (суспільного) телебачення Польщі TV Polonia («ТБ Полонія») розпочав трансляцію 31 березня 1993 року. Адресна аудиторія каналу – переважно поляки, котрі мешкають за кордоном, а також іноземці¹.

Поважна місія

Він народився третім серед телеканалів Польщі (після TVP1 і TVP2) на підставі Закону Республіки Польща «Про радіомовлення та телебачення» від 29 грудня 1992 року. В розділі 4-му «Громадське радіомовлення і телебачення» (стаття 26, пункт 2) законодавчий орган закріпив таке положення: «Громадське телебачення створюється товариством «Польське телебачення – Акціонерне товариство», заснованим з метою створення й поширення за-

гальнодержавних каналів I, II і TV Polonia, а також регіональних телестанцій».

«ТБ Полонія» – невід’ємна частина громадського (суспільного) телебачення Польщі (Telewizji Polskiej S. A. – акціонерного товариства Державного казначейства), яке нині є досить розгалуженим і складається з дев’яти телеканалів: трьох загальнодержавних – TVP1, TVP2, TVP INFO, супутникового для закордону – TV Polonia, першого каналу високої роздільності – TVP HD², а також

¹ Пробна трансляція каналу відбулася 24 жовтня 1992 року.

² Перший канал у стандарті HD (high definition). Старт TVP HD збігся з початком літніх Олімпійських ігор у Пекіні – 8 серпня 2008 року. Нині це загальнотематичний канал, який використовує програми інших каналів публічного телебачення, художні й документальні фільми, серіали, культурно-розважальні програми. Згідно з ліцензією пріоритетом каналу є спорт (турніри, матчі тощо), на що відведено майже 25% часу трансляції. Канал працює в ефірі щодня з 08.00 до 24.00.

спеціальних – *TVP Kultura, TVP Historia, TVP Sport, BELSAT TV*³.

Громадське телебачення Польщі – лідер польського телевізійного простору з 48,4-відсотковою часткою на ринку (станом на 2007 рік). 2006 року корпоративні акції *TVP* досягнули найвищої вартості порівняно з усіма громадськими телеканалами Євросоюзу.

TV Polonia реалізує побажання передусім польської діаспори та інституцій парламенту й уряду, що працюють з польською діаспорою: Комісія зв'язків з поляками за кордоном Сейму Республіки Польща, Президія Сенату РП, Комісія еміграції та поляків за кордоном Сенату РП, Консульський департамент та Міністерство закордонних справ РП, канцелярія президента РП, а також товариство «Спільнота польська», фундація «Допомога полякам на сході», Інститут Адама Міцкевича.

Як складова частина структури *TVP* канал підпорядковується голові правління громадського телебачення Польщі, а також має власну програмну раду у складі парламентаріїв, науковців, журналістів, педагогів, політиків.

Згідно з інтернет-даними⁴, 2008 року бюджет каналу становив 54 млн. злотих. 2009-го фінансування зменшилося на чверть і дорівнювало 39 млн. злотих, із яких 28 млн. – кошти громадського телебачення, близько 11 млн. – дотація МЗС Польщі.

Основною метою діяльності каналу *ТВ Полонія* був і залишається зв'язок поляків-співвітчизників у країні та за кордоном.

Найважливіша місія каналу – підтримка польської самосвідомості у нинішньої та наступних генерацій поляків. Цьому сприяє популяризація рідної мови, культури, історії. Важливою також є **інформаційна функція каналу** як щоденного постачальника свіжої порції новин із Польщі. За допомогою спеціальних програм, присвячених проблемам та здобуткам полонійних середовищ, канал інтегрує поляків, розсіяних по світу. Він розповідає про знаменитих співвітчизників, їхній внесок до скарбниці світових досягнень.

Ще одна не менш важлива роль каналу – **створення позитивного іміджу Польщі та поляків**, пропагування за кордоном здобутків країни у всіх сферах життя. Це ніби свого роду візитівка Польщі в інформаційному просторі цілого світу.

Трансляція ведеться щодня і цілодобово у трьох часових поясах – європейському, американському, австралійському. Для громадян інших країн, котрі не знають польської мови, проте цікавляться Польщею, існують англомовні версії деяких програм.

Глядач *TV Polonia*

Доволі різний – як з огляду на географічний пункт бачення (від Америки до України), так і з огляду на культурно-освітній рівень. Тому задовольнити всі прагнення аудиторії непросто. Вирізняються певні групи глядачів:

– **так звана стара еміграція**, серед котрої є нащадки численної економічної еміграції рубежу XIX і XX століть (мешкають переважно у США, Франції, Бельгії); за допомогою телебачення вони вдосконалюють польську мову, спостерігають за розвитком Польщі; є також представники «великої повоєнної еміграції»;

– **чергова «велика еміграція»**, економічна та політична 1970–1980 років, налічує близько мільйона осіб; це – найвідданіші телеглядачі старшого та середнього віку, котрі переважно добре освічені, знають місцеву мову, матеріально та професійно стабільні;

– **поляки та польськомовні особи в Німеччині**, попри те, як вони себе ідентифікують, – одна з найбільших глядацьких груп, вирізняється серед емігрантів 1970–1980 років, сформована громадянами, що виїжджали з Польщі, посилаючись на німецьке коріння, але залишаються тісно пов'язаними з польською культурою;

– **молодь, що після 2004 року виїхала з Польщі в пошуках роботи**, перебуває за кордоном тимчасово, користується Інтернетом, тяжко працює, не має часу на регулярний перегляд телебачення; однак саме ця група активізувала польське життя у Великій Британії, Ірландії, поступово створюючи нові товариства, власні газети та радіостанції;

– **поляки Литви, Білорусі, Казахстану, Сибіру та України**; історія віддалила їх від Польщі, як вони самі інколи кажуть, «не вони виїхали з Польщі, а Польща «виїхала» від них»; є особи, котрі називають себе поляками, а також багато громадян зі змішаним корінням, які відчують зв'язок з Польщею.

Наприкінці 2007 року *TV Polonia* вперше дослідила свою аудиторію. З огляду на труднощі виокремлення репрезентованих територіально груп та надто великі кошти на вивчення розпоросених по світу глядачів, анкетування проводилось за допомогою Інтернету. Отже, воно не є цілковито репрезентативним. Завдяки полонійним організаціям і мас-медіа, а також користувачам 80 тисяч інтернет-порталів удалося охопити близько 55 тисяч респондентів, які перебувають поза межами Польщі довше, ніж один місяць.

Характеристика аудиторії

Країни проживання. Серед глядачів, котрі регулярно переглядають *TV Polonia*, найбільшими є групи з:

- Великої Британії або Ірландії (29,3%);
- Німеччини (21,8%);
- США та Канади (10,6%);
- Бельгії та Голландії (7,1%);
- Франції (5,9%).

Найменший відсоток (близько 3%) припадає на Литву, Білорусь, Іспанію, Швецію, Італію, Австралію, Австрію, Данію, Грецію, Швейцарію, Кіпр та Україну.

Характер перебування за кордоном. Глядачі, котрі відповіли на інтернет-анкету, – насамперед особи, що мають польське громадянство (98,5%) й перебувають за межами Польщі такий термін:

- менше 1 року (18,8%);
- 1–2 роки (24,6%);
- 2–5 років (35,6%);
- понад 5 років (21,1%).

Стать, вік, сімейний стан. Глядачами є й жінки (51,7%), й чоловіки (48,3%), перебувають у шлюбі (57,5%), у віці:

- 15–25 років (22,1%);
- 26–35 років (39,9%);
- 36–45 років (18,4%);
- 46 років і більше (19,5%).

Освіта, професійний статус, сфера діяльності. Понад 35,6% глядачів мають вищу освіту (в тому числі



³ Незалежне супутникове телебачення для Білорусі.

⁴ www.money.pl



ліценціат), 49,4% – середню загальноосвітню, середню професійну і середню спеціальну. Тільки 0,5% не мають освіти. Серед опитаних 57,8% забезпечені штатною роботою, 11,8% займаються власною господарською діяльністю, 6,7% стажуються або навчаються.

Аудиторія і способи приймання сигналу. Телебачення є істотним джерелом інформації для тих, хто мешкає за кордоном. Польськомовні канали переглядають 40% вихідців із Польщі. Доступ до телебачення забезпечується в такий спосіб:

- завдяки цифровим платформам (62,7%);
- за посередництва індивідуальних супутникових антен (30,1%).

Програмні пропозиції. Глядачі з-за кордону найчастіше обирають:

- інформаційні програми (70,5%);
- польські серіали (55,9%);
- художні фільми (35,8%);
- програми про Польщу (27,1%);
- розважальні передачі (25,6%);
- програми на теми культури (23,8%).

Характерні риси програмної сітки

З одного боку, канал має виконувати місію суспільного телетранслятора, а також статутні завдання, з другого – брати до уваги різноманітні інтереси глядачів, аби кожен із них знайшов щось корисне для себе. Зазначмо, що специфічною рисою *TV Polonia* є повторення найкращої продукції ефірних каналів громадського телебачення. Статут від 22 січня 1993 року передбачає, що канал покликаний насамперед повторювати програми, які раніше транслювали ефірні канали *TVPI* і *TVP2*. Програмне наповнення забезпечується шляхом трансляції інформаційних програм із загальнопольської громадської антени, повторення програм, раніше наданих структурами *TVP*, архівних збірань польського телебачення (від початку його існування).

Із думкою про потреби глядачів за кордоном канал створює також власний продукт. Флагманами серед таких програм є «Тиждень Польщі», «Здалеку і зблизька», «Сніданок на підвечір», документальні фільми, телетурніри знань про історію, культуру, природу («Скарби невідкриті», «*Made in Poland*»), програми, присвячені традиціям («Смак традиції», «Польща добре смакує»), краєзнавчі («Запрошення», «Польща на *weekend*»).

Проблеми та прагнення

Близько 20% аудиторії охоче переглядають документальні фільми, публіцистичні, історичні та політичні програми, репортажі з різних регіонів Батьківщини. Понад 50% глядачів задоволені пропозиціями *TV Polonia*. Решта очікує збагачення програмної мережі художніми фільмами з найвишого доробку польської та зарубіжної кінематографії, розважальними та

музичними програмами, найважливішими спортивними подіями, матчами з участю польських команд.

TV Polonia намагається справдити очікування глядачів, хоча це не завжди вдається з огляду на правову обмеженість (брак ліцензій для супутникової трансляції, авторські права тощо) та фінансові можливості, що вдсятеро менші від забезпечення ефірних каналів. Канал *TV Polonia* є відкритим (незакодованим), доступним у кожному куточку світу, де приймають супутниковий сигнал *Astra*. Тому ліцензії забороняють транслювати престижні спортивні заходи на такій відкритій антені. Недостатня кількість нових польських художніх фільмів зумовлена високими цінами авторських прав (канал не має фінансових можливостей закупівлі стрічок одразу після їхньої прем'єри). Крім того, *TV Polonia* має право на показ фільмів тільки після прем'єри на ефірних каналах.

Плани на майбутнє:

- розширення доступу для прийому каналу;
- насичення програмних пропозицій відповідно до фінансових можливостей;
- програмне «омолодження» зі збереженням пріоритетів – пошук нових глядачів без втрати старих;
- інтенсифікація просування каналу за кордоном і в Польщі.

Приймання сигналу *TV Polonia*

Є можливим за допомогою супутникових антен, кабельних мереж, цифрових платформ, ефірних трансляторів, Інтернету. Канал доступний у Європі, Азії, Північній та Південній Америці й Австралії.

У Європі сигнал можна «ловити» через супутник *Hot Bird*, *Astra 1Kr* і *W3A*. Сигнал доступний також у кабельних мережах Австрії, Бельгії, Білорусі, Болгарії, Данії, Естонії, Фінляндії, Франції, Грузії, Іспанії, Литви, Латвії, Німеччини, Швейцарії, Румунії, Швеції, Угорщини, України. В ефірному (наземному) режимі канал присутній в деяких місцях компактного проживання поляків у Литві та Україні, за допомогою технології *ADSL*⁵ – у Франції. У Північній Америці поширюється через *GlobeCast Direct TV*, у Південній Америці – супутником *Satmex* та системою *Direct-to-Home*⁶. *TV Polonia* приймає також мешканці Австралії, Нової Зеландії (там поширює сигнал фірма *PUMA MEDIA*) й Казахстану – ефірний транслятор, а також за посередництва Інтернету (платна послуга на замовлення *on demand*). У Росії доступ каналу забезпечують індивідуальні супутникові антени. В Африці приймання здійснюють супутники *Astra 1Kr*, в Азії – супутник *W3A*.

Приблизна кількість глядачів каналу у світі – 17,3 млн. осіб, в Україні – кілька десятків тисяч.

У каналу *TV Polonia* попереду чимало завдань. Однак телевізійники впевнено дивляться в майбутнє, окрилені благородною місією єднання поляків по всьому світу. Недарма девізом «ТБ Полонії» є: «Уся Польща ближча до тебе!»

⁵ *ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line* – асиметрична цифрова абонентська лінія) – модемна технологія для перетворення стандартних телефонних аналогових мереж на мережі високошвидкісного доступу.

⁶ Система безпосереднього супутникового мовлення *DTH (Direct-to-Home)*, складається з наземної станції, котра передає сигнал на супутник. Розташовані на супутнику проміжні станції приймають сигнал, перебудовують частоту та підсилюють його, перш ніж надати концентрований сигнал на наземні приймачі в зоні покриття. *DTH* дає можливість досягти конкретного глядача, цільової аудиторії, в тому числі вузької нішової, етнічної, адже канал стає доступним для всіх на території покриття супутника, обладнаного відповідним декодером. Тобто відпадає потреба в кабельній мережі та оплаті відповідної ретрансляції.