Санкт-Петербургский государственный университет

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Факультет журналистики

Кафедра международной журналистики

**Медиа-карта: Франция**

**(контрольная работа)**

Выполнила:

студентка 3 курса

6 группы (МЖ)

Дмитриева А. О.

Санкт-Петербург

2014

**I. Географическое положение и политическая система** **Польши**

***История страны***

Историю страны очень важно рассматривать для того, чтобы знать, что являлось причиной того, что сейчас происходит в ней, в чем были ее ошибки и откуда идут проблемы или, наоборот, из чего складываются сильные стороны.

Государство, которое мы так кратко именуем «Польша», имеет множество других названий, возникших давным-давно: Речь Посполитая, Королевство Польское, Герцогство Варшавское. Один из первых университетов в Европе был создан в Кракове, короли возводили дворцы, проектировали целые города, Казимир III Великий прославился своей инфраструктурой страны.

Однако случилось так, что серьезные беды настигли страну уже в XVII веке, когда Польша активно воевала с Россией и лишалась своих территорий. Постоянные потери в конфликтах с украинцами, казаками, татарами и шведами также ослабевали страну. Народ перестал доверять власти, ведь никому не был по душе экономический кризис. К концу XIX века оказалось, что за это время Польша потеряла более 4 миллионов мирных жителей, а ее территории спокойно делили между собой три крупнейшие державы: Россия, Пруссия и Австрия. Поляки начали массовой эмигрировать в США в поисках лучше жизни. Польша в буквальном смысле перестала существовать на карте мира, так как от нее ничего не осталось.

Именно в этот страшный для страны период началась Первая Мировая война. Все военные действия в Европе с 1914 года начали переносить на территорию Польши, ведь ни одна страна не хотела потерь на своей земле. Эти события привели к ужасным потерям и жертвам остатков поляков. Была разорена прекрасная инфраструктура, введенная когда-то королем.

1 сентября 1939 года началась Вторая Мировая война. И началась она с мгновенной оккупации фашистской Германией польских городов и уничтожения населения. В общей сумме за последующие годы погибло более 6 миллионов местных жителей[[1]](#footnote-1).

После победы, Польша оказалась в социалистическом содружестве, ведь ей нужна была помощь, и сама она бы не выбралась из бедноты и разорения, хотя многие поляки отрицательно относились к такому союзу. Несмотря на неприятие новой власти, за 50 лет Польша смогла восстановить хозяйство. Были восстановлены учебные заведения, магазины и больницы.

Тут-то и появилась самая известная организация под руководством Леха Валенса, которая сумела объединить всех людей, кто хотел демократии, прав и свобод. Называлась она символично: «Солидарность». В эту партию переходили даже коммунисты, что было невиданным событием в те времена. «Солидарность» произвела настоящий фурор в социалистическом лагере.

Поэтому неудивительно, что в 1981 году активиста Валенса подвергли репрессиям, а в стране ввели военное положение. Поляки очень разозлились и продолжили подпольную деятельность любимой организации. Только через 8 лет население смогло добиться того, о чем так мечтало: демократических выборов. Это случилось благодаря происходившей в СССР перестройке. Президентом страны был выбран Лех Валенса. Правил он 6 лет, но, как ни странно, экономического чуда не произошло. Страна по-прежнему не могла выбраться из кризиса. Она никак не могла избавиться от наследия социалистического хозяйствования. Хотя, в такие ситуации попали все страны социалистического лагеря. Конечно же, люди стали возмущаться правлением Валенса и высказывать свое недовольство выбранным президентом.

В 1997 году они избрали нового президента. Им стал Александр Квасьневский. За время его работы Польша стала членом НАТО и в 2004 году вступила в Евросоюз. В 2005 году к власти пришел Лех Качиньский, который трагически погиб при крушении самолета возле Смоленска в апреле 2010 года, когда летел для посещения Катынского мемориала. В 2007 году Польша вошла в зону Шенегена. В настоящее время президентом Польши избран Бронислав Коморовский.

***Государственное и географическое устройство***

Республика Польша располагается в Центральной Европе. На Западе граница проходит с Германией, в южной части - со Словакией, на востоке граница проходит с Белоруссией, немного южнее — с Украиной, южно-западная сторона граничит с Чехией, а на севере Польша омывается холодными водами Балтийского моря. По территории страна занимает 9 место в Европе. Ее площадь равна 312,7 кв. м. Численность населения Польши составляет 38 млн. человек.

Огромный город с самым большим количеством населения в стране – Варшава, является столицей Польши. В ней проживают более трех миллионов человек. Чуть менее большие города: Краков (750 тысяч жителей) и Лодзь (740 тысяч жителей). 96 процентов поляков — ревностные католики, которые придерживаются традиций и отмечают религиозные католические праздники. Оставшаяся часть - лютеране и православные.

***Социально-политическое устройство***

Польша относится к государствам с республиканским строем, к парламентским демократиям с двухпалатным парламентом. Как и в России, в Польше действует система разделения властей, по которой исполнительная власть заключена в руках Совета министров, премьер-министра и президента Бронислава Коморовского, судебную власть осуществляют административные, гражданские и военные суды, а законодательной властью занимается Конституционный суд, Сейм и Сенат.

Парламент в Польше двухпалатный и состоит из двух органов законодательной власти: нижней и верхней палаты. Сейм (нижняя палата) обладает полномочиями контролирующего и совещательного характера. Состоит из 460 послов, которые избираются на срок - 4 года. 100 депутатов входят в состав сената, срок их полномочия равен депутатам сейма. Тайным голосованием на всеобщих выборах выбираются Сенат и Сейм. Они образуют Народное собрание и заседают совместно. Президент избирается народом сроком на 5 лет и является главой государства. В апреле 1997 года была принята Конституция.

Польша является членом международных организаций: Среднеевропейской инициативы, Всемирной организации торговли, Всемирной организации здравоохранения, Международного Валютного Фонда, Совета Балтийских Государств, ООН.

С 1999 года территория Польши разделена на 16 воеводств, 315 повятов и 65 городов.[[2]](#footnote-2)

**II. Становление и развитие СМИ**

Лихие 90-е в России в Польше стали временем демократических перемен в совершенно разных областях жизни, так же и в СМИ. Отдельное место в моей работе занимает идея рассмотрения развития польских СМИ в посткоммунистической Польше, ведь это было огромной проблемой для них – выстоять конкуренцию с другими европейскими СМИ.

Не только экономика бурно развивалась в 90-е годы, но и рынок польской прессы набирал обороты. Так, с 1990 и 1995 годы, количество периодических изданий выросло с 3007 до 4340. В 2001 году в стране выпускалось уже 5837 газет и журналов, в том числе общенациональные и региональные газеты, ежедневные, еженедельные, ежемесячные, а также специальные издания[[3]](#footnote-3).

Самый большой прогресс смогла создать региональная пресса, которая появилась в каждом микрорайоне, не говоря уже о районах. Ведь до 1989 года местные СМИ вообще были развиты очень плохо. Каждый округ предпринял свою попытку создать свое издание и у многих это получилось.

Но развивались польские СМИ не только за счет увеличения количества изданий. В начале 90-х годов польская пресса должна была пройти испытание на прочность в условиях свободного рынка. В первую очередь нужно было поменять способ мышления руководителей и редакторов. Они же уже не могли думать только о содержании издания. Им надо было привлекать рекламу, ведь она стала основным источником дохода. Раньше радио и телевидение существовало за счет субсидий государства, а теперь они лишены дотаций и вынуждены сами себя обеспечивать. Именно поэтому польские СМИ встали на путь коммерциализации и привлечения иностранного капитала и инвестиций.[[4]](#footnote-4)

**III. Современная система и типология СМИ**

До 1989 года систему СМИ в Польше развивалась только на уровне государства и отдельных крупнейших регионов. Поэтому говорить о достаточном обеспечении аудитории массовой информацией на местном уровне не приходилось. Однако с началом реформ 90-х годов с политической, правовой и экономической сферах дало возможность СМИ активно развиваться именно на местном уровне. Такая система должна была способствовать более эффективному восприятию получаемой информации на разных уровнях, увеличивая самостоятельность гражданской позиции населения всех территориальных субъектов, в том числе и отдаленных.

Лучше всего польские СМИ можно рассмотреть на примере «Газета Выборча» («Gazeta Wyborcza»). Издателем этой газеты является фирма Агора (Agora). Люди, для которых духовные ценности, культура, верность идеалам и работа на общее благо были основными в жизни, создали эту газету, не стремясь заработать на ней денег. Сейчас, благодаря американским инвесторам, «Газета Выборча» имеет большое количество региональных приложений в крупных городах Польши. Интересно, что в каждой местности внешний вид и содержание газеты отличается друг от друга, благодаря наличию редакций и типографий в каждом регионе. Сегодня «Газета Выборча» является крупнейшим ежедневным изданием в Польше. Ее средний тираж достигает почти 600 тысяч экземпляров, а в предпраздничные дни газета расходится даже миллионным тиражом[[5]](#footnote-5).

Еще одной важной для Польши газетой является «Речпосполита» («Rzeczpospolita»). По тиражу она занимает третье место. Издание выходит с разными приложениями на экономическую тему. В самом покупаемом и уважаемом приложении «Право цо дня» («Prawo Co Dnia») публикуются важные для бизнесменов и предпринимателей законы, постановления и комментарии экспертов.

Однако, многочисленные социологические исследования местной польской прессы показали, что ее главным недостатком является низкое качество и «желтушность», которые мешают ей совершенствоваться, касательно всех параметров. Для редакторов и исследователей, заинтересованных в дальнейшем развитии периодики, было бы неплохо применять методику социологического контент-анализа, для отслеживания содержания номеров и форм журналистских произведений.

На следующем по популярности и читаемости месте располагается газета «Супер Экспресс» (**«**Super Express»). Как пишет сама редакция этой газеты, ее читательскую аудиторию составляют «люди, которые не ждут от ежедневной газеты серьезных и сложных публикаций». Издание публикует материалы о жизни обычных граждан. 14% жителей Польши – читатели газеты. Ее тираж 450 тысяч экземпляров.

Также, важно проанализировать тот факт, что если бы пресса и теле, и радио каналы изначально не были бы готовы к предстоящим изменениям, то революции в СМИ не произошло бы. Однако, идеологический контроль над масс-медиа не подавил ее потенциал, и она сумела возродиться. Интересной чертой развития стало то, что оно произошло за счет сокращения давления партийного аппарата на прессу, и пропала необходимость следовать политико-идеологическим целям.

Если обратить внимание не на «желтые» издания, а на более серьезные СМИ, то ежедневным изданием является выходящая с 1997 года газета «Пульс бизнеса» (**«**Puls Biznesu»). Она один из лидеров в области экономической информации включая «Речьпосполита». С чтения «Пульса» начинает свое утро каждый польский бизнесмен.

Большой и постоянно растущей популярностью пользуются в Польше общественно-экономические еженедельники. Раньше всех начал издаваться еженедельник «Политика» (**«**Polityka»), первый номер которого вышел в 1957 г. Статьи и материалы в это издание готовили и готовят самые лучшие журналисты страны. Материалы этих авторов часто формируют взгляды общества на разные проблемы, подсказывают опросы, проведенные среди читателей.

Другой очень популярный польский еженедельник - «Впрост» («Wprost») издается с декабря 1982 г. На его страницах публикуются статьи ведущих польских политиков, экономистов, юристов. Этот журнал на протяжении 11 лет учреждает специальную премию и почетное звание «Человек года», в числе лауреатов которого: Лех Валенса, Александр Квасьневский, Лешек Миллер, Лешек Бальцерович и Вислава Шимборская. Ежегодно «Впрост» публикует рейтинг 100 самых богатых поляков. Журнал выходит тиражом около 300 тысяч экземпляров.

С сентября 2001 г. в Польше издается журнал «Newsweek» на польском языке. Еженедельник сразу стал бестселлером на рынке периодики. Успех польского варианта **«**Newsweek» удивил даже саму редакцию, которая была вынуждена увеличить тираж первых номеров издания.

Важнейшим моментом в развитии периодики Польши была, конечно же, культурная, интеллектуальная, материальная и организационная активность издателей и людей, проживающих на определенных локальных участках страны, которая, как следствие, привела к активизации потенциала изучения именно местных СМИ читательской и зрительской аудиторией, в результате чего тиражи изданий резко выросли, а сама периодика стала неоднородной и максимально разнообразной.

Что касается телевидения, то настоящее время оно включает в себя государственные общепольские телеканалы TVP 1, TVP 2, а также 12 отделов регионального телевидения TVP 3 и частные телеканалы Polsat, TVN, TVN 24, TVN 7, TV 4, TV Puls. Кроме того, в Польше сегодня успешно функционируют несколько десятков радиостанций и сотни информационных сайтов.[[6]](#footnote-6)

То, что СМИ в Польше начали активно развиваться после 1989 года, свидетельствует о ряде факторов, которые способствовали этому процессу. Например, очень важно устанавливать в стране соответственные государственно-политические условия, в которых будут возможны демократические реформы даже на местных уровнях, что позволит СМИ развиваться более динамично. Любые застои в развитии средств массовой информации говорит лишь о политических и экономических несовершенствах в системе управления. Активное становление плюрализма мнений и рыночной экономики в Польше дало мощный толчок к развитию периодики и радио и телевещания.

**IV. Правовое регулирование информационной сферы**

Необходимым условием функционирования СМИ в обществе является правовое регулирование информационной сферы. Так же, как и международные документы и документы Евросоюза, права и свободы средств массовой информации устанавливает Конституция Польши и другие законы и подзаконные акты, призванные гарантировать людям отсутствие пропаганды и давления на сознание, которое могут оказывать СМИ. Однако, к сожалению, такой статус лишь слабо обозначен в документах, и руководствоваться им составляет большой труд, поэтому законы саморегулирования СМИ берут на себя ответственность за упущения в правовой сфере, уделяя особое внимание электронным средств массовой информации, оказывающим наиболее сильное влияние на современную аудиторию.

***Источники современного польского права***

Источниками системы польского законодательства являются:

* Конституция республики Польша;
* Законы республики Польша;
* Ратифицированные международные договоры Республики Польша;
* Подзаконные нормативные акты;
* Локальные нормативные акты (в пределах территориальной и административной компетенции принявших их органов);
* Частно-административные правовые акты (для лиц, в отношении которых они приняты).

***Саморегулирование СМИ***

Радио и телевидение в Польше принадлежат государству. Но подход к СМИ очень близок подходу BBC. В вопросах освещения новостей, имеющих отношение к избирательной кампании, СМИ Польши подчиняются только Национальному совету по радио и телевещанию. Это главный регулирующий орган в Польше.

Руководители Радио и телевидения Польши издали детальное руководство для своего персонала, которое включало следующие положения:

«Польское Радио и телевидение должно обеспечивать широкое освещение избирательной кампании и предоставлять информацию о кандидатах. Новостные программы и программы, освещающие текущие события, должны предоставлять полную информацию о партиях, их избирательных платформах и кандидатах без предвзятости в пользу или против какой-либо партии и без рекламирования соответствующих политических взглядов. Основным принципом должен быть принцип равного доступа, который накладывает на контролеров телевизионных каналов, отделы по программам, а также на региональные станции обязательство по регистрации количества эфирного времени, предоставленного конкретным партиям или кандидатам, а также по обеспечению соблюдения принципа равенства».

Итак, как упоминалось ранее, Польша смогла подняться с колен и стать независимым государством, только через 50 лет авторитарного правления социалистического лагеря. Реформы не упустили из виду ни одну сторону жизни населения. В том числе в области СМИ. С приходом демократии в 1989 году поляки получили долгожданную свободу слова. На месте контролируемой властями информационной монополии начал формироваться рынок конкурирующих между собой средств массовой информации. При этом поляки получили также доступ к зарубежным масс-медиа и новым технологиям. Поэтому польским СМИ сейчас занимаются наверстыванием упущенного в области телекоммуникационной инфраструктуры.

**V. Новые информационные технологии и перспективы развития СМИ**

Современный этап развития СМИ в Польше характеризуется увеличением активности деятельности местного самоуправления и сосредоточением в их руках все большего количества разнообразных изданий. В условиях формирующегося гражданского общества все больше внимания уделяется полному и достаточному информированию людей, которые становятся прямыми участниками политических и экономических отношений. Только хорошо проинформированные на местном уровне зрители и читатели могут осуществлять достойное и самостоятельно самоуправление и руководствоваться принципами демократии. Так как прессе местного уровня первой задачей было поставлено обеспечить граждан информацией о социальной среде, максимально близкой им, и о событиях, непосредственно влияющих на их жизнь, то тиражи печатной продукции и радио и телевещания растут с каждым днем. Одновременно с этим для периодики крайне важным считается оперирование реальными фактами и подача объективной информации, не зависящей от торжествовавших ранее в стране идейно-политических целей, которые только дезориентировали граждан в социальном пространстве и отчуждали их от любого саморегулирования.

Соответственно глобализации, затрагивающей все средства массовой информации в Польше, как европейской стране, трансформации в этой сфере масс-медиа происходят ежедневно. Развитие прессы на местном уровне смягчает последствия глобализации для обыденных читателей рядовой аудитории, посредством удовлетворения интересов общества через освещение в СМИ актуальных проблем, касающихся каждого, на доступных примерах таких же людей. Ведь информацию местного значения способен понять каждый читатель, что крайне важно в современной политической и экономической обстановке. Таким образом, в следствие активного развития периодики Польши именно на местном уровне, СМИ способствуют локализации информации в конкретных районах, с токи зрения освещения материалов, которые представляют собой потребности и интересы людей. Так, СМИ позволяют огромной аудитории находиться в глобализационном пространстве современного мира, не ощущая дискомфорта или потерянности, благодаря постоянному поддержанию информационного контакта с каждым читателем.

Однако, нельзя не заметить и некоторые сложности, которые испытывает активно развивающаяся польская пресса и другие СМИ. Так как большинство изданий в данный момент находятся в непрерывном становлении и еще не заняли устойчивых позиций в ветке четвертой власти, то их характеристики еще не устоялись как следует и требуют ответственной работы и контроля журналистов и редакторов, которым предстоит еще найти оптимальные параметры каждого издания, для его выживания на рынке масс-медиа. Но, по мере стабилизации рынка прессы, будут формироваться четко выраженные типы изданий, подчиняющиеся общим принципам и нормам этого рынка, вед на данный момент его очень сложно идентифицировать в общую картину польских СМИ.

**Список использованной литературы**

* 1. История зарубежной журналистики: учебник для бакалавров / А.Ю. Быков, Е.С. Георгиева, С.А. Михайлов; под общ. ред. С.А. Михайлова. – М., 2014.
  2. Воронцова-Хэтч Т. М. Журналистика Польши 1990-х гг. СПб., 2006.
  3. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
  4. Периодическое издание «Белорусский партизан». «СМИ в Польше». URL: <http://www.belaruspartisan.org/economic/242629/>.
  5. «PolishNews». URL: <http://polishnews.ru/pages/informacija-o-strane/>.
  6. Мариан Геруля. Диссертация на тему «Местная периодическая печать Польши 1990-х гг.: Типология, современное состояние и перспективы развития». 2001. URL: <http://www.dissercat.com/content/mestnaya-periodicheskaya-pechat-polshi-1990-kh-gg-tipologiya-sovremennoe-sostoyanie-i-perspe#ixzz3MYmgRniy>.

1. Официальный сайт периодического издания «PolishNews». Режим доступа: <http://polishnews.ru/pages/informacija-o-strane/> [↑](#footnote-ref-1)
2. Политическое устройство Польши. Режим доступа: http://polsha.wesmir.net/policy/16-polit-ystroistvo-polshi. [↑](#footnote-ref-2)
3. Журналистика Польши 1990-х гг. Воронцова-Хэтч Т. М. СПб., 2006. [↑](#footnote-ref-3)
4. История зарубежной журналистики: учебник для бакалавров / А.Ю. Быков, Е.С. Георгиева, С.А. Михайлов; под общ. ред. С.А. Михайлова. – М., 2014. С. – 317-318. [↑](#footnote-ref-4)
5. Медиаэкономика зарубежных стран. Вартанова Е. Л. М., 2003. [↑](#footnote-ref-5)
6. Периодическое издание «Белорусский партизан». «СМИ в Польше». Статья опубликована 02.10.2013 на официальном сайте издания <http://www.belaruspartisan.org/economic/242629/>. [↑](#footnote-ref-6)