А. В. Чужиков,
к. е. н., доцент кафедри європейської економіки і бізнесу,
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"
ORCID ID: 0000-0002-0312-1655
В. І. Чужиков,
д. е. н., професор кафедри європейської економіки і бізнесу,
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"
ORCID ID: 0000-0003-3483-9122

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.12.33

РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС: ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ

A. Chuzhykov,
Ph. D., Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
V. Chuzhykov,
Ph. D., D.S., Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

EU MEDIA POLICY IMPLEMENTATION: ECONOMIC AND LEGAL MECHANISMS AND INSTRUMENTS

Метою статті є системний аналіз економічних, правових та інших механізмів і інструментів реалізації медійної політики ЄС у процесі створення єдиного цифрового ринку та розвитку демократичного плюралізму. В роботі проаналізовано цілу низку документів ЄС, що регламентують діяльність медійного бізнесу та визначено, що пріоритетним інструментом реалізації амбітних цілей ЄС є "Media Creative Europe", який через низку механізмів дозволив максимально підтримати кінематографічні і аудіовізуальні індустрії. Проаналізовано ефективність підпрограм Media і Media Mundus. Визначено сфери селективної підтримки культурної і медіа сфери в ЄС, до яких віднесено сектори: культурних і креативних індустрій, аудіовізуальний, культурний. Проаналізоване фінансування пріоритетних програм (ініціативи доступу до ринків підтримки телевізійних програм, заходи щодо розвитку міжнародного співробітництва тощо). Розглянуто особливості цифрової ідентифікації медійного контенту в межах важливого тренду: Digital — single — market, що передбачає захист авторських прав, покращення доступності креативного контенту, спрощення ліцензування. Звернуто особливу увагу на подальшу демократизацію медіа і медійний плюралізм, а також особливості фінансування їхніх інституцій.

The purpose of the article is to systematically analyze the economic, legal and other mechanisms and tools for implementing EU media policy in the process of creating a digital single market and developing democratic pluralism. The paper analyzes a number of EU documents regulating the activities of the media business and identifies that the "Media Creative Europe" is a priority tool for achieving the EU's ambitious goals, which through a number of mechanisms has allowed to support the cinema and audiovisual industries as much as possible. The effectiveness of the Media and Media Mundus subroutines is analyzed. Areas of selective support for the cultural and media sphere in the EU are identified, which include sectors: cultural and creative industries, audiovisual, and cultural. Financing of priority programs (initiatives to access the markets for support of television programs, measures for the development of international cooperation, etc.) is analyzed. The features of digital identification of media content within the important trend are considered: Digital — single — market, which provides copyright protection, improvement of availability of creative content, simplification of licensing. Special attention was paid to the further democratization of the media and media pluralism, as well as to the particular financing of their institutions. In the context of increasing globalization processes, the role and significance of the process has increased enormously, because not only the regional or local environment, but also the whole world, arena. The expansion of many media outlets has significantly altered consumer behavior, moods and behavior, pushing society to another transformation. It is not necessary that democratic levers come first. Against this background,

the European Union has an extremely strong track record of systematically transforming the mechanisms and instruments of regulating the European media space through selective support systems for certain types of media (cinema, books, formats, etc.) over the last quarter of a century. Carrying out a systematic analysis of the economic and legal mechanisms and instruments for the implementation of the EU media policy.

Ключові слова: медіа, механізми та інструменти фінансування, ЄС, селективна підтримка, плюралізм, креативні індустрії, аудіовізуальний сектор, ЗМІ.

Key words: media, financing mechanisms and instruments, EU, selective support, pluralism, creative industries, audiovisual sector, media.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах посилення глобалізаційних процесів роль та значущість надзвичайно посилилась, адже ареною їхньої дії стало не лише звичне для них регіональне чи локальне середовище, а й увесь світ. Експансія багатьох ЗМІ суттєво змінювала поведінку споживачів, їхні настрої та вчинки, підштовхуючи суспільство до чергової трансформації. Необов'язково, що водночас на перше місце виходили демократичні важелі. З огляду на це надзвичайно великий досвід має Європейський Союз, який упродовж останніх чверть століття здійснив системну трансформацію механізмів і інструментів регулювання європейського медійного простору за допомогою селективних систем підтримки окремих видів медіа продукції (кіно, книги, формати тощо). В ЄС залишаються далекими від вирішення завдання створення і гармонізації єдиного цифрового ринку, консолідованого розподілу коштів, виявлення секторальних реакцій на ті фундаментальні зміни, що стрімко насуваються на глобальний і європейський медійний простір та численних загроз, що вони несуть людству.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми медійного розвитку в сучасному Європейському Союзі, має давню історію і багатоаспектний статус дослідження, адже її різними аспектами захоплювалися як фахівці з питань теорії інтеграції (Алі-ель — Аграа, Н. Мусис, Д. Даймонд), так і фахівців з креативної сфери (Г. Гагоорт, Ч. Лендрі, П. Монто, А. Скотт, М. Фезерстоун, Дж. Ноукінс та багато інших. Варто відмітити, що лише останнім часом з'явилися роботи, що присвячені окремим секторам медіа Т. Gibbons, D. Hallin, P. Mancini, L. Kung). Варто зазначити, що проблема між секторальною ідентифікацією медійного ринку, його оцифрування та взаємодії в межах європейської моделі наднаціонального трансферу культурної дифузії й досі залишається далекою від вирішення. Її важливим аспектом залишається також потенційна можливість імплементації моделі європейської медійної політики в інші країни, зокрема в Україну, що потребує усвідомлення усієї ієрархічної архітектури регулювання.

МЕТА СТАТТІ

Проведення системного аналізу економіко-правових механізмів і інструментів реалізації медійної політики ЄС у процесі створення єдиного цифрового ринку Європейського Союзу і гармонізації демократичних стабілізаторів країн-членів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Швидка диверсифікація глобального медійного простору не оминула в своєму розвитку й держави Європейського Союзу, в якому протягом останніх десяти років склалася мультиструктурна ієрархічна система моніторингових сигналів, активного трансферу послуг і креативних продуктів, розгалужених комунікативних мереж, а також системних механізмів і інструментів регулювання, частину з яких з легкістю можна віднести до найконкурентніших у світі. Інтенсивний розвиток телекомунікаційних технологій вніс суттєві доповнен-

ня до трактування суті самої регулярної системи ЄС, адміністративний контент якої майже зник зовсім, натомість значно зросло застосування принципово нових засобів креативного стимулювання розвитку медійного сектору. З огляду на це, надзвичайно важливим для країн, що прагнуть до інтеграції з ЄС стало системне розуміння еволюційних перетворень у медійній сфері європейської спільноти.

Слід зазначити, що стрімке нарощування технологічної складової медіа наприкінці 1970-х — поч. 1980-х рр. суттєво змінило характер та структуру теле— радіомовлення, що, на нашу думку, призвело до певних зрушень: по-перше до створення розгалуженої системи комерційних медіа, по-друге до вибудовування потужних транскордонних мереж, які з часом перетворилися у глобальні. Це також потребувало відповідного національного і наднаціонального регулювання, що торкнулося насамперед імплементації технічних стандартів, тривалості сповіщень, рекламних пауз, доступності, медійного плюралізму та свободи слова. Отже, ця проблема стала вважатися не лише міждисциплінарною, а й достатньою до цілого ряду секторальних і горизонтальних політик ЄС.

Протягом наступного часового лагу аудіовізуальна (медійна) політика зазнавала численних змін, котрі можна віднести до різних сфер традиційних медіа, а також до підсектору кіновиробництва. З-поміж основних документів, що завжди носили регуляторний характер слід назвати історичну Директиву 1989 року "Телебачення без кордонів" (TVWF 89/552/ ЕЕС [1]. Цей інструмент впливу містив надзвичайно багато посилань щодо застосування принципів, процедур, етичних та етнічних норм і критеріїв. До того ж у процесі подальшого удосконалення він не один раз переглядався. Приміром щодо часу демонстрування реклами на TV, то встановлювалась щоденна норма, яка не повинна була більшою за 15% ефірного часу. Втім, вже у 1997 р. й ці обмеження було переглянуто і доповнено окремими важливими нормами, а також новими принципами. Надзвичайно важливим виявилось застосування одного з них — принцип у "країни походження" медіапростору. Сплином часу з'явилися додаткові правила, зокрема "Відео на запит" (VOD), яке максимально спрощувало обмін відеоматеріалами. Утім, вже у 2010 р. зазначену Директиву (TVWF) було значно розширено, вона набула нової назви "Директива про аудіовізуальні медіа-послуги" (AVMSD), яка вже у 2018 році зазнала чергових принципів змін [2].

Фундаментальним документом, який визначив важливі правові рамки реалізації аудіовізуальної політики спільноти без сумніву став Лісабонський договір (TFEU), 167 та 178 стаття якого чітко виокремлювали мету, завдання, напрями, секторальні переваги цього нового, для Європейського Союзу тренду економічної діяльності [3].

Медійний композит сучасного виробництва є надзвичайно складним і інтегрує у своїй основі не лише суто інформаційні та розважальні програми, а й показ художніх і телевізійних, документальних та інших фільмів, а це повною мірою підпадає під дію підпрограми "Media

Рис. 1. Сфери селективної підтримки культурної і медійної сфери в ЄС

Джерело: складено автором за: Culture and media policy [6].

Creative Europe" [4], двадцятип'ятиріччя існування якої було урочисто в ЄС у 2016 р. Саме цей інструмент виявився конче важливим для підтримки європейських кінематографічних і аудіовізуальних індустрій, а також для популяризації європейських витворів мистецтва не лише на континенті, а й за його межами.

Слід зазначити також, що впродовж усього свого розвитку заявлена вище підпрограма також зазнавала значних еволюційних перетворень. Найбільш інформативно це відобразалося в зростаючих бюджетних відшкодуваннях. Так, за даними "Інформаційного бюлетеня про Європейський Союз" [5], упродовж 2007 — 2013 рр. успішно діяли дві підпрограми: MEDIA і MEDIA Mundus, які попри усю їхню значущість мали доволі обмежений бюджет. Натомість на наступну "семирічку" (2014—2020 рр.) було заплановано вже 1,46 млрд євро витрат, що виявилось на 9% більшим за попередній період. Також слід зазначити, що більша частина бюджету була скерована на реалізацію програми "MEDIA" (близько 56%). Проте зростаючі витрати на креативну сферу стали об'єктивною реальністю сучасного ЄС. Як результат, виявилось, що Європейський Парламент запропонував збільшити фінансування на період 2021—2027 рр. з 1,85 млрд євро як це пропонувала Європейська Комісія (зростання на 26,7%) до рекордних 2,8 млрд євро (зростання на 91,7%). Тобто цілком очевидною стала тенденція суттєвого збільшення витрат на весь креативний комплекс Європейського Союзу, чільне місце в якому посіло медійне виробництво.

Відмінною рисою сучасної спільноти стала підтримка багатьох медійних сфер ЄС з їхнім чітким домінуючим культурно — освітнім трендом діяльності, котрий поділити на окремі сектори доволі проблематично. Проте конче важливим для фінансового планування цього виду активності, як і раніше залишається принцип органічності єдності (рис. 1).

З огляду на наведений вище рисунок, може скластися враження, що окремі сектори аудіовізуальної (медійної) політики ЄС повторюються. Насправді це не так. Приміром, підтримка культурного сектору означає розвиток співробітництва та торгівлю культурними товарами. Сектор підтримки культурних і креативних індустрій, навпаки, орієнтований на максимізацію економічного потенціалу через залучення вільних фінансів підтримки мереж, а також отримання інформації. І, нарешті, сектор аудіовізуальної підтримки є відповідальним за розвиток медійної грамотності, а також підтримку діджитал дистрибуції європейських аудіовізуальних творів. Попри описані вище підходи до розподілу "повноважень" він носить доволі — таки умовний характер, яскравим підтвердженням чого є згадувана вище підпрограма "MEDIA", котра скерована на підтримку

аудіовізуального і мультимедійного субсекторів. Саме цей підрозділ, за даними Media Creative Europe, охоплює:

- ініціативи щодо просування, розподілу робіт і доступу до ринків;
- ініціативи щодо розроблення проектів або комплексу проектів (державне фінансування);
- підтримка виробництва телевізійних програм або відеоігор;
- діяльність щодо підвищення інтересу і покращення доступу до аудіовізуальних творів;
- заходи щодо просування європейських фільмів в кіномережі або їхнє демонстрування на кінофестивалях;
- ініціативи щодо наближення європейських фільмів до смаків та уподобань громадян. Пришвидшення переходу на регіональний, локальний, міжнародний рівні;
- заходи, що сприяють спільному міжнародному виробництву та розповсюдженню європейських витворів мистецтва;
- діяльність щодо розвитку навичок і професіоналізму аудіовізуального сектору [7, р. 2].

Утім, згадувана вище "Директива про аудіовізуальні медіа-послуги" має більш конкретну скерованість і охоплює такі заходи, насамперед, обмежувального, а вже ніяк не стимулюючого характеру, як це було з підпрограмою "Креативна Європа". Зокрема в згадуваній Директиві йдеться:

- про зміну ліміту ефіру для комерційних повідомлень з 12 хвилин на годину до 20%, в проміжок часу з 6:00 до 18:00;
- захист неповнолітніх від контенту, що може завдати їм шкоди;
- розповсюдження положень [5] "...про європейські твори та надання послуг за вимогою". Водночас запроваджується доволі жорстка обмежувальна норма про те, щоб питома вага творів європейських авторів має становити не менше 30% змісту тих каталогів, які розповсюджуються в країнах ЄС;
- перенаправлення, згадуваної раніше платформи обміну відео, в сферу діяльності AVMSD, що, на думку експертів, дозволить ефективно протистояти терористичним діям різних екстремістських угруповань.

Слід додати також, що захист дітей і неповнолітніх став основою для ухвалення доволі важливого документу "Європейська стратегія покращення Інтернету для дітей". Водночас ЄС максимально удосконалила процедури додержання авторського права для єдиного діджитального (цифрового) ринку Європейського Союзу, що, на нашу думку, сприяло його гармонізації і паритетності.

Цілком розуміло, що в умовах сьогодення надзвичайно важливим є створення передумов для економіки — правової легітимізації зазначеного вище ринку, про наміри створення якого з усією відповідальністю заявила Європейська Комісія ще у грудні 2012 р. Саме тоді була задекларована концепція проведення цифрової ідентифікації усього культурного контенту на єдиному цифровому ринку ЄС, котрий передбачав встановлення доволі важливого тренду Digital — single — market [8], котрий, по-перше, передбачив структурований діалог із зацікавленими сторонами, в межах так званих "Ліцензій для Європи", по-друге, докорінного перегляду системи авторського права ЄС, що охоплювало:

- врахування еволюції авторського права у світовому, у т. ч. європейському правовому і економічному середовищі;
- покращення доступності креативного контенту в Інтернеті;
- спрощення процесів ліцензування, забезпечення його прозорості за рахунок запровадження відповідних стандартів, а також створення баз метаданих тощо.

Аналіз багатьох наукових джерел щодо проблематики розширеної підтримки мас медіа в Європейському

Союзи у багатьох випадках зводяться до оцінювання масштабів матеріального, духовного, етичного внесків, а також до оцінювання країнового рівня демократії і плюралізму, насамперед тоді, коли йдеться про європейські цінності. Справді, у сучасному європейському середовищі нерідко виникають ситуації, коли потужні медіаконцерни терміново починають віддзеркалювати лише чиюсь одну політичну позицію. Так було з "пресою Берлусконі" в Італії і вже не так давно з окремими ЗМІ в Польщі та Угорщині. Ось чому проблемами демократичності медіа та відкритості їхньої та ринку ЄС опікуються чимало науковців, наукова спеціалізація яких відноситься до різних сфер знань. Саме таку спрямованість віддзеркалює системна праця С.Е. Baker [9], що була присвячена дослідженню співвідношень медіа ринку і демократії. Питання медійного плюралізму в європейському аудіовізуальному просторі порушує F. Barzanti [10], проблему докорінного технологічного перенесення медійного обладнання та діджиталізацію усієї медійної сфери розглядають P.L. Parcu, V. Silvestri [11], а також J. Van Dijk [12]. Водночас слід зазначити, що окремі роботи фахівців цього напрямку скеровані на вивчення економічних аспектів медіа плюралізму, як це роблять A. Pratt та D. Stromberg [13], дослідження впливу національних і транснаціональних медіа корпорацій, на чому наголошує W.A. Meier [14]. Особлива увага приділяється правовим та регуляторним процесам, медійного ринку ЄС, що знайшло свій відбиток у працях MEDIADEM [15], R. Mastroianni [16], P. Valcke [17], J. Harrison та L. Woods [18].

З огляду на сказане вище, можна стверджувати, що демократія, плюралізм, та гармонізована діяльність медіа ринку свобода слова базуються в Європейському Союзі не лише на законодавчій наднаціональній і національній основі, а й на активній діяльності неурядових структур, зокрема таких: Центр просунутих досліджень Роберта Шумана (RSCAS), Центр Медійного Плюралізму та медійної свободи (CMPF) і цілого ряду інших, які, на основі застосування принципу компліментарності співфінансуються різними структурами ЄС, зокрема Європейською Комісією. Водночас ці установи досліджують процеси регулювання медіа, але основним інструментом при цьому все одно виступає за E. Brogi та P. L. Parcu [19], свобода і плюралізм у кожній з країн-учасниць ЄС. Утім, так званого монополізму й тут не може бути, адже в сучасному ЄС надзвичайно розповсюдженими є так звані дослідницькі групи, діяльність яких носить інколи лише тимчасовий характер і присвячена спільній роботі над важливою проблематикою. З часу створення зазначених Центрів (1980—й рік) вони не один раз проходили масштабні реструктуризації, натомість зараз являють собою важливу дослідницьку мережу, що охоплює не один десяток університетів Європейського Союзу. Останнє дослідження, що було підготовлене H. Sousa, J. Trappel [20] як раз й було присвячене порівнянню медіа політик країн ЄС та можливих змін щодо регулювання. Автори глибоко переконані, що сучасні медіа знаходяться у середині так званого трикутника (держава — економіка — громадянське суспільство) [20, р. 199]. Водночас загальною платформою виступає культурна сфера, яка дедалі більше стабілізує "грані" трикутника і водночас сприяє гармонізованому еластичному рухові медійної системи Європейського Союзу. Загалом пропонується модель, на думку авторів, повною мірою віддзеркалює сталість і, водночас, зрілість економічної і політичної моделей європейського суспільства і, водночас, засвідчує високу позитивну динаміку розвитку медійного середовища цього потужного інтеграційного угруповання.

Названі вище науковці, і не лише вони, не один раз наголошували на існуванні в ЄС моделі успішної демократії і зумовленого цим комплексу функцій медіа [21, р. 189]. За більш ретельного розгляду виявляється, що надзвичайно важливими блоками або ж по-іншому —

цементуючими основами має стати сторони трикутника: "медіа і демократія", "медіа і політика", "медіа і культура". Натомість системне забезпечення консолідованого впливу на громадян покладається на політичні, економічні і культурні рамки, котрі, з одного боку, наочно демонструють рівні і механізми обмеження (неприпустимість виходу за рамки), проте, з другого — дозволяють ідентифікувати проходження сигналів, зокрема фінансових, котрі забезпечують необхідну у цьому випадку сталість демократії, адекватність медіа, плюралізм думок громадян. Утім, важливим надбанням колективної роботи авторів є запропонована ними модель демократії, ролі громадян і ролі медіа (табл. 1).

На нашу думку, важливим надбанням авторів є включення до традиційної логічної схеми демократії декількох важливих блоків, зокрема еліт та елітних груп, до яких автори відносять політичних, економічних і культурних лідерів та їх оточення, а також з'ясування ролі медіа, яка в залежності від впливовості того чи іншого європейського актора може суттєво змінюватися починаючи від поведінки пасивного співгромадянина і закінчуючи фасилітатором, а можливо що й платформою публічної деліберизації, коли формуються нові тренди громадянської мегаактивності.

Сучасні європейські підходи до регулювання медіа є авангардними ще й тому, що вони орієнтовані не лише на певний інститут (орган) ЄС, а здебільшого скеровані на так зване співрегулювання (co — regulation) та одну із його надзвичайно ефективних форм — саморегулювання (self — regulation), яке здійснюється спільно з державним наглядом за дотриманням норм національного або ж наднаціонального законодавства (State Supervision). Така система не дозволяє швидко змінити демократичний тренд розвитку тієї чи іншої країни, максимально модернізуючи водночас медійну риторичку. Заходи, котрі проводять різні інститути, які найімовірніше можна було б назвати дорадчими інстанціями, здебільшого орієнтовані на проведення моніторингів і розроблення рекомендацій. Утім, на думку W. Closs та S. Nikoltchev [22], саме вони є альтернативні, дотично до державних, типами регулювання і охоплюють самомоніторинг та саморегулювання (англійський додаток со — може означати при цьому й приєднання до існуючої моделі регулювання на кшталт ко — інтеграції). Критеріями діяльності можуть виступати: сприйняття, компетентність, гнучкість, гармонізація, спрощеність, легальна визначеність. Саме дотримання такої економіки — правової основи створює, починаючи з 2002 р., додаткові умови для "м'якого" регулювання з боку Європейської Аудіовізуальної Обсерваторії (ЕАО), Інституту Європейського медійного права (ЕМQ), Інституту інформаційного права (IVI), Інституту Європейського Університету (ЕУІ), які здійснюють важливу логістичну підтримку зазначеної моделі. Звичайно, що до діяльності цих інституцій існує чимало запитань, які нерідко породжують палкі дискусії та полеміку. Приміром, С. Palzer вважає за доцільне додати до вже існуючих критеріїв також: обсяги роботи, корегуляцію органів, прозорість, застосування конкурентного права, а також створення органу публічного контролю [23, р. 5—6]. Згадуваний вище автор глибоко переконаний, що пропонується система співрегулювання потребує суттєвого оновлення за рахунок створення нових дефініцій ключових концепцій само- і ко- — регулювання, конкретних прикладів саморегулювання в різних сферах та різних країнах, прикладних досліджень, докладної інформації по соціальних, культурних, економічних і політичних аспектах ко- — регулювання [23, р. 27].

Доволі цікавим є підхід J. Gottberg [24] щодо континентальної саморегуляції медіа, в якому автор пропонує проведення паралелі з державним регулюванням і чіткою позицію щодо захисту молоді та відповідного планування роботи.

Окремо слід сказати про те, що медійною політикою в ЄС опікуються не лише керівні органи ЄС, а й Рада

Європи [25], членами якої є не тільки держави Європейського Союзу. Тож не випадково, що рух медійних сигналів може проходити й через різні платформи, котрі необов'язково є європейськими. З — поміж так формувань слід виокремити: Європейську платформу регуляторних органів, Середземноморську мережу засобів масової інформації, регулюючих органів франкомовних ЗМІ. Зокрема Середземноморська мережа в процесі свого розширення перетворилася у своєрідний майданчик для обговорення проблем трансферу медійних продуктів. Найбільш розповсюдженим форматом для проведення спільних заходів стали Пленарні засідання та робота Технічних комісій (остання 13-а відбулася 28 червня 2019 р. у м. Рабат, Марокко) [26].

У сучасному медійному регулюванні доволі часто присутнім є регіональний аспект, вплив якого в умовах сьогодення доволі важко переоцінити, адже певні угруповання країн, приміром Вишеградської групи (Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина), або ж інших аналогічних платформових утворень, зазвичай, починають відстоювати самобутність свого культурного комплексу, його значущість та важливість. Як правило, якихось принципових конфліктів не відбувається, втім суперечності таки виникають у процесі імплементації окремих документів та трактування суті механізмів і інструментів підтримки певних видів медіа. Доволі цікаве дослідження на прикладі медіа Південно-Східної Європи провели А. Scheuer, Ch. M. Bron, Sh. Kind [27], які з'ясували особливості запровадження розроблених Радою Європи медійних стандартів у державах цього регіону за допомогою бенчмаркінгового дослідження.

ВИСНОВКИ

Системний аналіз селективних механізмів і інструментів реалізації медійної політики Європейського Союзу переконливо довів свою вагому значущість для формування спільного цифрового ринку з високим ступенем захисту внутрішнього простору, секторальними перевагами і гармонізацією різновекторних контентів.

Основними інструментами здійснення медійної (раніше — аудіовізуальної) політики були програми MEDIA і MEDIA MUNDUS, а з часом — підпрограми Media Creative Europe, які надавали фінансову підтримку культурним, креативним, аудіовізуальним сектором, вплив яких на внутрішню консолідацію європейського медійного простору був доволі помітним. Регуляторна модель, що склалася в ЄС останнім часом є комплексом взаємодії основних важелів демократичного суспільства, що забезпечують його сталість, доступність медіа продукції, блокування негативних зовнішніх і внутрішніх дій, фінансову і моральну підтримку європейських медійних продуктів. Основними механізмами реалізації медіа в ЄС виступають: ініціативи, котрі забезпечують просування, розподіл робіт і доступ до ринків, підтримка ініціатив, котрі забезпечують розроблення продуктів, стимулювання продукування телевізійних програм та відеоігор, покращення доступу до аудіовізуальних творів, просування європейських фільмів, розвиток міжнародного співробітництва в медійній сфері. Для України, котра прагне зближення з ЄС надзвичайно важливого значення набуває процес імплементації європейських механізмів і інструментів підтримки медійного сектору.

Література:

1. Television broadcasting activities: Television without Frontiers (TVWF) Directive. URL: [www. eur. Lex. europa. eu](http://www.eur. Lex. europa. eu). (дата звернення: 05.11. 2019).
2. Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) 2018 /1808 — EUR. Lex. Europa. Eu. URL: www. ec. europa. Eu (дата звернення: 05.11. 2019).

Таблиця 1. Модель демократії, ролі громадян та ролі медіа за Nieminen [21, р.15], що була адаптована L. d'Hoeneys, H. Sausa, J. Trappel

Моделі	Ключові учасники	Роль громадян	Роль медіа
Демократична еліта	Соціальні групи еліт (політичні, економічні, культурні); експерти	Неактивні виборці	Пасивний канал інформації
Плюралістична демократія	Обрані представники	Поінформовані громадяни роблять усвідомлений вибір	Інформативність та інтерпретація (об'єктивність); підзвітність
Демократія участі	Організовані громадяни (зацікавлені організації організації)	Активні учасники громадських організацій	Адвокація; організація критичних дебатів з соціальних питань
Дорада демократія	Проінформовані та активні громадяни	Учасники публічних обговорень	Посередник; платформа для загальних громадських питань

Джерело: [20, р. 190].

3. Treaty on European Union and the Treaty on Functioning of the European Union. 2012 /с 326 /01 // Official Journal C 326, 10/2012 P. 0001 — 0390. URL: www. eur. lex. europa. eu. (дата звернення: 05.11. 2019).

4. The media sub — programme of Creative Europe / Digital Single Market. URL: <https://ec. europa. eu/ digital — single — market /en /policies / media — programme> (дата звернення: 01.11. 2019).

5. Audiovisual and mediapolicy. Fact sheets on European Union. URL: www. europortal. europa. eu / factcheets /en /sheet /138 / audiovisual — and — media — policy (дата звернення: 01.11. 2019).

6. Culture and Media Policy. An official website of the European Union. URL: https://ec. europa. eu /info / policies / culture — and — media _en# policies (дата звернення: 02.11. 2019).

7. Creative Europe Media. The media sub — programme of Creative Europe / Digital Single Market. URL: <https://ec. europa. eu / digital — single — market /en / policies / media — programme> (дата звернення: 02.11. 2019).

8. Digital Single Market. URL: <https://ec. europa. eu / digital — single — market /en /content — dist — ribution> (дата звернення: 31.10. 2019).

9. Baker C.E. Media, Markets and Democracy. — Cambridge: Cambridge University Press, 2002. — 230 p.

10. Barzanti F. Governing the European Audiovisual Space: what Modes of Governance can Facilitate an European Approach to Media Pluralism? EUI RSCAS; 2012 / 49, Center for Media Pluralism and Media Freedom. URL: <https://cmpt. eui. en /Home. aspx>. (дата звернення: 31.10. 2019).

11. Parcu P.L., Silvestri V. Electronic Communications Regulation in Europe: An Overview of Past and Future Problems, EUI RSCAS; 2013 / 92; Florence School of Regulation. URL: <https://cadmus. eui. eu / handle /1814 / 29137> (дата звернення: 31.10. 2019).

12. Van Dijk J. The evolution of the digital divide: The digital divide turns to inequality of skills and usage // Digital Enlightenment Yearbook 2012, Amsterdam: IOS Press. — P. 57—75.

13. Pratt A., Stromberg D. The Political Economy of Mass Media // CEPR. Discussion Paper. — 2011. — DP 8246.

14. Meier W. A. National and transnational media ownership concentration in Europe: A burden for democracy? In: W. A. Meier and J. Trappel (eds) /in Power, Performance and Politics: Media Policy in Europe. Baden-Baden: Nomos, 2007. — P. 75—103.

15. MEDIADEM. European Media Policies Revisited: Valuing & Reclaiming Free and Independent Media in

Contemporary Democratic Systems. URL <https://www.mediadem.eliameer.gr/> (дата звернення: 31.10.2019).

16. Mastroianni R. Freedom of Expression in ECJ and ECHR Case Law / in: Pluralism and Competition in the regulation of New Media. European University Institute. — Florence, Italy: FSRC & M& Mediadem conference, EUI, Florence, Nov. 2011.

17. Valcke P. Audiovisual media services in the EU Next Generation Approach or Old wine in New Barrels? // Communications and Strategies. — 2018. — № 71. — P. 103—120.

18. Harrison J., Woods L. European Broadcasting Law and Policy. — Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

19. Brogi E., Parcu P. L. The Evolving Regulation of the media in Europe as an instrument for Freedom and Pluralism // EUI Working papers. PSCAS. — 2014. — № 9. — P. 3—18.

20. Comparative media policy, regulation and governing the European. Unpacking the Policy cycle / Ed. By Leen D'haenens, Helena Sousa, Josep Trappel / The Euromedia research Grop. — Bristol: Intellect, 2018. — 206 p.

21. Nieminen H. Media and democracy from a European perspective / in J. Nussbaum (ed.) Oxford Research Encyclopedia of Communication. — New York: Oxford University Press, 2016.

22. Closs W., Nikoltchev S. Co — Regulation of the Media in Europe. URL: www.ivir.nl/publicaties/download/IRIS-Special-co-regulation-of-the-media-in-Europe. Pdf (дата звернення: 20.10.2019).

23. Palzer C. European Provisions for the Establishment of Co-Regulation Framework. In: Co-Regulation of the media in Europe. URL: www.ivir.nl/publicaties/download/IRIS-Special-co-regulation-of-the-media-in-Europe. Pdf (дата звернення: 20.10.2019).

24. Gottberg J. Assumption about Self — Regulation in the media URL: www.ivir.nl/publicaties/download/IRIS-Special-co-regulation-of-the-media-in-Europe. Pdf (дата звернення: 20.10.2019).

25. Media regulation authorities URL: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-regulatory-authorities> (дата звернення: 25.10.2019).

26. Mediterranean Network of Regulatory Authorities. URL: www.rirm.org/en/accueil-2/ (дата звернення: 25.10.2019).

27. Scheuer A., Bron Ch. M., Kind Sh. The Media in South — East Europe Media Law and Policy Framework. — Sofia: Friedrich Ebert Stiftung, 2011. — 26 p.

References:

1. EUR-Lex (2019) "Television broadcasting activities: Television without Frontiers (TVWF) Directive", available at: www.eur.Lex.europa.eu. (Accessed 5 November 2019)

2. European Commission website (2018) "Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) 2018/1808 - EUR. Lex. Europa. Eu.", available at: www.ec.europa.eu (Accessed 5 November 2019).

3. Treaty on European Union and the Treaty on Functioning of the European Union. 2012 (2012) "Official Journal C 326, 10/2012 P. 0001 - 0390", available at: www.eur.lex.europa.eu. (Accessed 5 November 2019).

4. The media sub - programme of Creative Europe (2018), "Digital Single Market", available at: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/media-programme> (Accessed 1 November 2019).

5. Audiovisual and mediapolicy (2018), "Fact sheets on European Union", available at: www.europortal.europa.eu/factsheets/en/sheet/138/audiovisual-and-media-policy (Accessed 1 November 2019).

6. Culture and Media Policy (2016), "An official website of the European Union" available at: https://ec.europa.eu/linfo/policies/culture-and-media_en#policies (Accessed 2 November 2019).

7. Creative Europe Media (2017), "The media sub - programme of Creative Europe / Digital Single Market", available at: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/media-programme> (Accessed 2 November 2019).

8. Digital Single Market (2017), available at: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content-distribution> (Accessed 31 October 2019).

9. Baker, C. (2002), Media, Markets and Democracy, Cambridge University Press, Cambridge, UK.

10. Barzanti, F. (2012), "Governing the European Audiovisual Space: what Modes of Governance can Facilitate an European Approach to Media Pluralism?", EUI RSCAS; 2012 / 49, Center for Media Pluralism and Media Freedom, available at: <https://cmpt.eui.eu/Home.aspx>. (Accessed 31 October 2019).

11. Parcu, P. and Silvestri, V. (2013), "Electronic Communications Regulation in Europe: An Overview of Past and Future Problems, EUI RSCAS; 2013 / 92", Florence School of Regulation, available at: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/29137>. (Accessed 31 October 2019).

12. Van Dijk, J. (2012), "The evolution of the digital divide: The digital divide turns to inequality of skills and usage", Digital Enlightenment Yearbook 2012, IOS Press, Amsterdam NL.

13. Pratt, A. and Stromberg, D. (2011), The Political Economy of Mass Media, Discussion Paper, CEPR.

14. Meier, W. (2007), "National and transnational media ownership concentration in Europe: A burden for democracy?", Power, Performance and Politics: Media Policy in Europe, Nomos, SW, Baden - Baden.

15. MEDIADEM (2016), "European Media Policies Revisited: Valuing & Reclaiming Free and Independent Media in Contemporary Democratic Systems", available at: <https://www.mediadem.eliameer.gr/> (Accessed 31 October 2019).

16. Mastroianni, R. (2011), "Freedom of Expression in ECJ and ECHR Case Law", Pluralism and Competition in the regulation of New Media, European University Institute, Florence, Italy.

17. Valcke, P. (2018), "Audiovisual media services in the EU Next Generation Approach or Old wine in New Barrels?", Communications and Strategies, vol 71, pp. 103—120.

18. Harrison, J. and Woods, L. (2007), European Broadcasting Law and Policy, Cambridge University Press, Cambridge, UK.

19. Brogi, E. and Parcu, P. (2014), "The Evolving Regulation of the media in Europe as an instrument for Freedom and Pluralism", EUI Working papers. PSCAS, vol. 9, pp. 3—18.

20. The Euromedia research Grop. (2018), Comparative media policy, regulation and governing the European. Unpacking the Policy cycle, Intellect, Bristol.

21. Nieminen, H. (2016), "Media and democracy from a European perspective", Oxford Research Encyclopedia of Communication, Oxford University Press, New York, USA.

22. Closs, W. and Nikoltchev, S. (2018), "Co - Regulation of the Media in Europe", available at: www.ivir.nl/publicaties/download/IRIS-Special-co-regulation-of-the-media-in-Europe.pdf (Accessed 20 October 2019).

23. Palzer, C. (2018), "European Provisions for the Establishment of Co - Regulation Framework", Co - Regulation of the media in Europe, available at: www.ivir.nl/publicaties/download/IRIS-Special-co-regulation-of-the-media-in-Europe.pdf (Accessed 20 October 2019).

24. Gottberg, J. (2018), "Assumption about Self - Regulation in the media", available at: www.ivir.nl/publicaties/download/IRIS-Special-co-regulation-of-the-media-in-Europe.pdf (Accessed 20 October 2019).

25. Media regulation authorities (2019), available at: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-regulatory-authorities> (Accessed 25 October 2019).

26. Mediterranean Network of Regulatory Authorities (2019) available at: www.rirm.org/en/accueil-2/ (Accessed 25 October 2019).

27. Scheuer, A., Bron, M. and Kind, Sh. (2011), "The Media in South", East Europe Media Law and Policy Framework., Friedrich Ebert Stiftung, Sofia.

Стаття надійшла до редакції 21.11.2019 р.