

здобувачка кафедри міжнародних медіакомунікацій та комунікативних технологій Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

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 доповнення 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.

Медійний композит сучасного виробництва є над звичайно 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 Creative Europe», двадцятип'ятиріччя існування якої було урочисто відзначено в ЄС у 2016 році. 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 [1].

Слід зазначити також, що впродовж усього свого розвитку заявлена вище підпрограма також зазнавала значних еволюційних перетворень. Найбільш інформативно це відображалося в зростаючих бюджетних відшкодуваннях. Так, за даними «Інформаційного бюлетеня про Європейський Союз», упродовж 2007-2013 рр. успішно діяли дві підпрограми: MEDIA і MEDIA Mundus, які попри уся їхню значущість мали доволі обмежений бюджет. Натомість на наступну «семирічку» (2014-2020 рр.) було заплановано вже 1,46 млрд євро витрат. Також слід зазначити, що більша частина бюджету була скерована на реалізацію програми MEDIA. 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 до рекордних 2,8 млрд євро. Тобто цілком очевидною стала тенденція суттєвого збільшення витрат на весь

креативний комплекс Європейського Союзу, чільне місце в якому посіло медійне виробництво [2].

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, 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.

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 [3].

Основними інструментами здійснення медійної політики були програми MEDIA і MEDIA MUNDUS, а з часом - підпрограми Media Creative Europe, які надавали фінансову підтримку культурним, креативним, аудіовізуальним секторам, 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 медіапродукції, 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.

Список використаних джерел

1. The media sub-programme of Creative Europe [Електронний ресурс] / Digital Single Market. - Режим доступу: https://ec.europa.eu/info/index_en
2. Audiovisual and mediapolicy. Fact sheets on European Union [Електронний ресурс] / European Parliament site. - Режим доступу: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/138/audiovisual-and-media-policy>
3. Scheuer A., Bron Ch. M., Kind Sh. The Media in South-East Europe. Media Law and Policy Framework. - Sofia: Friedrich Ebert Stiftung, 2019. - 26 p.