

<https://doi.org/10.31861/mediaforum.2019.7.63-80>

УДК: 32.019.51:070.15

© Іван Осадця¹

ВИКОРИСТАННЯ БОЛГАРСЬКИХ ЗМК ПОЛІТИЧНИМИ ПАРТІЯМИ У ПРОЦЕСІ КОМУНІКАЦІЇ

Стаття присвячена аналізу використання болгарських ЗМК політичними партіями у процесі комунікації. Встановлено залежність комунікаційної діяльності політичних партій та ЗМІ відносно трансформаційних процесів в країні. Наголошено на важливість демократизації болгарського суспільства, що значно сприяло розвитку засобів масової інформації країни. Розглянуто процес зміни медіа-ландшафту Болгарії в період переходу від соціалістичного шляху розвитку до громадянського суспільства, показані кількісні і якісні зміни в засобах масової інформації, а також присутність іноземних ЗМІ в країні. Описано процес переходу в кінці ХХ – на початку ХХІ ст. болгарської преси від майже тотального підпорядкування державі до певного дерегулювання. Вказано на появу великої кількості друкованих та електронних ЗМІ, що представляють альтернативні точки зору і відображають весь спектр політичного життя країни. Показано, що болгарські ЗМІ не є визначальним фактором політичного життя країни, але досить активно впливають на політичну ситуацію, при тому, що політична влада і ЗМІ знаходяться в тісному взаємозв'язку.

Ключові слова: Республіка Болгарія, засоби масової комунікації, друковані засоби масової інформації, телебачення, радіомовлення, Інтернет, політичні партії, комунікація.

Use of Bulgarian Media by Political Parties in Communication Processes

Political parties in the communication process devote the article to the analysis of the use of Bulgarian media. The dependence of communication

¹ Кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Україна, E-mail: i.osadtsa@chnu.edu.ua; <http://orcid.org/0000-0001-5593-5944>

activity of political parties and mass media on transformation processes in the country is established. The importance of democratization of Bulgarian society was emphasized, which significantly contributed to the development of the country's media. The process of changing the media landscape of Bulgaria during the transition from the socialist path of development to civil society is considered, quantitative and qualitative changes in the media, as well as the presence of foreign media in the country are shown. The process of transition in the late XX - early XXI century is described. Bulgarian press from almost total subordination to the state to a certain deregulation. The emergence of a large number of print and electronic media, representing alternative points of view and reflecting the full range of political life of the country. It is shown that the Bulgarian media are not a determining factor in the country's political life, but they are quite active in influencing the political agenda, despite the fact that political power and the media are closely intertwined.

64

Keywords: Republic of Bulgaria, mass media, print mass media, television, radio broadcasting, Internet, political parties, communication.

Постановка проблеми. Медіасистема Республіки Болгарія формувалася протягом багатьох років. Кардинальні політичні зміни в болгарському суспільстві, що відбулися в 1990-х рр., призвели до трансформації медіасистеми, змінилася сама природа і функції ЗМК. Європейська і євроатлантична інтеграція Болгарії в НАТО і ЄС допомогли привести медіазаконодавство країни до необхідних стандартів.

Етапи становлення болгарської системи ЗМІ нерозривно пов'язані з періодами національної історії. В період авторитаризму болгарські ЗМІ виконували виключно ідеологічні функції, а з настанням демократичних змін змінився суспільно-політичний устрій країни, що призвело до радикальних трансформацій в медіасекторі.

Вступ в ЄС став засобом досягнення стратегічних національних цілей. ЗМІ у цьому процесі відіграли одну з ключових ролей. Найістотніші трансформації з моменту набуття перспективи вступу в НАТО і ЄС відбулися у болгарському секторі телерадіомовлення. В європейських країнах електронні ЗМІ традиційно вважаються ключовим елементом розвитку демократичного середовища. У своїй інформаційній політиці європейські телерадіокомпанії акцентують увагу на програмний зміст, що у свою чергу допомагає їм знайти

свій оригінальний вигляд і сприяє тим самим розвитку плюралізму ЗМІ. Громадське телебачення є ключовим елементом європейського медіасередовища, оскільки в його місію входить ряд соціальних зобов'язань з підтримки демократичних принципів збереження європейської культурної спадщини.

Важливу роль у контексті європейської інтеграції болгарського суспільства в цілому і болгарських ЗМІ зокрема, грає медіазаконодавство, яке регламентує основні функції та принципи професійної діяльності болгарських ЗМІ. У сфері аудіовізуальних ЗМІ Болгарії вдалося привести національне законодавство у відповідність з європейським інформаційним правом. На рівні ЄС регулювання електронних ЗМІ здійснюється згідно з Директивою «Телебачення без кордонів» та її нової редакції, Директиви «Про аудіовізуальні медіапослуги». В 2000 р. були затверджені поправки до Закону «Про радіо і телебачення», згідно з якими болгарське законодавство було повністю приведено у відповідність до вимог Директиви ЄС «Телебачення без кордонів». Разом з цим, в Болгарії було затверджено низку офіційних документів, спрямованих на розвиток інформаційного суспільства, серед яких Стратегія і національна програма розвитку інформаційного суспільства (1999), Стратегія електронного уряду (2002), Закон «Про захист особистих даних» (2002) та ін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз наукової літератури, багаточисельної інформації в болгарських ЗМІ та значного кола політико-правових джерел дає можливість підкреслити, що для Болгарії питання європейського вибору не було риторичним і постійно знаходилося в полі зору не тільки політиків, але й науковців, зокрема політологів та істориків, і меншою мірою представників інших суспільних наук. Всі вони відзначали важливість ЗМК у побудові процесу комунікації між основними політичними акторами задля досягнення мети вступу в НАТО та ЄС відповідно.

Певний інтерес щодо визначеної теми представляють напрацювання російських, болгарських та українських вчених із загальних проблем євроінтеграції і взаємовідносин ЄС та інших європейських інституцій з країнами Центрально-Східної Європи (ЦСЄ), зокрема праці О.І. Брусиловської, Н. Кулікової, С.І. Паньковського, Є. Кіш, В. Копійки та ін.

Окрему групу створюють дослідження болгарських учених кінця 90-х рр. – поч. XXI ст., в яких аналізувалися конкретні проблеми єв-

роінтеграції Болгарії (Г. Ганчев, М. Гетова, М. Шивергеєва, Щ. Шнайдер, Т. Нончева та ін.). Велику увагу питанням євроінтеграції приділяли такі болгарські науковці, як Г. Карасімеонов, І. Баєва, Ж. Желев, Б. Калінова. Усі вони одноставні в тому, що РБ повинна зайняти своє відповідне місце на карті Європи, адже вона як географічно, так і історично завжди була, є і буде частиною Європи, а ЗМК успішно сприяли процесу комунікації в виробленні стратегії політичними партіями країни у питанні євроінтеграції.

В українській політичній науці за останні роки сформувався конкретний напрямок дослідження болгарських трансформаційних процесів у цілому та євроінтеграційного досвіду зокрема. Аналізу участі Болгарії в європейських та євроатлантичних процесах присвячено роботи В. Бурдяк, І. Тодорова, М. Мілової, І. Осадци та ін. Однак, з точки зору євроінтеграційних перспектив України більш детального наукового аналізу потребує діяльність політичних інститутів, неурядових організацій, ЗМІ, які сприяли процесу приєднання РБ до ЄС. Тому автор аналізує місце болгарських ЗМК в євроінтеграційному процесі, і вказує на використання болгарських ЗМІ політичними партіями країни у процесі комунікації.

Метою даної статті є аналіз використання болгарських ЗМІ політичними партіями країни у процесі комунікації.

Виклад основного матеріалу. Щоб зрозуміти глибокі трансформаційні процеси болгарських ЗМК, потрібно звернути увагу на передумови політичного зростання країни після завершення холодної війни. Падіння тоталітарного режиму в країні призвело до значних змін у соціальній системі. Більше, ніж чотири десятиліття комуністична партія контролювала державу, обмежуючи права та свободи людей.

Після повалення тоталітарного режиму Тодора Живкова у травні 1990 р. в Республіці Болгарія було проведено перші демократичні вибори. Головним політичним досягненням того часу стало скасування статті 1 Конституції країни, яка легітимізувала провідну роль комуністичної партії у соціальних та державних справах (Конституція). У наступні роки було поступово відновлено демократичні засади суспільно-політичного розвитку.

Процес демократизації в суспільстві мав сильний вплив на розвиток мас-медіа у Болгарії. Нова Конституція Болгарії гарантувала свободу вираження кожному громадянину, зокрема стаття 40 захищає

свободу мас-медіа: «Преса та інші ЗМІ повинні бути вільними та не підлягають цензурі» (Конституція).

Трансформація політичного режиму в Болгарії (1989-1990 рр.) сприяла появі в цій країні Південно-Східної Європи незалежних і опозиційних засобів масової інформації. У перші роки після демократичних змін відбувається справжній бум в основному на газетному ринку. Сотні нових газет буквально захоплювали аудиторію, спраглу плюралізму і тематичного розмаїття. Власниками переважної частини цих видань були різного рівня партії та політичні організації. Щоправда, ці медіа проіснували недовго, так як, з одного боку, дуже швидко закінчилися можливості фінансово впливати на них, а з іншого – все більше виникав дефіцит професійних і висококваліфікованих журналістів і редакторів, а це негативно відображалося на популярності таких ЗМІ (Матвиенко).

Серед усіх інших інститутів система мас-медіа найшвидше відрегулювала на перехід до демократії після листопада 1989 р. Вона зазнала глибоких змін у структурі, організації та приналежності під час переходу до громадянського суспільства та ринкової економіки. Різні нові моделі медіапродукту, зокрема нова рекламна стратегія були представлені громадськості. Створення медіаринку, хоча ще й не структурованого, спонукало розвиток нових форм і стилів вираження думки, таким чином заохочуючи та стимулюючи аудиторію. Дух плюралізму і розуміння того, що важливість кожного учасника була пов'язана з його внеском у соціальні зміни, які згодом перетворились у прагматичний підхід до керівництва (Дермеджиева, 2005, 99-100).

За останні тридцять років в Болгарії відбулися численні президентські, парламентські, місцеві вибори, призначено більш як десять урядів, а також чотири рази вибори до Європарламенту. Тим часом, відбувалися вагомні зміни у сфері медіа. За короткий час, без обмежень та ідеологічного контролю, стиль та зміст преси і телебачення кардинально змінився. Виникнення стилю та принципів журналістики відбувалося за принципом «ad hoc» (Raycheva, 2008, 70).

Стандарти розвинених демократичних країн вказують на те, що засоби масової інформації мають дві основних державних функції (Croteau, 2006, 27):

- інформувати з усіх питань, що становлять суспільний інтерес;
- здійснювати суспільний контроль за діяльністю влади.

Окремо варто виділити комунікативну функцію засобів масової інформації, яка спрямована на встановлення та розвиток зв'язку між реципієнтами, активізацію процесу їх об'єднання для досягнення єдиної мети та поширення певних ідей. Саме це і стало найбільш вагомим фактором у питанні комунікації між політичними акторами Болгарії та ЗМІ, зокрема і політичними партіями, які через мас-медіа намагалися донести до болгарського суспільства власну позицію щодо вирішення тих чи інших питань.

Також, в демократичних країнах уряди повинні забезпечити умови, які будуть сприяти засобам масової інформації в досягненні їх цілей. Вони мають дотримуватися принципів плюралізму і не повинні допустити, щоб приватний капітал втручався в політику державних медіа.

Політичний плюралізм в Болгарії призвів до появи різних партійних органів. Так на початку 90-х років спостерігався бум політичного маркетингу. У той же період політична реклама з'явилась на телебаченні. Перші дебати кандидатів у президенти у прямому ефірі відбулися 10 січня 1992 р. Незалежна преса, радіо та телебачення, маючи вплив на остаточне рішення виборця, відіграли вирішальну роль під час передвиборчої кампанії, на самому початку демократизації політичного життя Болгарії. Таким чином, мас-медіа внесли високу поляризацію у болгарське населення. Публічні медіа такі як Національне Радіо та Національне телебачення постійно перебували під політичним контролем кожної гілки влади.

Говорячи про політичний плюралізм, медіа часто виступають як основний суб'єкт політичної маніпуляції, зокрема перед виборами. Не виключенням стала і Республіка Болгарія. У перші роки демократизації країни журналісти постійно намагалися підлаштуватися під політичну номенклатуру в Болгарії, спотворюючи політичні процеси, однак, при цьому, вони все ж мали неабиякий вплив на формування громадської думки.

Серед основних політичних досягнень кінця ХХ ст. була стабілізація політичного життя в державі. Переломним для цієї балканської країни став процес атлантичної та європейської інтеграції з подальшим вступом до НАТО у 2004 р. та ЄС 2007 р.

На початку 90-х рр. газети та журнали вийшли з державної власності. Тоді ж і виникли перші опозиційні газети «Свободен народ», «Демократія». Після політичних змін в країні громадська прихиль-

ність до ЗМІ значно зростає. Різноманітні партії засновували свої періодичні видання, тим самим розвиваючи політичну журналістику. Газети провідних політичних партій стали досить популярними – «Дума», яку підтримувала Соціалістична партія Болгарії, та «Демократія», газета Союзу демократичних сил.

Широкій публіці було представлено різноманіття інформації і думок. Високо заполітизовані ЗМІ володіли великою кількістю інформації, але дана інформація була занадто упередженою та спотвореною для читача, змальовуючи відповідну картину майбутніх соціальних змін. Така прихильність до гонитви за щоденними новинами поділила аудиторію, що спричинило зневіру громадськості до цих видань і відповідно втрату користувальницької аудиторії. Паралельно набували популярності і іншого роду видання, переважно тематичного і спеціального характеру (Константинова, 2006, 137).

З'являлись нові друковані ЗМІ, які і представляли себе політично незалежними – «24 Часа», «Труд», «Стандарт». Ці періодичні видання одразу здобули велику популярність. Вони спробували завоювати прихильність болгарського читача змінивши формат представлення інформації, а саме: прийняли нову модель графічного формату подання інформації, змінили спосіб викладу новин, скористалися новим мовним синтаксисом, близьким до розмовної мови читачів. Однак, низький рівень політично ґрунтовних та сенсаційно незалежних таблоїдів, не дозволив їм зарекомендувати себе як надійне джерело інформації (Bakardjieva).

Чого не вистачало так це якісної преси для показу серйозних новин, відповідального журналізму, без змішування новин і коментарів. Першими якісними друкованими виданнями в Болгарії вважаються «Континент» і «Парі», які було засновано у 1992 р.

Щоправда, в середині 90-х рр. ХХ ст. ситуація на ринку друкованих ЗМІ значно стабілізувалася, що призвело до відчутного росту рівня журналістики в країні. Це стало також можливим і завдяки демократизації політичної системи Болгарії та бажанню політиків країни вступу в НАТО і ЄС.

Державна політика сприяла росту рівня журналістики через різні механізми заохочення, підтримки фінансування тощо. Щорічно в країні вручалася Національна премія за кращу журналістську роботу, а це стимулювало до конкуренції серед провідних болгарських журналістів. Найпопулярнішими мас-медіа в Болгарії наприкінці

XX – на початку XXI ст. залишалися друковані ЗМІ (порядку 70 відсотків болгар читали газети принаймні один раз на тиждень, кожен третій болгарин читав газети щодня) (Филева). На думку болгарського медіа-експерта Л. Стойкова, друковані ЗМІ в Республіці Болгарія перебували в стані динамічного розвитку завдяки таким факторам, як (Стойков) зміна внутрішньої та міжнародної кон'юнктури, зростаюча глобалізація, впровадження нових інформаційних технологій, виникнення і розвиток нових ринкових ніш (в тому числі і в медіасекторі), нові потреби читацької аудиторії, входження Болгарії до Євроатлантичного та Європейського співтовариства. Серед найбільш впливових друкованих видань сучасної Болгарії виділимо «24 години», «Праця», «Стандарт», «Монітор», «Дневник», «Новинар», «Капітал». Особливо актуальними темами, які висвітлюються в болгарських друкованих ЗМІ є євроінтеграція, кримінальні події, внутрішня політика, корупція, візові проблеми, відносини Болгарії і НАТО. Загалом, результати різних аналітичних досліджень показують, що у цілому болгарські друковані ЗМІ демонструють високий рівень об'єктивності (Георгиева, 2011, 224). Ще в перші роки після демократичних змін в країні відбувся справжній бум на газетному ринку. Сотні нових газет буквально захоплювали аудиторію. Поступово створюються профільні видання – культурні, політичні, економічні тощо (Стойков).

Яскраво ілюструє динаміку кількості друкованих ЗМІ в Болгарії за останні роки чисельність виходу цих медіа за певний проміжок часу. Зокрема, у 1992 щодня видавалися 46 газет, в тому числі 19 центральних. Найбільші з них: «24 години», друкований орган Болгарської соціалістичної партії «Дума» (до 1990 року газета називалася «Работническо дело», була рупором Комуністичної партії Болгарії і мала найбільший тираж в країні), «Демократія» (відображала позицію основного конкурента комуністів Союзу демократичних сил), «Стандарт», «Монітор», «Праця», «Щоденник», «Сега». Тиражі «Думи» і «Демократії» сьогодні не перевищують 30 тис. примірників (на початку 90-х років їх тиражі доходили до півмільйонної позначки, в залежності хто був при владі і мав вплив на випуск власного видання відповідно). Тут варто нагадати про почерговість приходу до влади в кінці XX ст. колишньої Комуністичної партії Болгарії, яка пізніше трансформувалася в Болгарську соціалістичну партію, та Союзу демократичних сил. У березні 2000 р. в країні, за даними Бол-

гарського телеграфного агентства, вже налічувалося 136 центральних і регіональних газет і журналів (причому з них лише одна газета – «Болгарська корона» – мала офіційний статус приватного друкованого видання). У 2006 р. в Болгарії налічувалося 760 журналів і бюлетенів з річним тиражем в 14,3 млн екземплярів, а газет – 440 з річним тиражем 314,2 млн екземплярів (Стойков).

Серед основних проблем, що супроводжували діяльність друкованих ЗМІ Болгарії кінця ХХ – початку ХХІ ст., можна виділити дві найбільших. По-перше, основна частина друкованих медіа була власністю великого капіталу, що не давало їй можливість розвиватися та вести повноцінну незалежну інформаційну політику. Так, 70% ринку болгарських друкованих видань контролювалися німецькою медіагрупою ВАЦ (Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft, WAZ) (Калинкін). Ну і по-друге, як зазначає багато болгарських дослідників ЗМІ, однією з основних тенденцій перехідного періоду Болгарії на початку ХХІ століття стала складність розмежовувати таблоїдів від якісної преси. Інтерес до жовтої преси особливо був помітний в період між 2000 і 2005 рр., коли її тижневий тираж перевищував мільйонний показник (Стойков).

В порівнянні з стрімкими трансформаціями в сфері друкованих ЗМІ, зміни у мовленнєвих медіа були повільнішими, неповними та іноді навіть не зовсім логічними. Вони розпочали та продовжували свою діяльність у дерегулятивній атмосфері – Акт про телебачення був прийнятий тільки у 1998 р. Додатковою перешкодою для розвитку радіо та телебачення в країні був той факт, що наземні мовники не реєструвалися роками. Ліцензування було обов'язковим згідно Стратегії розвитку радіо і телебачення. Стратегія розвитку існувала вже давно але парламент країни прийняв її лише через тиск на політичні сили, спричинений процесом інтеграції РБ в ЄС (Филева).

На початку 1970-х років державний телевізійний канал (Болгарське телебачення) був доповнений мережею регіонального телемовлення. Крім центрального софійського телебачення, стали діяти місцеві телецентри в Варні, Пловдиві і Благоевграді. З 1 червня 1992 «Болгарське телебачення» перейменовується в «Болгарське національне телебачення» (БНТ). Теле- і радіомовленням охоплено понад 90% території країни, поряд з центральним телебаченням діє 4 місцевих телецентри у Варні, Пловдиві, Русе і Благоевграді.

Сьогодні в Болгарії існують два національних інститути які регулюють електронні ЗМІ, а саме: Рада електронних медіа (РЕМ) та Комісія з регуляції комунікацій. Вони видають ліцензії на радіо та телебачення, реєструють кабельне і супутникове телебачення. Національна рада з телебачення і радіомовлення регулятивний орган який перевіряє дотримання актів про телебачення і радіомовлення, включаючи питання реклами, спонсорства, копірайту, розглядає скарги громадян та організацій (Raycheva, 2008, 77).

Болгарське законодавство залишає можливість для політичного і економічного втручання в діяльність ЗМІ, яке часто ініційовано самими мовниками. Можливості для політичного втручання в значній мірі обумовлені процедурами вибору членів РЕМ і формування складу регулюючого органу. В даний час члени РЕМ вибираються правлячою політичною партією або партіями, представленими в парламенті країни, що створює передумови для прямого тиску на ЗМІ. Під механізмом втручання зазвичай розуміється фінансування ЗМІ. РЕМ (а також національне радіо і телебачення) фінансуються державним коштом, що затверджується парламентом, і тим самим безпосередньо залежать від рішень, прийнятих правлячою більшістю (Огнянова, 2007, 68).

Лібералізація телерадіокомпаній була значно повільнішою ніж у випадку з друкованими медіа. Спрощена система правил ліцензування місцевих телерадіостанцій заохочувала до швидкого розвитку приватного радіо. Процес лібералізації національно-публічного радіо та позбавлення його політичної заангажованості (Press).

У порівнянні з іншими медіа, зміни в телебаченні відбувалися ще повільніше. Серед причин цього:

- державна монополія національного телебачення;
- політичний тиск в результаті якого часто змінювалось керівництво (за останні 30 років біля 20 директорів змінилося на Національному телебаченні, тільки один Генеральний директор повністю відпрацював весь строк повноважень та був переобраний на наступний термін);
- брак вивчення та розвиток концепцій і стратегій;
- недієздатне керівництво, економічні обмеження та застаріле обладнання.

1994 р. вважається поворотним моментом у лібералізації телебачення в Болгарії, оскільки було запущено в країні першу приватну

телестанція локального спрямування «Нова Телевізія» (Ibroscheva, 2009). На сьогоднішній день 215 каналів транслюється через супутники і лише 7 через локальні телестанції. Приватні телестанції безсумнівно кинули виклик державній телевізійній монополії (Background).

Щодо телебачення в Болгарії, то існує досить великий попит на даний вид інформаційної продукції. Згідно з результатами опитування, зробленими Національним статистичним інститутом Болгарії (Телевізійни), майже половина всіх сімей у країні мають кабельне телебачення, причому ситуація не змінюється вже протягом багатьох років. Різноманіття болгарських програм обумовлене трансляцією або створенням аналогічних програм, які транслюються на Заході. Тобто частка власне національного продукту є відносно малою. Опитування свідчать про те, що болгарський глядач є достатньо консервативним. Щодо кабельного телебачення, то існують значні порушення у цій сфері, зокрема, відбувається трансляція програм досить сумнівної якості (Boytchev).

Відмінною рисою ЗМІ Болгарії в постсоціалістичних період став так званий феномен приватних радіо, поява яких викликало величезний приплив молодіжної аудиторії. Сьогодні популярністю користуються приватні радіостанції «Дарік» і «Експрес» (останнє – єдине з усіх приватних радіо, програми якого транслюються на території всієї країни) (Стойков).

За останні 30 років простір радіо і телебачення в Болгарії розвинувся і став досить насиченим. На сьогоднішній день на території країни створено понад 370 телерадіоканалів, які транслюються великою кількістю національних та регіональних наземних і кабельних телекомпаній. Щоправда, багато з них мають нестабільний ліцензійний статус. Їх статус законно встановлено тендерами спеціальними органами (Supervisin).

Розвиток нових інформаційних технологій мав і має серйозний вплив на розвиток медіаринку сучасної Болгарії. У 1997 р. Інтернет був офіційно представлений у Болгарії. Болгарські електронні засоби масової інформації сьогодні мають достатньо високий споживчий інтерес. Використання нових технологій є ключовим фактором виживання у переповненому інформаційному просторі. Газети з великим тиражем мають он-лайн версії, але деякі з них потребують платного доступу (www.24chasa.bg; www.trud.bg; www.standartnews.com

та ін.). Нові агентства та телекомпанії уже також увійшли в Інтернет простір. Спостерігається стала тенденція приросту якості електронної інформації та веб-сайтів (Boytchev). На додачу до розважальних сайтів та новин, Інтернет починають використовувати для так званої громадської журналістики. Для цього створюються спеціальні блоги на різні політичні та соціальні теми. Іншим феноменом є створення веб-сайтів де організуються дебати і де кожен громадянин може написати свої думки на політичну чи економічну тематику, тобто йдеться про інтерактивну комунікацію.

Зростання популярності Інтернету кардинально впливає на медіа-систему. Кількість он-лайн ЗМІ постійно зростає, хоча її інформація майже неконтрольована і некерована. Сьогодні Інтернет набув широкій популярності в Болгарії, про що говорить і той факт, що в країні налічується понад 150 Інтернет-провайдерів (Media landscape). Державні засоби масової інформації запустили власні Інтернет-сервіси, зокрема: болгарське телеграфне агентство – www.bta.bg з англійською версією, болгарське національне телебачення – www.bnt.bg і Болгарське національне радіо – www.nationalradio.bg.

74

Друковані засоби масової інформації паралельно почали запускати власні онлайн-видання, наприклад: Стандарт Новини – www.standartnews.com, Monitor – www.zone168.com і Sega Daily – www.segabg.com. Серед болгарських газет з Інтернет-видань англійською мовою виділяються Софія Independent, Дума, Праця, Sega Weekly, Новинар, Культура, Булгар голос, та Insider. Vox, онлайн-журнал з літератури, був першим незалежним літературним журналом Болгарії.

Майже всі основні болгарські друковані видання мають власні Інтернет-версії з форумами та чатами. Відсутність Інтернет-версії сьогодні не дозволяє їм йти в ногу з вимогами болгарського суспільства.

У період підготовки до вступу в ЄС Болгарії були регламентовані найважливіші функції і завдання громадських і комерційних ЗМІ, основи їх фінансової політики, редакційного менеджменту, що послужило природному виникненню конкуренції на медіаринку. Болгарський медіасектор став дуже добре розвинений в кількісному відношенні, стратифікація медіаринку знаходилася на високому рівні, зайшли іноземні інвестори і місцеві гравці, таблоїдні формати і серйозна журналістика, політично кон'юнктурні та незалежні засоби масової інформації. Межі між різними типами ЗМІ поступово поча-

ли стиратися, виникли медіаімперії, здатні запропонувати споживачеві комплексні послуги (Георгиева, 2011, 78).

Вступ Болгарії в ЄС став засобом досягнення стратегічних національних цілей. Внаслідок концентрації медіавласності і зростання інвестицій в болгарський медіаринок, зросла конкуренція між комерційними ЗМІ і виникла тенденція комерціалізації медіаконтенту. ЗМІ є тим комунікаційним каналом, який забезпечив процес європейської інтеграції. Болгарія, як одна з країн з тоталітарним минулим, нерідко демонструвала підміну соціальної ролі ЗМІ. В сучасних умовах формування нової соціальної ролі можливе тільки при наявності чіткої моделі переходу на новий політичний устрій, в якому задані адекватні параметри взаємовідносин ЗМІ і політичної влади.

Однак відсутність стійкої демократії в болгарському суспільстві початку 1990-х рр. призвело до формування псевдоролей ЗМІ, в результаті чого болгарська журналістика в основному стала реєструвати важливі події, але не розкривати їх причинно-наслідкові зв'язки. Після парламентських виборів в 2009 р. в країні сформувалася тенденція медіатизації політичного життя, що в свою чергу призвело до політизації медіазмісту.

Важливою подією 2010 року став відхід німецької видавничої групи WAZ і медіаконгломерату Руперта Мердока News Corporation з болгарського медіаринку, в зв'язку з чим почався новий етап розвитку болгарських ЗМІ, на якому ліберальні цінності комунікації спіралися в першу чергу на технологічну зручність, а не на маркетингові стратегії.

Це негативно відобразилося на розвитку ЗМК в Болгарії. Так, якщо у 2006 р. країна посідала 35 місце Всесвітнього індексу свободи преси (World Press Freedom Index), а її ЗМІ оцінювали як відносно вільні, то вже в 2015 р. це було 106 місце серед 180 країн. Серед європейських країн гірші показники на той момент були лише у Македонії, а свободу преси Румунії, наприклад, досить високо було оцінено, при тому, що ця східноєвропейська країна разом з Болгарією одночасно вступала в НАТО і ЄС. Таку негативну динаміку в медіасередовищі Голова Ради з питань електронних ЗМІ Болгарії Георгій Лозанов пояснює різким ослабленням суспільного тиску на ЗМІ за роки членства країни в Європейському Союзі. «Суспільство, схоже, втратило інтерес до ЗМІ і перестало розглядати їх як частину свого порядку денного. Здається, вирішили, що все в Болгарії стане на міс-

це після вступу до Європейського Союзу. Насправді справжня битва в країні зараз відбувається між інтересами, нав'язаними корпораціями, і опором громадян проти них. Ми спостерігаємо політичні та екологічні протести, але не протести проти монополії ЗМІ. Війни також є характерною рисою болгарського медіапейзажу. Використання засобів масової інформації як каналів для очищення політичних та ділових інтересів – це вже не нова тема, але висновок, що всі втрачають від цих воєн, все ще не зрозуміли ворогуючі сторони» - зазначає експерт (Цеков).

Переплетення засобів масової інформації, економічних інтересів та політики стало неприйнятним для такої країни ЄС, як Болгарія. Ця спричинило акції протесту в країні. Основною вимогою протестувальників був заклик до Європейського Парламенту, європейської громадськості, свідомих болгарських політиків та небайдужих громадян країни активно протидіяти корупції та непрозорим оборудкам, зокрема і у сфері ЗМІ (Рот).

76

Висновки. У процесі вступу Республіки в ЄС змінилася сутність і природа болгарських медіа. Здатність ЗМІ виконувати роль однієї з опор демократичного суспільства постійно зростала. Основні трансформації торкнулися програмної політики і регулювання ЗМІ. На ринку електронних ЗМІ з'явилося чимало нових комерційних компаній, але це не призвело до підвищення якості їх програм. Однак, нові мовники не були в змозі витримати конкуренцію з боку великих телерадіокомпаній, що створило передумови для виникнення монополії на медіаринку. За нових умов виникла необхідність в ефективному регулюванні сектора ЗМІ. Крок у цьому напрямі був зроблений із затвердженням процедури ліцензування мовників, що ввела два види ліцензій – програмну (видає Рада електронних ЗМІ) та телекомунікаційну (видає Комісія з регулювання повідомлень).

Демократизація у суспільстві вплинула на розвиток засобів масової інформації в Болгарії. Лібералізація і дерегулювання всієї системи ЗМК призвели до його децентралізації і створення плюралістичної преси та альтернативних електронних засобів масової інформації.

За останні 30 років масово-інформаційний сектор країни різко змінився. Болгарська преса перейшла від майже тотального підпорядкування державі до певного дерегулювання. З'явилися сотні газет, що представляють альтернативні точки зору і відображають

весь спектр політичного життя. Більш того, з ринку поступово зникає преса, пов'язана з політичними партіями, поступаючись місцем незалежним виданням. Електронні ЗМІ теж відрізняються широким плюралізмом, а кількість радіо- і телестанцій обчислюється сотнями. Внаслідок концентрації медіавласності та зростання інвестицій на болгарському медіаринку зросла конкуренція між комерційними ЗМІ і виникла тенденція комерціалізації медіаконтенту.

Політичний процес в Болгарії здійснюється в медіаопосередкованій середовищі, але ЗМІ не є визначальним фактором політичного життя країни. Щоправда, вони досить активно впливають на політичний порядок денний, при тому, що політична влада і болгарські ЗМІ знаходяться в тісному взаємозв'язку.

Джерела та література:

1. Георгиева, Елена. 2011. Трансформация системы масс-медиа Болгарии в условиях европейской интеграции. Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Вып. 1.
2. Дермеджиева, Г. 2005. Дигиталните медии. Годишник на Софийския университет "Св. Кл. Охридски, ФЖМК. Т. 12.
3. Калинкин, Вячеслав. Германский медиакапитал на рынке СМИ Республики Болгарии. <http://www.mediascope.ru/old/node/131> (accessed June, 21, 2019).
4. Константинова, Здравка. и др. 2006. Българската журналистика 160 години. Минало – настояще – перспективи. София: УИ „Св. Климент Охридски”.
5. Конституция на Република България. <http://www.cem.bg/download.php?id=106> (accessed June, 19, 2019).
6. Матвиенко, Валентин. Трансформация медийного ландшафта Болгарии в XXI веке. <http://na-journal.ru/4-2014-gumanitarnye-nauki/494-transformacija-medijnogo-landshafta-bolgarii-v-xxi-veke> (accessed May, 21, 2019).
7. Огнянова, Нели., Велкова, Десислава., Любенова, Северина. 2007. Мониторинг на лицензирането на радио и телевизионните оператори в България 2006-2007. София.
8. Рот, Юрген. Българската медийна мощ – и немощта на демокрацията. <http://www.dw.com/bg/българската-медийна-мощ-и-немощта-на-демокрацията/a-17244098> (accessed May, 11, 2019).

9. Стойков, Любомир. Система регулирования и саморегулирования СМИ в Болгарии. <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2299> (accessed June, 21, 2019).

10. Стойков, Любомир. Состояние и тенденции развития печатных СМИ Болгарии. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2313> (accessed May, 21, 2019).

11. Телевизионни оператори през 2011 година. <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=24&a1=655&a2=656#cont> (accessed June, 08, 2019).

12. Филева, Петранка. 2009. Качество на управление на медийните организации. <http://media-journal.info/?p=item&aid=60> (accessed May, 09, 2019).

13. Филева, Петранка. 2009. Монитор медиен плурализъм. <http://media-journal.info/?p=item&aid=96> (accessed June, 01, 2019).

78 — 14. Цеков, Николай. Голятомо медийне затъване. <http://www.dw.com/bg/голятомо-медийне-затъване/a-18743002> (accessed June, 02, 2019).

15. Background & General Characteristics. <http://www.pressreference.com/Be-Co/Bulgaria.html> (accessed June, 11, 2019).

16. Bakardjieva, Maria. The New Media Landscape in Bulgaria. <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewArticle/845/751> (accessed June, 01, 2019).

17. Boytchev, Alexander. Electronic media in Bulgaria – predicting the present. <http://www.mediaonline.ba/en/?ID=325> (accessed June, 11, 2019).

18. Croteau David R., Hoynes, William D. 2006. The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest. London.

19. Ibroscheva, Elsa. 2009. Development of Digital TV in Bulgaria: Opportunities and Problems. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/402/295> (accessed June, 07, 2019).

20. Media landscape: Bulgaria. http://www.ejc.net/media_landscape/article/bulgaria/ (accessed May, 17, 2019).

21. Press Reference. Bulgaria. <http://www.pressreference.com/Be-Co/Bulgaria.html> (accessed May, 21, 2019).

22. Raycheva, Lilia. 2008. The Patchwork of Bulgarian Media. Global Media Journal – Polish Edition.

23. Supervising the mass media authorities in the Republic of Bulgaria http://www.cecl.gr/rigasnetwork/databank/REPORTS/r16/Bu_16_Zinovieva.html (accessed June, 19, 2019).

References:

1. Georgy`eva, Elena. 2011. Transformacy`ya sy`stemy mass-medya` Bolgary`y` v uslovy`yax evropejskoj y`ntegracy`y`. Vestny`k Sankt-Peterburgskogo uny`versy`teta. Ser. 9. Выр. 1.

2. Dermedzhy`eva, G. 2005. Dy`gy`talny`te medy`y`. Gody`shny`k na Sofy`jsky`ya uny`versy`tet "Sv. Kl. Oxy`dsky`", FZhMK. T. 12.

3. Kaly`nky`n, Vyacheslav. Germansky`j medy`akapy`tal na rynke SMY` Respubly`ky` Bolgary`y`. <http://www.mediascope.ru/old/node/131> (accessed June, 21, 2019).

4. Konstanty`nova, Zdravka. y` dr. 2006. B`lgarskata zhurnaly`sty`ka 160 gody`ny`. My`nalo – nastoyashhe – perspekty`vy`. Sofy`ya: UY` „Sv. Kly`ment Oxy`dsky`”.

5. Konsty`tucy`ya na Republy`ka B`lgary`ya. <http://www.cem.bg/download.php?id=106> (accessed June, 19, 2019).

6. Matvy`enko, Valenty`n. Transformacy`ya medy`jnogo landshafta Bolgary`y` v XXI veke. <http://na-journal.ru/4-2014-gumanitarnye-nauki/494-transformacija-medijnogo-landshafta-bolgarii-v-xxi-veke> (accessed May, 21, 2019).

7. Ognyanova, Nely`., Velkova, Desy`slava., Lyubenova, Severy`na. 2007. Mony`tory`ng na ly`cenzy`raneto na rady`o y`televy`zy`onny`te operatory` v B`lgary`ya 2006-2007. Sofy`ya.

8. Rot, Yurgen. B`lgarskata medy`jna moshh – y`nemoshhta na demokraciy`ata. <http://www.dw.com/bg/b`lgarskata-medy`jna-moshh-y`-nemoshhta-na-demokraciy`ata/a-17244098> (accessed May, 11, 2019).

9. Stojkov, Lyubomy`r. Sy`stema reguly`rovany`ya y`samoreguly`rovany`ya SMY` v Bolgary`y`. <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2299> (accessed June, 21, 2019).

10. Stojkov, Lyubomy`r. Sostoyany`e y`tendency`y` razvy`ty`ya pechatny`x SMY` Bolgary`y`. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2313> (accessed May, 21, 2019).

11. Televy`zy`onny` operatory` prez 2011 gody`na. <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=24&a1=655&a2=656#cont> (accessed June, 08, 2019).

12. Fy`leva, Petranka. 2009. Kachestvo na upravleny`e na medy`jny`te organy`zacy`y`. <http://media-journal.info/?p=item&aid=60> (accessed May, 09, 2019).

13. Fy`leva, Petranka. 2009. Mony`tor medy`en pluraly`zъm. <http://media-journal.info/?p=item&aid=96> (accessed June, 01, 2019).

14. Cekov, Ny`kolaj. Golyatomo medy`jne zatъvane. <http://www.dw.com/bg/golyatomo-medy`jne-zatъvane/a-18743002> (accessed June, 02, 2019).

15. Background & General Characteristics. <http://www.pressreference.com/Be-Co/Bulgaria.html> (accessed June, 11, 2019).

16. Bakardjieva, Maria. The New Media Landscape in Bulgaria. <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewArticle/845/751> (accessed June, 01, 2019).

17. Boytchev, Alexander. Electronic media in Bulgaria – predicting the present. <http://www.mediaonline.ba/en/?ID=325> (accessed June, 11, 2019).

80
— 18. Croteau David R., Hoynes, William D. 2006. The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest. London.

19. Ibroscheva, Elsa. 2009. Development of Digital TV in Bulgaria: Opportunities and Problems. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/402/295> (accessed June, 07, 2019).

20. Media landscape: Bulgaria. http://www.ejc.net/media_landscape/article/bulgaria/ (accessed May, 17, 2019).

21. Press Reference. Bulgaria. <http://www.pressreference.com/Be-Co/Bulgaria.html> (accessed May, 21, 2019).

22. Raycheva, Lilia. 2008. The Patchwork of Bulgarian Media. Global Media Journal – Polish Edition.

23. Supervising the mass media authorities in the Republic of Bulgaria http://www.cecl.gr/rigasnetwork/databank/REPORTS/r16/Bu_16_Zinovieva.html (accessed June, 19, 2019).