

ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ТА ІДЕОЛОГІЯ

DOI 10.31558/2519-2949.2020.1.9

УДК 323.316(438)“18/.19”:070

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5502-8367>

Павлюх М. В., Національний університет «Львівська політехніка»

ПОЛІТИЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ПОЛЬСЬКІЙ ЛОКАЛЬНІЙ ПРЕСІ (1989–2005)

Польська локальна преса є феноменом у сучасному сегменті польського ринку преси. Локальна польська преса розвинулася у посткомуністичний період, хоча розвиток польської локальної преси починається із XVIII століття. Територіальний – це основний із критеріїв поділу польських видань на локальні і сублокальні видання. У сучасній польській історіографії існує кілька підходів у дефініціях цього сегменту ринку преси Польщі, які сприймаються як синонімічні.

У статті здійснено комплексний аналіз найменшої ланки ринку польської преси. Простежено основні особливості польської локальної та сублокальної преси. Вивчено основні історичні етапи розвитку польської локальної преси, яка розвинулася після 1989 року. Розглянуто кілька важливих підходів у вивченні руху інформації сублокальної періодики. Відстежено трансформаційні зміни видань із тоталітарних до демократичних. Зазначено базові особливості локальної періодики, зокрема топонімічні обмеження, які є вагомим елементом особливості польської локальної періодики.

У статті вивчаються інформаційні виміри локальної преси, моделі взаємостосунків локальної преси та влади, які важливі для формування політичної локальної ідентичності. Через локальну періодику формується політична культура локальних спільнот, що є вагомим елементом формування політичної культури польської періодики і польського суспільства. У основних дефініціях домінують територіальний та інституційний принципи, коли преса розглядається як пресові органи партій, організацій у локальних спільнотах. Вивчення розвитку і функціонування польської локальної / сублокальної преси важливе, оскільки саме цей сегмент польського ринку преси формує польську локальну ідентичність, виражену у образі «малої батьківщини».

Ключові слова: локальна преса, сублокальна преса, політична локальна ідентичність, ринок преси.

Вступ. Локальний ринок преси шаленими темпами розвинувся після 1989 року. Локальні і сублокальні видання складають дві важливі групи преси польського медійного ринку. Вивчення цієї групи преси розглядаємо у загальній структурі польських ЗМІ, тому що вони творять політичну культуру локальних спільнот та важливі у побудові громадянського суспільства Польщі.

Постановка проблеми. Історія розвитку місцевої преси у Польщі дуже давня. Вона з'явилася усередині XVIII століття, коли відомі особи чи церковні парафії видавали газети в межах одного маленького міста (регіону). Перша локальна газета вийшла у провінції Пьотрков 5 січня 1873 року. Сучасний стан розвитку цієї преси зазнав періоду трансформації 90-х років XX століття в основі загальних демократичних змін у державі, тому у типології дослідників польської журналістики [5] наявний синонімізм понять: локальна преса – місцева преса, повітова преса; сублокальна преса – дільнична преса. Вивчення трансформаційного етапу локальної преси дає змогу з'ясувати механізм формування польської локальної ідентичності.

Мета наукової статті – дослідити феномен локальної / сублокальної польської преси та її роль у формуванні локальних ідентичностей для поляків, а також особливості цього сегменту ринку преси.

Методика дослідження. У статті використано низку наукових методів: функціональний (у аналізі вимірів та моделей польської локальної преси); загальний аналіз розвитку локальної періодики; синтез, хронологічний та типологічний наукові прийоми.

Найповніше локальні ЗМІ розвинулися у Сілезії, Великопольщі, Помор'ї, тобто районах, які мають найбільші традиції видання цієї типологічної групи преси. Розвиток нових локальних видань у період трансформації був пов'язаний із зростанням великої кількості громадських комітетів у локальних спільнотах. Локальні ЗМК широко представлені на польському медійному ринку: не тільки друкованої періодичної продукції, а й аудіовізуальної: телебачення і радіо (канали TVP-2, TVP-3, «Культура»). Протягом періоду системної трансформації у 90-х роках ХХ століття відбувся процес роздержавлення локальної преси: муніципальна преса майже зникла, виникла незалежна, приватна локальна преса, преса самоурядова і державна отримала різні джерела фінансування. Змінився зовнішній вигляд локальних видань: чорно-білий друк витіснено кольоровим, поліграфія поліпшилась, збільшився обсяг, виникла он-лайнова локальна журналістика.

Дослідники локальної преси виокремлюють кілька історичних етапів розвитку локальної преси, застосовуючи різноманітні підходи. В. Цісак розглядає розвиток локальної преси у процесі системної трансформації усєї націосистеми польських ЗМІ – трансформація колишніх вечірніх газет великих міст, що пропонують матеріали місцевого характеру. Розходження між локальними і регіональними газетами часто незначні – великі міські газети за тиражем і обсягом не поступаються регіональним виданням, наприклад, гданська «Вечур Вибжежа», – і полягають у топонічних обмеженнях локальних видань; фінансовий стан локальних газет у період трансформації залежав від локального ринку реклами і оголошень, ефективності рекламних кампаній, що залучали кошти рекламодавців у пакети локальних газет. «В сільських районах, зокрема в повітах, існує великий попит на інформацію, але він не настільки потужний, щоб споживати відносно дорогі високоякісні друковані періодичні видання. Відповідно, рекламодавці не можуть подавати достатні для інвестицій, обсяги реклами» [5, с. 138].

Усі ці етапи зведено у табл. 1.

Таблиця 1

Етапи розвитку локальної преси у Польщі

Історичні етапи розвитку польської локальної (сублокальної) преси	
<i>Вчені</i>	<i>Етапи</i>
В. Хороньзький	<i>Хронологічний принцип</i> героїчно-суспільний (1989-1991) політичний (концентрації) (1992-1993) ринковий: експансійний (1997), консолідаційний
А. П'ясецький	<i>Урядові каденції</i> I-ий (1990-1994), II-ий (1994-1998), III-ий (1998-2002), (2002-2006)...

Хронологічний принцип у вивченні історичних етапів розвитку домінує у працях В. Хороньзького [1]. Він виокремлює такі історичні етапи: героїчно-суспільний (1989 – 1991), політичний (концентрації) (1992 – 1993), ринковий. Ринковий етап має два підвиди: експансійний (1997), консолідаційний. Розвиток локальної преси розпочався із виходу локальних видань «Солідарності» 1989 року. Це були інформаційні бюлетені, видані Комісією «Солідарності» на локальних теренах, утворених у грудні 1988 року Комітетом Громадянським при Лехі Валенсі як демократичної опозиції («Tygodnik Mazowsze» – Варшава, «Goniec Małopolski» – Краків, «Solidarność Świętokrzyska» – Кільце, «Baszta» – Пижице).

Швидкого розвитку локальна преса отримала після 1989 року, коли був відмінений цензурний закон. Протягом першого героїчно-суспільного періоду відбувся процес становлення локальної преси: преса від тоталітарної переходить у незалежну, демократичну. Самвидавна, підпільна преса переходить в офіційну. Локальні видання отримують фінансову незалежність, відбувається процес роздержавлення муніципальної преси. Поряд з тим, у локальній пресі з'являється легка ейфорія політичних подій, героїчність і надії – головні настрої, які існували в тогочасних локальних спільнотах. На шпальтах локальних видань цього періоду виходить велика кількість матеріалів про діяльність «Солідарності».

Другий політичний етап – концентраційний (монополізований), коли утворилися великі видавничі групи в локальному медійному ринку. Чинниками концентрації були: незалежні професійні експерти журналістсько-видавничі; локальні приватні пресові видавництва; агенції інформаційно-рекламні; друкарні. Деякі видавці газет, передовсім локальних, нав'язували контакт з локальними урядами, щоб отримати фінансову знижку на свої додатки чи колонки, наприклад, «Głos Koszaliński»/«Głos Słupski». У деяких регіонах Польщі ця форма провадження «угодової» інформаційної політики перед локальною владою була негативним явищем для розвитку демократії. У процесі концентрації (монополізації) утворилися мегавидавничі видавництва – міні-концерни. Локальні газети, які видавали міні-концерни, мають сталу структуру: обслуговують цілий повіт, на першій шпальті надруковано головні локальні новини, формат А3, індивідуальна частина містить публіцистичні матеріали та рекламу. Після адміністративної реформи 1993 року з'явилося кілька нових сублокальних газет, які в назві мали прикметник «повітовий»: «Tygodnik Gorlicki – Gazeta Powiatowa», Gazeta Powiatowa (Велічка), «Drezdenko – Gazeta Powiatowa».

Третій ринковий етап триває і досі. Феномен бурхливого розвитку локальних медіа закінчився. З 1995 року починає розвиватися локальна он-лайнова журналістика («Niedzviczak» з Недзвіце Дужей). Локальні газети функціонують за загальними законами ринкової економіки, газети стають прибутковим товаром. Цей етап має два підетапи. З 1997 року в розвитку локальної преси наступив експансійний етап, виражений творенням на базі існуючих локальних видань нових додатків і консолідацією сильних, незалежних видань. Спроби поєднання державних локальних газет і незалежних (вільноринкових) відбувалися вкінці 90-х як і спроби «комерціалізації» урядових газет у вільноринкові.

Іншого підходу у вивченні історії розвитку локальної преси притримується А. П'ясецький [5], який синтетично схарактеризував локальні медіа після 1989 року, поділивши їх розвиток на етапи урядових каденцій (що чотири роки). Такий оригінальний підхід в історії вивчення функціонування локальної преси був пов'язаний з тим, що локальна преса з 1990 року була роздержавлена, позбавлена цензури і отримала нові стосунки з локальною владою. Перший етап розвитку локальних ЗМІ характеризує поява нових, незалежних, приватних видань («Gazeta Jędrzejowska», «Gazeta Starachowicka», «Tygodnik Starachowicki», «Tygodnik Skarżyski», «Tygodnik Konecki», «Tygodnik Poniżnia», «Echo Dnia»), але поряд з ними успішно функціонують державні. Другий етап характерний появою вагомих, впливових локальних медіа, до прикладу, «Echo Dnia» – локальний суспільно-політичний щоденник. Третій етап характерний боротьбою локальних видань за ринок в умовах конкуренції. Цей ринковий етап, який збігається із ринковим етапом В. Хороньзького, триває й досі: видання, які не витримують конкуренції, зникають або виходять малими тиражами.

На шпальтах локальних видань переважає локальна інформація, а не новини загальнодержавного значення. Рух локальної інформації в медійній системі відрізняється від руху загальної інформації в польській інформаційній націосистемі Польщі. Вплив локальної інформації здійснюється тривимірно [5]. Важливість локального спілкування, вплив локальної інформації і значення медіа реалізується у політично-демократичному, економічному та культурному вимірах.

Політично-демократичний вимір: побудова та розвиток локальної демократії вимагає доброго функціонування публічної сфери, яка представлена політичним та економічним життям. Розвиток локальної комунікації повинен сприяти опублікуванню істотної інформації для розвитку локальних спільнот к багатьох аспектах, сприяючи активності, політичної та економічної, у громадян. *Вимір економічний*: розвиток локальної комунікації спричинив економічний розвиток регіонів. Підприємці рекламують свої товари і послуги у локальній пресі. *Вимір культурний*: розвиток локальних медіа та локальної комунікації потрібно проглядати на тлі загальних процесів суспільного розвитку. Перехід суспільства від ери промислової до ери інформаційної керує розвитком локальних медіа, а також навпаки, вони самі керують розвитком локальним. Розвиток локальних медіа і комунікацій, на жаль, не є процесом незалежним. У цьому процесі мають вплив суб'єктивні чинники. До найважливіших належать: циклічність чи брак щоденної нової інформації для громадян, локальних новин; брак актуальності у відборі інформації; селекція у відборі новин і тематики, а також обмежений доступ до медійних новин.

Шалений розвиток локального ринку преси спричинився до топонімічних обмежень цієї преси. Це явище проявляється у повторенні назв газет і періодичних видань. Топонімічні обмеження локальних газет виражаються домінуванням іменника «тижневик» у назвах багатьох видань («Tygodnik Starachowicki», «Tygodnik Skarżyski», «Tygodnik Konecki», «Tygodnik Poniżnia»), іменника «газета» («Gazeta Jędrzejowska», «Gazeta Starachowicka»), прикметника «повітовий»

(«Tygodnik Gorlicki – Gazeta Powiatowa», Gazeta Powiatowa (Велічка), «Drezdenko – Gazeta Powiatowa»).

Гетерогенність локальної інформації і велика кількість локальних (сублокальних) часописів створюють локальний сегмент польського медійного ринку. В аналізі впливу локальної періодики на формування громадської думки, політичної культури локальних спільнот, впливу преси на політиків важливо розглянути моделі стосунків між владою та польською локальною пресою.

Т. Сасінська-Клас [4] і П. Шосток [4] виокремлюють три моделі стосунків між владою та локальною пресою.

Модель тріади «директивно-цензорська» полягає у залежності локального видання від влади. Вплив локальної влади зводиться до цензурування статей. У сучасній польській локальній пресі існує цей різновид тріади: коли головним джерелом фінансування локальної преси виступає державний бюджет, тоді локальне видання залежне від влади і не може дозволити собі відверту критику локальних політиків. Сучасна незалежна локальна газета не містить цієї моделі взаємостосунків преси і влади. «Незалежна локальна газета – видання, за яким не стоїть жодна партія чи політичних рух, навіть коли редакція має виразні політичні погляди, зберігаючи дистанцію до різних політичних сил. Вигляд незалежної польської газети не має відповідників у цілому світі. Ця преса належить до групи інформаційно-опінієтворчої преси Польщі» [3].

Другий різновид – дорадчо-консультаційна модель. Вона зводиться до консультування, отримання консультацій журналістом від чиновника. Цю модель широко застосовують і державні, і приватні видання. Журналісти консультативні матеріали подають у вигляді коментарів політиків у тій чи іншій проблемі. У цій моделі журналіст не такий залежний від влади як у першій. Журналіст та політик у цій моделі мають стосунки партнерські. Політики зацікавлені в наданні консультацій і особистих коментарів, бо це підкреслює їхній позитивний імідж.

Третій різновид «ліберально-партнерська» модель означає повну редакційну свободу. Редакція сама формує власну ідеологію видання, вирішує, які матеріали друкувати. Журналісти мають повну свободу у виборі тематики, можуть публікувати суворі матеріали про владу, критичні сенсації і скандали. Поряд з тим, ця модель передбачає зворотну реакцію між автором і його читачем.

Локальна преса формує політичну культуру в регіонах через такі елементи: політичної культури та громадської думки. Політична культура охоплює історичну свідомість, політичну соціалізацію, політичну активність. Культивування історичної свідомості у локальній пресі здійснюється завдяки «образу малої батьківщини» (ідентичності). Культивування почуття ідентичності до «маленької батьківщини» присутнє в сучасній локальній пресі сьогодні. Локальні і регіональні медіа зміцнюють ідентичність, культуру регіонів, дають відчуття активного громадянина [2]. Формування локальної політичної культури здійснюється у вигляді двошарової ланки, в якій локальна влада взаємно впливає на локальну (сублокальну) пресу; локальна преса формує громадську думку та локальну ідентичність через медіальний образ «малої батьківщини; громадська думка – важливий компонент політичної культури локальної спільноти:

локальна влада ↔ локальна/сублокальна преса → громадська думка, образ «малої батьківщини»;

Рис. 1

локальна преса → громадська думка → політична культура локальної спільноти
 ↓
політична культура
(історичні свідомість, політична соціалізація і активність у повітах, містах).

Рис. 2

Отже, локальна преса формує локальну ідентичність польських регіонів. Саме через медійний образ «малої батьківщини» локальна влада впливає на громадську думку; громадська думка, сформована локальною пресою формує політичну культуру локальної спільноти, яка взаємозалежна

від загальної політичної культури польського суспільства. «Преса локальна і сублокальна – елемент культури громадянського суспільства. Локальні медіа забезпечують демократію на найнижчому рівні. Громадянське суспільство без незалежної локальної преси просто не існує» [6, с. 194]. Тому політична ідентичність локальної преси – важлива компонента у формуванні політичної культури усієї польської держави.

Результати дослідження. Локальна і сублокальна преса – окрема самостійна група преси, що формує громадську думку, політичну культуру локальних спільнот, локальний патріотизм та зміцнює ідентичність, бере активну участь у побудові громадянського суспільства, контролює діяльність місцевих органів влади. До головних проблем цієї преси належать такі: залежність локальних газет від влади і міні-концернів, брак патріотичних елементів, надмірне «угодовство», домінування «легкостворюваної інформації», а не серйозних публікацій, постійний конфлікт з місцевою владою. Брак коштів для видання сублокальних газет – найбільш поширена проблема польського локального ринку. Залежність від місцевої влади та рекламодавців не дозволяють журналісту сублокальної газети писати критичні матеріали.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Локальна преса важлива структурна одиниця польського медійного ринку сучасності, завдяки якій формується політична ідентичність поляків у локальних спільнотах. Вивчення польського досвіду розвитку найнижчої структурної одиниці медійного ринку важливе для України. Тому цю проблематику досліджуватимемо у наступних статтях.

Бібліографічний список:

1. Chorążki W. (1999). Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999. *Zeszyty Prasoznawcze*. N. 1–2. S. 59–82. (In Polish)
2. Harasimiuk K. (2005). Organizatorska funkcja prasy lokalnej na przykładzie «Tygodnika Siedleckiego». *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*. Warszawa. S. 49–52. (In Polish)
3. Księski D. (2005). Model polskiej niezależnej gazety lokalnej. *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*. Warszawa. S. 43–49. (In Polish)
4. Szostok P. (2009). Współczesna prasa samorządowa w województwie śląskim. Analiza prasoznawczo – politologiczna wybranych tytułów. Katowice. 500 s. (In Polish)
5. Геруля М. (2001). Местная периодическая печать Польши 1990-х гг: типология, современное состояние и перспективы развития: автореф. Ростов – на – Дону. 40 с. (in Russian)
6. Дзюжинський К., Савіцькі А. 2010. Місцева преса – елемент культури громадянського суспільства після 1989 року в Польщі. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. N 3. С. 191–199. (in Ukraine)
7. Цісак В. (2000). Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989 – 1999). Київ. Центр вільної преси. 219 с. (in Ukraine)

References:

1. Chorążki W. (1999). Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999. *Zeszyty Prasoznawcze*. N. 1–2. S. 59–82. (In Polish)
2. Harasimiuk K. (2005). Organizatorska funkcja prasy lokalnej na przykładzie «Tygodnika Siedleckiego». *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*. Warszawa. S. 49–52. (In Polish)
3. Księski D. (2005). Model polskiej niezależnej gazety lokalnej. *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*. Warszawa. S. 43–49. (In Polish)
4. Szostok P. (2009). Współczesna prasa samorządowa w województwie śląskim. Analiza prasoznawczo – politologiczna wybranych tytułów. Katowice. 500 s. (In Polish)
5. Gerulya M. (2001). Mestnaya periodicheskaya pechat' Pol'shi 1990-kh gg: tipologiya, sovremennoye sostoyaniye i perspektivy razvitiya: avtoref. Rostov – na – Donu. 40 s. (in Russian)
6. Dzyuzhyn's'ki K., Savitski A. (2010). Mistseva presa – element kul'tury hromadyans'koho suspil'stva pislya 1989 roku v Pol'shchi. Mizhnarodnyy naukovyy forum: sotsiologiya, psykholohiya, pedahohika, menedzhment. N 3. S. 191–199. (in Ukraine)
7. Tsisak V. (2000). Transformatsiya presy v Ukrayini ta Pol'shchi v konteksti suspil'nykh zmin (1989 – 1999). Kyuyiv. Tsentr vil'noyi presy. 219 s. (in Ukraine)

Pavlyuh M. V. Political identity in the local press of Poland (1989–2005)

The Polish local press is a phenomenon in the modern segment of the Polish press market. The local Polish press developed in the post-communist period, although the development of the Polish local press began in the eighteenth century. Territorial is the main criterion for the division of Polish editions into local and sublocal editions. In contemporary Polish historiography, there are several approaches in the definitions of this segment of the Polish press market that are perceived as synonymous.

The article provides a comprehensive analysis of the smallest link in the Polish press market. The main features of the Polish local and sublocal press are traced. The main historical stages of the development of the Polish local press, which developed after 1989, were studied. Several important approaches to the studied movements of sublocal periodical information are considered. Transformational changes of issues from totalitarian to democratic have been monitored. The basic features of local periodicals, including toponymic restrictions, which are a significant feature of Polish local periodicals, are outlined.

The article examines the informational dimensions of the local press, the relationship models of the local press, and the authorities that are important for shaping political local identity. Through the local periodicals, the political culture of the local communities is formed, which is a significant element in shaping the political culture of the Polish periodicals and Polish society. The basic definitions are dominated by territorial and institutional principles when the press is regarded as the press organs of parties, organizations in local communities. Studying the development and functioning of the Polish local / sublocal press is important, as it is this segment of the Polish press market that forms the Polish local identity, expressed in the image of a "small homeland".

Key words: *local press, sublocal press, political local identity, press market.*