ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ

(на примере Чехии и Болгарии)

магистерская диссертация

ВЫПОЛНИЛ

магистрант кафедры зарубежной журналистики и литературы
Николай Анищенко

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ

Слабая разработанность темы в белорусско- и русскоязычном научном пространстве

Возможность применения накопленного опыта трансформации в реалиях Беларуси

ЦЕЛЬ РАБОТЫ

- проследить процесс изменения условий работы и самой специфики СМИ Чехии и Болгарии в связи с изменениями рыночной конъюнктуры и социально-политических условий с конца 1960-х по наши дни;

- проанализировать суть, а также последствия трансформации информационного пространства Чехии и Болгарии

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

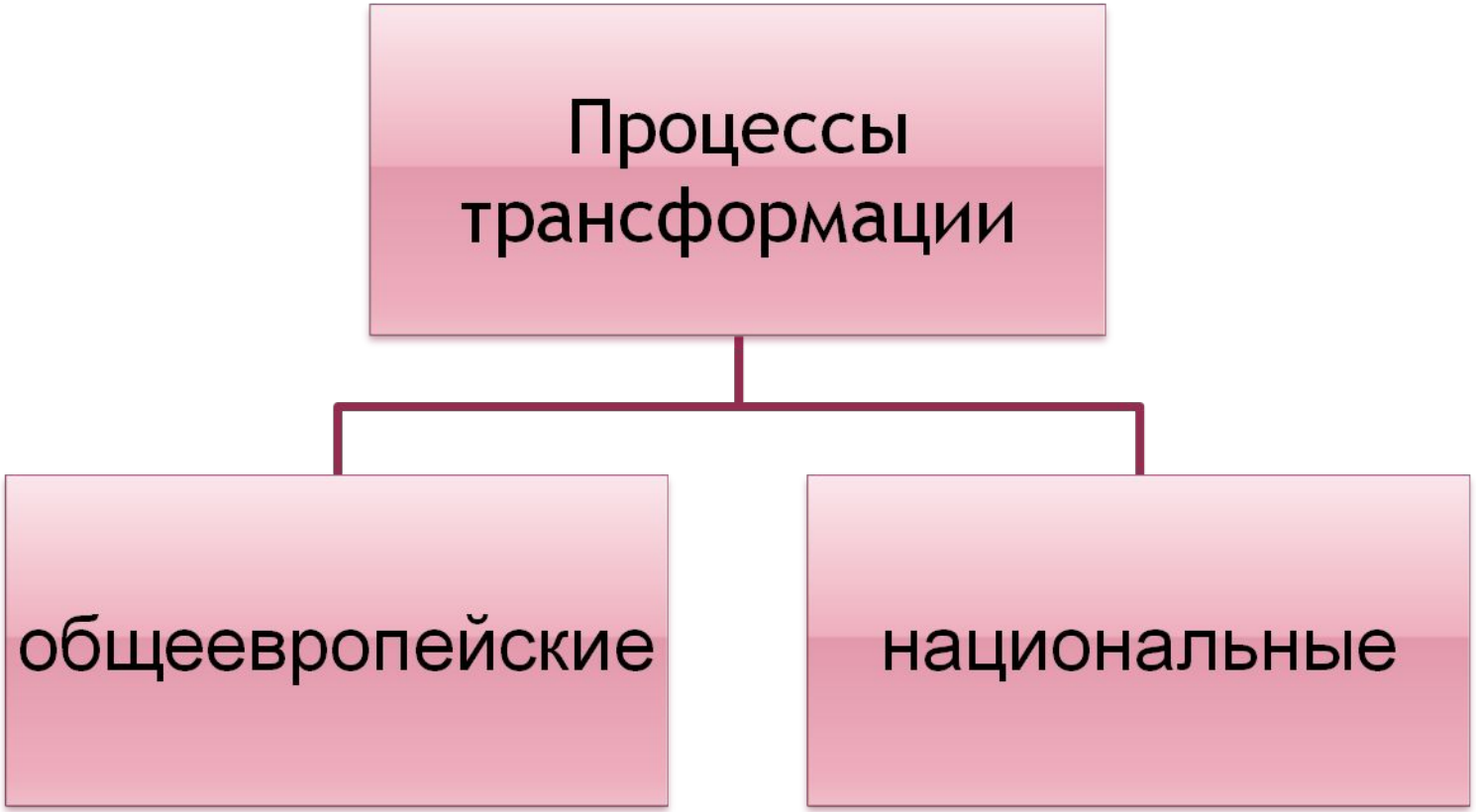
1. Проследить процесс становления новой системы СМИ Чехии и Болгарии;
2. Выявить тенденции изменения оформления, содержания, формата, направления, политической ориентации печатных и аудиовизуальных СМИ Чехии и Болгарии;
3. Описать порядок перераспределения медиа-активов в условиях свободной экономики. Очертить роль иностранных инвесторов в процессе денационализации и становления новой системы СМИ;
4. Охарактеризовать современное состояние системы СМИ Чехии и Болгарии;
5. Определить, насколько современная система СМИ Чехии и Болгарии отвечает идеалам независимости и прозрачности, а также обозначить факторы, которые потенциально могут угрожать независимости и плюрализму системы СМИ Чехии и Болгарии.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Система печатных и электронных СМИ Чехии и Болгарии

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

РАЗВИТИЕ СМИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ



ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ

Политические:

- изменение редакционной политики в связи с приходом новых владельцев, преимущественно иностранных;
- изменение законодательства о СМИ;
- попытки владельцев печатных и аудиовизуальных СМИ влиять на социально-экономическую и социально-политическую жизнь страны.

Экономические:

- приватизация СМИ национального и местного уровней;
- концентрация и монополизация СМИ;
- господство иностранного капитала на рынке СМИ;
- медиаркатизация.

Социальные:

- уменьшение тиражей печатной прессы;
- рост популярности «желтой прессы» по сравнению с качественной;
- неподвластность общества попыткам навязывания чуждых морально-нравственных и общественно-политических ориентиров посредством СМИ.

Психологические:

- изменение общественно-политического сознания журналистов и их отношения к профессии, аудитории;
- процессы внутри редакций.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

свобода
рыночная экономика
развитие СМИ

Если и существуют в рассмотренных странах какие-либо барьеры для развития свободных и плюралистических СМИ, то они скорее лежат в экономической, чем в институциональной сфере

Концентрация СМИ продолжается, однако приход новых инвесторов на рынок сильно затруднен

Борьба за как можно большую аудиторию делает содержание многих СМИ приспособленным под «вкусы большинства», что негативным образом сказывается на его разнообразии

Законодательство о СМИ в Чехии и Болгарии находится на высоком уровне, однако позволяет инвесторам находить лазейки, чтобы подчинить себе большую часть рынка

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!