

toto zlepšenie nemusí znamenať to, čo potrebujú krajiny strednej a východnej Európy. Aj keď si študenti novinárstva osvojujú praktiky západného novinárstva, po návrate do vlastných krajín sa vracajú k svojmu „osvedčenému“ názorovému novinárstvu, pretože sa domnievajú, že ich krajiny si vyžadujú „odlišný novinársky prístup“.⁸

Záver

Najdôležitejším záverom tejto štúdie je, že programy novinárskeho vzdelávania musia rešpektovať trhovú realitu. To znamená, že zastaranú spoločenskú teóriu treba nahradiť praktickými kurzami, v ktorých zaujmú dôležité miesto také predmety, ako sú manažment, výskum trhu a plánovanie. Zároveň to predpokladá, že učitelia novinárstva musia hľadať príklady na Západe. Musia si z nich vyberať tie najlepšie a prispôbovať ich vlastným novinárskym tradíciám.

Zvláštnu pozornosť pri výchove nových a budúcich novinárov treba venovať osvojovaniu si praktík, nevyhnutných na prácu v trhových podmienkach. Aj keď by v tom niekto mohol vidieť poddávanie sa kultúrnemu imperializmu, faktom zostáva, že západní podnikatelia vlastnia a prevádzkujú čoraz viac maďarských médií a že v Maďarsku ponúkajú a predávajú čoraz viac produktov. A ak chcú novinári uspieť na rozmarnom trhu, musia si osvojiť pravidlá konkurenčného boja.

Z anglického originálu Timothy N. Walters – Lynne M. Walters: *The Best From Other Countries and the Best From Ours* preložil a upravil Samuel Brečka.

ZAHRANIČNÝ KAPITÁL V POĽSKEJ TLAČI DEVÄŤDESIATYCH ROKOV

ZBIGNIEW BAJKA

Prítomnosťou zahraničného kapitálu v poľských médiách som sa začal zaoberať v roku 1990, keď tento kapitál začal prichádzať do Poľska. V tom čase západní vydavatelia už chodili do Maďarska aj do Česka. V Poľsku parlament prijal rozhodnutie o likvidácii najväčšieho tlačového koncernu v tejto časti Európy – RSW Prasa-Książka-Ruch; výsledkom tohto rozhodnutia bola veľká transformácia tlačového trhu. Vtedy, a to už niekoľko mesiacov, Poľsko malo novelizovaný tlačový zákon, ktorý umožňoval každému dospelému občanovi, ako aj zahraničným vydavateľom vydávať noviny a časopisy. Vtedy v Poľsku sotva niekto predpokladal, že privatizácia poľskej tlače sa bude uskutočňovať s takou veľkou účasťou zahraničných vydavateľov. A to bolo pravdepodobne dôvodom, prečo sa tlačový zákon neznovelizoval z hľadiska účasti zahraničného kapitálu, ale predaj poľských novín a časopisov sa uskutočnil diletantsky a bez akéhokoľvek plánu.

⁸ DENNIS, E. – HUEVEL, V. J.: c. d., s. 72.

Odborníci z oblasti tlače si uvedomovali, že bez západných investorov sa poľská tlač nedá zmodernizovať ani technologicky (vybavenie redakcií počítačmi a moderná tlač), ani organizačne (efektívna organizácia redakčnej práce). Uskutočnilo sa aj omladenie redakcií i zmena spôsobu redigovania tlače. V Poľsku vtedy nebol potrebný kapitál; jedinými domácimi účastníkmi mohli byť banky a niektoré štátne, ako aj súkromné firmy (ktoré by už vtedy predvídali, že investovanie do tlače sa vyplatí), spoločenské organizácie (ako Solidarita), ale aj politické strany, ktoré však mali viac snahy ako kapitálu na vlastnenie niektorých titulov.

Atmosféra okolo západných vydavateľov, zaujímajúcich sa o kúpu poľských novín a časopisov, bola spočiatku pomerne pokojná. Nemeckí vydavatelia, ako Bauer alebo Springer, skúmali trh pod zámienkou dostať sa naň s vlastnými titulmi v poľskej jazykovej verzii. Okrem krátko prieskumu sa tu výraznejšie neobjavili predstavitelia britských vydavateľov (Maxwell, považovaný u nás za sympatizanta ľavice, o. i. aj v súvislosti s vydaním knihy o generálovi Jaruzelskom; keď nepochodil v Poľsku, investoval v Maďarsku). Výraznejšie naznačili svoje záujmy Francúzi (Hersantova skupina, ktorú prijali pomerne dobre vzhľadom na pravicové názory majiteľa), ako aj Taliani (Grauso) a Švajčiari (Marquard). Prvý vstup Nórov zo skupiny Orkla Media priniesol nevydarený zámer (*Dziennik Dolnośląski* vo Wroclawi na západe Poľska), čo však nórsku skupinu neodradilo; po dôkladnejšej príprave a vytvorení skupiny poľských spolupracovníkov sa vrátili a realizujú svoje zábery vo väčšom meradle.

Nemci pristúpili k veci metodicky, pokúšajúc sa určiť časti trhu tlače, ktoré by v budúcnosti mohli zaujať; skupiny Bauera, Springera a Burdy, neskoršie Grüner + Jahr spočiatku vytýpovali oblasti vo svojej špecializácii, čiže ženské a rodinné časopisy, populárne a lacné farebné magazíny. Škandinávci vytvorili skupinu s Poľiakmi a orientovali sa na erotické časopisy. Švajčiari a po nich Taliani sa zamerali na odborné časopisy, najmä ekonomické, hoci Švajčiari sa neodťahovali ani od ženských časopisov. Američania ráťali s úspechom špeciálnej tlače, ako aj titulov, ktoré vydávajú v mnohých krajinách sveta. Tak sa do Poľska dostali americké počítačové časopisy, odborná tlač z viacerých oblastí (napr. medicíny) a také časopisy, ako sú *Reader's Digest*, *Playboy*, *Cosmopolitan* a iné. Francúzi (najmä skupina Hachette/Filipachi) mali v úmysle vydávať náročné časopisy pre ženy, ale ešte predtým dôsledne bojoval o miesto na poľskom trhu koncern Roberta Hersanta.

Práve on siahol po skupine najsilnejších lokálnych časopisov a po jednom významnom titule – celopoľskom denníku *Rzeczpospolita*. Regionálne denníky kúpil na svojráznej dražbe, akou bol výpredaj tlače RSW, ktorú robila jej likvidačná komisia. V prvom kole Hersant kúpil 7 denníkov (po dva v Katoviciach, Lodži a GdanSKU, jeden v Krakove) a spomínanú *Rzeczpospolitą*, ktorej majiteľom bolo štátne vydavateľstvo.

Hersant kúpil lokálne denníky spoločne s rôznymi zmluvnými partnermi, najmä regionálnymi komisiami Solidarity, ako aj novinárskymi družstvami, v niekoľkých prípadoch mal zopár menších partnerov, ktorí (ako v prípade *Trybuny Śląskiej*) sa prejavili ako Hersantovi skrytí podielníci. Komisia sa pri predaji novín usilovala dávať ich do rúk spoločností, v ktorých mal zahraničný kapitál menšinový podiel. Bola to však ilúzia. Hersant platil za seba a iných podielnikov, po čase odkupoval ich podiely a dodatočne im dával peniaze. Stávalo sa aj to, že novinárska „spoločnosť“ si brala pôžičky z banky, ale nebola schopná ich splácať; zahraničný podielník

zaplatil dlžobu a tak zvyšoval svoj podiel. Takýmto spôsobom sa Hersant stal po dvoch rokoch majiteľom balíka väčšinových podielov.

Mnoho novín a časopisov komisia predala novinárskym spoločnostiam za symbolické ceny. Známe sú prípady, že komisia ohodnotila noviny na 100 miliónov starých zlotých a po dvoch rokoch ocenili hodnotu novín alebo časopisu (pri predaji podielov zahraničným vydavateľom) na 10 miliárd starých zlotých. Pritom treba povedať, že takéto noviny alebo časopisy nielenže nezvýšili náklad, ale dokonca ho znížili. Hersantova skupina využila finančné ťažkosti, v ktorých sa ocitli jedny krakovské noviny a kúpila ich za značne nízku cenu.

Známy poľský tenista Wojciech Fibak, ktorý používal hlavne peniaze svojho švajčiarskeho spoločníka Joerga Marquarda, vykúpil niekoľko novín a časopisov v Krakove, Katoviciach, Poznani, dva celoštátne denníky vo Varšave (*Express Wieczorny* a *Sztandar Młodych*), ku ktorým dokúpil celý *Przegląd Sportowy*, celoštátne noviny z Varšavy a práva na vydávanie iných celoštátnych športových novín *Sport* v Katoviciach. Využil dobrý obchodný kurz v Poľsku a získal aj tlačiareň v Katoviciach a väčšinový podiel tlačiarne v Poznani.

Nórskaa skupina Orkla Media sa vrátila, i keď oneskorene. Usilovala sa získať najmä regionálne noviny druhej kategórie, aj keď najsilnejšie vo svojich regiónoch. V prvej etape Nóri kúpili 6 regionálnych denníkov (2 vo Wroclawi, po jednom v Koszalině, Bydgoszczi, Bielostoku a Rzeszówě). V nasledujúcich rokoch dokúpili ešte po jednom denníku (s väčšinovými alebo významnými podielmi) v Bielostoku, Lubline, Bydgoszczi a Opole.

V tom istom období sa začala rozvíjať činnosť nemeckých vydavateľov časopisov. Vo Wroclawi, pri hranici s Nemeckom, vznikli dve firmy: jednou bol Phoenix Intermedia, druhou Makler. Začali vydávať časopisy, ktoré pozná najmä poľská mládež, ako *Dievča (Mädchen)* a *Popcorn*, a časopisy adresované najmä ženám, ako je *Sabrina*, *Domáce múčniky*, *Moja kuchyňa* atď.

Po týchto sondách sa na poľský trh osobne dostavili zahraniční, najmä nemeckí vydavatelia. Po Škandinávcoch nastúpila nemecká skupina Bauer Verlag – najprv s časopismi *Tina* a *Bravo* (ešte predtým uvedenými v bývalom Česko-Slovensku). *Burda* vstúpila na trh so svojim štandardným mesačníkom. Oneskorene prišiel do Poľska Bertelsmann (Grüner + Jahr), ktorý uviedol na trh najskôr *Claudiu*, potom *Sandru*, *Môj byt* a ďalšie časopisy.

Nové ženské časopisy si rýchlo získali úspech. Najväčšmi tým ohrozili *Przyjaciółku* – týždenník, ktorý bol 45 rokov najčítanejším ženským časopisom. Orientuje sa preto na švajčiarskeho partnera; peniaze dodáva Jean Frey z Zürichu a ďalšia švajčiarska skupina Edipresse (po niekoľkých rokoch má Frey už 100-percentné podiely v tomto časopise).

Švajčiari sa čoraz výraznejšie začali zaujímať o poľský trh. Známy koncern Ringier A. G. investoval nielen na Slovensku, v Maďarsku a Bulharsku, ale aj v Poľsku, kde začal vydávať ekonomický časopis *Cash*. Zaujímal sa takisto o podiely v iných časopisoch. Po vyše dvoch rokoch však *Cash* upadol, na poľskom trhu sa neuplatnil.

Prirodzene, aj iní chceli vzbudiť záujem Poliakov o „správnu“ ekonomiku. Talianska spoločnosť Il Sole 24 Ore investovala do nového celoštátneho denníka *Nowa Europa*. Avšak aj tento podnik sa po niekoľkých rokoch skončil krachom. Iný predstaviteľ Talianska – Nicola Grauso kúpil v tom čase celoštátny denník *Życie Warszawy* a okrem toho investoval do nelegálnej televíznej siete Polonia-1 (pri tejto inicia-

tíve využil podporu Silvia Berlusconiho). Po necelých dvoch rokoch televízna sieť upadla (nedostala legálnu koncesiu) a predali ju ako satelitnú stanicu skupine Finmedia z Luxemburgu. Grauso predal aj *Życie Warszawy* (poriadne zadlžené) poľskému vydavateľovi.

Nemeckému koncernu Bauer Verlag a Bertelsmannovi vyrástla nová konkurencia, na trhu sa čoraz výraznejšie presadzovala Springerova skupina, od roku 1994 sa začali doslova preteky: nemecké skupiny každé dva až tri mesiace prinášali na trh nové tituly, ktoré sa napohľad podobali a mali nízke ceny. Odvtedy novinovedci hlásajú tézu, že v Poľsku nerastie ani tak čitateľstvo ako skôr „pozerateľstvo“ tlače. Springer sa neobmedzil iba na ženské časopisy, ale začal vydávať aj iné, overené v mnohých krajinách – *Auto-Bild* (v Poľsku *Auto Świat*), *Cienie i Blaski* (poľská verzia amerického časopisu *True Story*). Pokiaľ ide o ďalšie tituly, dokonca aj novinovedci majú ťažkosti so zaznamenávaním novovzniknutých: objavuje sa *Motocykl* (*Motorade*), *Majster* (*Selbermachen*) a iné.

Písal sa rok 1994 a v tlači sa čoraz častejšie vyskytovali poznámky o invázii nemeckého kapitálu do Poľska. Objavili sa aj varujúce texty o zamorení Poľska najmä nemeckými farebnými časopismi, ktoré znamenajú útok na poľskú kultúru. Verejná mienka sa dozvedela údaje o predaji, o. i. o tom, že Bauer, Springer a Bertelsmann už vlastnia značnú časť poľského tlačového trhu. V parlamente sa ozývali hlasy o naliehavej potrebe modifikácie tlačového zákona. Je tu úsilie vyriešiť tieto záležitosti so zahraničím. Lenže nikto nevie, aké riešenie prijať.

V tejto situácii si novinári všimli isté fakty. Začiatkom roku 1994 25 percent účasti v krakovskom *Dzienniku Polskom* a 50 percent vo wroclavskej *Gazete Robotniczej* kúpila záhadná spoločnosť Inter Publication A. G. zo Švajčiarska. Poľskí novinári a ich kolegovia z Nemecka zistili, že na uvedenej adrese býva advokát a spoločnosť má účastiny na doručiteľa. Nemecké noviny, o. i. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, sa nazdávajú, že je to spoločnosť, ktorú založil Bertelsmann. Tieto správy, hoci už boli v poľskej tlači uverejnené, sa dodnes nepotvrdili. Poľsko navštívil predstaviteľ spoločnosti Inter Publication A. G. Franz Hirtreiter, ktorý – ako neskôr uviedli dôkladní novinári – reprezentoval akési malé vydavateľstvo z Passau vo východnom Bavorsku.

Bomba vybuchla dosť rýchlo. Najskôr sa novinári dozvedeli, že Hirtreiter síce reprezentuje malú vydavateľskú skupinu Passauer Neue Presse (jedny noviny s viacerými mutáciami), ale vzápätí uvádzajú, že naposledy kúpil nielen noviny v Linzi (Rakúsko) takisto s mutáciami, ale aj celú skupinu lokálnej tlače v Česku. Skôr ako stihli o ňom napísať čosi viac, bomba vybuchla po druhý raz.

Hirtreiter sa dozvedel, že Hersant má finančné problémy vo Francúzsku a chce predať svoje lokálne denníky v Poľsku. Šéf Passauer Neue Presse odcestoval teda do Paríža a kúpil Hersantove poľské regionálne noviny – podľa jedných za 80 miliónov mariek, podľa iných za 80 miliónov, ibaže dolárov.

Nie je ťažké pochopiť, že následný silný vstup Nemcov na poľský tlačový trh spôsobil obrovský záujem médií v Poľsku. Hirtreiter však koná metodicky a diplomaticky. K doterajším denníkom prikúpil dva ďalšie v Poznani, dokončil stavbu dvoch tlačiarňí v Krakove a vo Wroclawi, no v nasledujúcej fáze kúpil dve moderné tlačiarne v Krakove a Gdansku od Poľsko-americkej tlačovej spoločnosti. Neskôršie, nahnevaný na zlú kolportáž, založil dve firmy na distribúciu svojej, no nielen svojej tlače – v Lodži a v Gdansku. Obe tieto firmy predal v roku 1997 francúzskej skupi-

ne Hachette/Filipachi, ktorá vtedy ešte stále čakala na pozitívne rozhodnutie vo veci kúpy poľskej distribučnej firmy RUCH.

Po druhé – diplomacia. Hirtreiter nerobil nijaké prevratné zmeny vo vedení svojich redakcií, mohol by mu hroziť konflikt s poľskými orgánmi (spomeňme *Dziennik Bałtycki*, ktorý publikoval text o predpokladaných kontaktoch poľského prezidenta s ruskou rozviedkou). Predstaviteľom Passauer Neue Presse v Poľsku je naďalej Francúz, pán Mathieu Cosson, ktorého zamestnáva Hersant.

Bavorský koncern drží vo svojich rukách najsilnejšie regionálne noviny a viaceré tlačiarne. Na poľskom trhu začala pôsobiť iná firma tohto koncernu – Euro-Druckservice, ktorá vyrába nálepky, etikety, príležitostné tlače atď. Tlačiarne prinášali nemalé zisky, lebo – tak v Krakove, ako aj v Gdansku – sú to hlavné, najvýznamnejšie tlačiarne periodickej tlače. Protesty iných redakcií, že ide o monopolnú činnosť, boli málo účinné. Protimonopolný úrad odďaľoval ich protest. V roku 1996 Passaurská skupina prebrala v Krakove bývalý večerník *Echo Krakowa*, ktorý sa stal vkladáčkou iných novín tejto skupiny – *Gazety Krakowskiej*. V roku 1997 spoločnosť PNP – Polska Presse – prebrala *Dziennik Bałtycki*, za dlžoby v gdanskej tlačiarňi zasa vydavateľstvo Arcona, ktoré je majiteľom viacerých titulov. Od toho času lokálne týždenníky bývalej Arcony sa predávajú súčasne s dvoma denníkmi PNP za cenu denníka.

Tieto údaje, ako aj informácie o pokusoch prebrať cez PNP iné lokálne tituly, potvrdzujú dve tézy: 1. PNP sa usiluje vykupovať konkurenčné lokálne a sublokálne tituly všade tam, kde sú regionálne noviny (takto sa stáva pánom trhu), 2. pripravuje sa na administratívne zmeny v krajine: v Poľsku zakrátko vzniknú okresy a bude potrebná okresná tlač. Dodajme, že podobné konanie pod zámienkou okresov (hoci v menšom rozsahu) robí aj *Gazeta Wyborcza*, najväčší poľský denník s vyše 20 mutáciami, ktorý k týmto mutáciám pridáva sublokálne tituly (napr. *Gazeta Mysłowska* k mutácii *czestochowskiej*). Sotva sa možno čudovať, že teraz sú znepokojení aj vydavatelia tzv. malej tlače, ohrození veľkým koncernom, ktorý má vo väčšine svojich poľských titulov 100-percentnú účasť. Toto znepokojenie vzrástlo aj v tomto roku, keď sa ukázalo, že v Lodži (kde PNP má už dva denníky) tretí denník kúpila nemecká spoločnosť HGR – Industrieholding GmbH & Co Osthandds KG. Tento denník – *Wiadomości Dnia* – kúpil najskôr istý poľský sprostredkovateľ a od neho za 1 milión mariek traja nemeckí podnikatelia: v názve firmy HGR je prvým priezviskom Hirtreiter.

Podiel nemeckých vydavateľov na poľskom trhu sa ustavične zväčšuje. Na úspechu čoraz početnejších počítačových časopisov majú významný podiel nemeckí vydavatelia: Chip (Vogel Publishing) a Lupus. Značná je aj ich účasť na televíznych programových časopisoch (Bertelsmann, Bauer, PNP), zasahuje aj do špecializovaných časopisov (najnovšie tých, ktoré sa zaoberajú stavebníctvom). Čoraz silnejšia je sieť Klubov Bertelsmannových kníh. Vznikajú stále modernejšie tlačiarne (naposledy Bauerova v Ciechanowe). Popri Nemcoch iní vydavatelia doslova blednú. Orkla síce rozšírila svoje pole pôsobnosti, okrem iného aj po kúpe celopoľského denníka *Rzeczpospolita* od Hersanta, ale aj tak nie je prvoradým vydavateľom. Američanov väčšmi zaujímajú audiovizuálne médiá a Francúzi sa orientujú skôr na kolportáž.

Nemeckí vydavatelia, na ktorých poľské médiá podchvíľou útočia, na to nereagujú: robia si svoje. Poľská verejná mienka v podstate ani nevie, že kupovaním mnohých titulov podporuje vlastne nemecké vydavateľské firmy. Politici a novinári

(tí druhí, mimochodom, pracujúci u Nórov, Nemcov, Švajčiarov alebo u iných zahraničných vydavateľov) občas hovoria a píšú, že situáciu treba voľajako právne dať do poriadku. Najostrejšie útoky sa dotýkajú ničenia poľskej kultúry (aj poľskej tlače) tým, že sa trh zasypáva farebnými časopismi. V poslednom čase sa čoraz väčšími poukazuje na nové problémy aj nové obavy.

Predovšetkým sa tvrdí, že tlač, keďže je majetkom nemeckých vydavateľov, môže vplývať aj na poľskú politiku a na vnútorné záležitosti štátu. Tieto výčitky nie sú podopreté argumentmi, skôr naopak. Franz Hirtreiter prepustil šéfredaktora jedného zo svojich denníkov za negatívny text o prezidentovi, a ospravedlňujúci list prezidentovi svedčí o tom, že sa nechce angažovať vo vnútroštátnych záležitostiach našej krajiny. Na druhej strane možno pozorovať, že sa minimalizuje nemecká tematika v tlači, ktorá je majetkom Nemcov, najmä ak ide o udalosti ukazujúce Nemcov z negatívnej stránky. Napokon je známe, že sa prezentujú pozitívne stránky poľsko-nemeckých vzťahov, zato výrazne sa presadzujú nemecké firmy (napr. v reklamách).

Hrozba, o ktorej sa hovorí, sa týka straty informačnej identity. Novinári z lokálneho vydavateľstva Arcona (niekoľko titulov), ktoré prebrala Passauer Neue Presse, hovoria, že doteraz redigovali časopisy sami a písali o rôznych, aj chúlостivých veciach zo svojho terénu. Teraz však posielajú texty do centrály, kde vzniká ľahký, milý a príjemný časopis, bez akejkoľvek kritiky (božechráň!) lokálnych orgánov, s podobným obsahom vo viacerých vydaniach. Toto tvrdenie ma začalo zaujímať, preto som si prezrel regionálne vydania novín PNP: naozaj, sú oveľa miernejšie a podstatne menej ostré (najväčšmi to vidieť v politických výpovediach) ako noviny, ktoré zostali pod poľskou, ba dokonca aj nórskou kontrolou. Neviem, či je to dobre alebo zle, tento problém treba preskúmať. Podobne ako publicistiku na nemecké témy v tlači PNP, nórske v tlači Orkly atď.

Napokon, pokiaľ ide o ukrývanie sa zahraničných vydavateľov za štít poľsky znejúcich spoločností, stojí za to pripomenúť zásadu transparentnosti v činnosti médií. Pokúsili sme sa ju využiť, keď sme v našom Katalógu médií zverejnili skutočných majiteľov, skrývajúcich sa za nič nehovoriacimi skratkami a názvami.

A nakoniec západní vydavatelia na poľskom trhu musia byť pripravení, že verejná mienka posúdi ich skutočné zámery. Vo verejnej mienke možno tieto zámery zistiť vedecky uskutočňovanými výskumami a analýzami. Sú nevyhnutné aj v záujme zainteresovaných časopisov. Treba mať totiž na pamäti, že nielen západní vydavatelia servírujú poľským čitateľom farebnú „gebuzinu“, robia to rovnako poľskí vydavatelia a niekedy aj na nižšej úrovni. Možno sa tiež zamýšľať nad tým, čo je lepšie: či politicky neangažované, emocionálne vlažné denníky PNP a Orkly, alebo v niektorých prípadoch dosť výrazne politicky angažované, zdanlivo objektívne denníky poľských vydavateľov.

Nemecký novinovec Joerg Becker napísal, že poľský tlačový trh bude normálny, keď sa v Poľsku skončí „latinskoamerikanizácia médií“, to značí, keď sa v Poľsku objaví niekoľko vydavateľských skupín schopných postaviť sa proti expanzii zahraničného kapitálu. Okrem vydavateľstva Agora-Gazeta Wyborcza (v ktorom napokon tiež majú viac ako 12-percentný podiel Američania) a vydavateľstva Prószyński a s-ka, ako aj Infor – R. Pieńkowského, ktorý v poslednom čase zabrzdil rozvoj firmy, medzi poľskými vydavateľmi nevidieť nikoho dôležitého. Myšlienka, aby štát silnejšie finančne podporil poľské vydavateľské iniciatívy (ministerstvo kultúry doteraz

podporuje niekoľko desiatok časopisov), je nereálna prinajmenšom z dvoch príčin: po prvé nie sú na to peniaze, po druhé nie je istota, že peniaze budú správne vynaložené (navyše už dnes počuť zvady, prečo dali tomu a nie inému). Nemôže si s tým poradiť Komora vydavateľov (ako to urobili Angličania a Francúzi, odpovedajúc na mohutný vstup Bertelsmanna), lebo v poľskej Komore vydavateľov sú aj zahraniční vydavatelia, ktorých je veľa a ktorých prítomnosť je odôvodnená prítomnosťou na poľskom trhu. Neurobia to ani novinári, lebo sa boja zamestnávateľov, a novinárske organizácie sú slabé a rozdelené.

Musíme sa však usilovať o kontrolu najmä významnej tlače, ktorú vydáva zahraničný kapitál. Tomu môžu slúžiť profesijné vedecké výskumy obsahu týchto periodík, ako aj výskumy ich rozšírenosti. Treba sa takisto usilovať o to, aby v súlade s tlačovým zákonom šéfredaktormi periodík vydávaných v Poľsku boli výlučne poľskí občania.

Nakoniec zostáva veriť, že západní vydavatelia sa budú zameriavať iba na zisk a časom – aj na pozitívnu a širokú podporu poľskej kultúry a spoločenských zmien u nás. Treba veriť, že poľský kapitál bude čoraz silnejší, získa domácu tlač a odkúpi časť titulov od zahraničných vydavateľov.

Kto vie, či sa to stane? Majú zásadný význam obavy, ktoré som vyjadril v súvislosti s príchodom zahraničného kapitálu do poľských médií a ktoré sa objavujú na stránkach tlače, v rozhlase a v televízii, na rôznych konferenciách a stretnutiach? Akým smerom bude nakoniec pokračovať transformácia trhu poľskej tlače? Trhu médií? Získame „samostatnosť“ a „nezávislosť“ po období vydavateľského „kolonializmu“? Na všetky tieto otázky sa dá ťažko odpovedať, hoci východiská možno ukázať už dnes.

Z poľského originálu Zbigniew Bajka: Kapitał zagraniczny w mediach Europy środkowo-wschodniej preložila Hilda Holinová.

KOLONIZÁCIA MÉDIÍ ALEBO TRIUMF TRHOVEJ LIBERALIZÁCIE?

(Zahraničný kapitál v maďarských médiách)

ÁGNES GULYÁSÓVÁ

Kolaps komunizmu a následné otvorenie sa mediálnych trhov v strednej a východnej Európe upútali majiteľov médií na Západe. Len čo to bolo možné, nadnárodné mediálne spoločnosti vtrhli na tieto nové trhy. Maďarské tlačené médiá sa stali jedným z ich prvých cieľov. Už v polovici deväťdesiatych rokov bola značná časť maďarskej tlače v rukách zahraničných spoločností.

Zahraničný kapitál hrá dôležitú úlohu v celej maďarskej ekonomike po roku 1989. Za sedem rokov prilákalo Maďarsko zahraničné investície vo výške 13,2 miliardy dolárov. Spomedzi bývalých komunistických krajín má Maďarsko najvyšší podiel priamych zahraničných investícií na hlavu obyvateľa. Liberálna politika maďarských vlád voči zahraničnému kapitálu sa prejavila aj na mediálnych trhoch, najmä na trhu tlače.