

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА «КРОК»**

Кафедра журналістики

Корсунський Євген Сергійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Зміни на угорському ринку друкованих видань після переходу до
демократії: особливості розвитку та вплив на журналістику

(тема)

061 «Журналістика»

(шифр і назва спеціальності)

«Міжнародна журналістика»

(освітня програма)

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Дипломна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ Корсунський В. С.

Науковий керівник (консультант):

Ткач Дмитро Іванович,

доктор політичних наук, професор

Київ - 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДРУКОВАНИХ МЕДІА В ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇНАХ	7
1.1. Перехід до демократії у Центральній та Східній Європі: контекст змін у медіасфері	7
1.2. Моделі трансформації медіасистем: від державного контролю до ринкових принципів	15
1.3. Особливості функціонування друкованої преси в авторитарних і демократичних режимах.....	26
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ДЕМОКРАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ЖУРНАЛІСТИКУ ТА ЗМІСТ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ	35
2.1. Етапи розвитку угорського ринку друкованих видань після переходу до демократії	35
2.2. Аналіз змін контенту провідних угорських видань	43
2.3. Вплив цифровізації та переходу до онлайн-форматів на ринок друкованих медіа	52
РОЗДІЛ 3. ТРАНСФОРМАЦІЯ ДРУКОВАНИХ МЕДІА В ЦЕНТРАЛЬНІЙ ЄВРОПІ: ДОСВІД УГОРЩИНИ ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	61
3.1. Спільні тенденції трансформації медіа країн Вишеградської групи.....	61
3.2. Національні особливості угорського шляху трансформації медіасистеми	70
3.3. Адаптація угорського досвіду трансформації ринку друкованих видань до українського інформаційного простору	78
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94

ВСТУП

Актуальність теми роботи зумовлена тим, що трансформація угорського ринку друкованих медіа після переходу до демократії є одним із найпоказовіших прикладів постсоціалістичних змін у Центральній та Східній Європі. Угорський медійний простір пройшов шлях від лібералізації та приходу іноземного капіталу до високого рівня політичної концентрації й медіакепчеру, що робить його значущим кейсом для аналізу закономірностей розвитку медіасистем у контексті демократичних і антидемократичних тенденцій. Попри важливість теми, вона недостатньо досліджена в українській та зарубіжній науковій літературі: більшість праць присвячено загальним аспектам трансформації медіа, тоді як комплексний аналіз друкованої преси Угорщини представлений фрагментарно.

Додаткову актуальність зумовлюють сучасні міжнародні інформаційні процеси — цифровізація, посилення політичного поляризму, вплив глобальних платформ, поширення дезінформації. Угорський випадок демонструє, як зміни медіавласності, цифровий перехід і політичні механізми можуть впливати на контент, журналістські стандарти та інформаційну безпеку. У зв'язку з цим переосмислення усталених підходів і аналіз трансформацій медіасистеми Угорщини дозволяють виявити чинники вразливості та стійкості, що важливо для формування сучасних моделей функціонування ЗМІ.

Аналіз рівня розробленості теми. Проблематика трансформації медіасистем у постсоціалістичних країнах Центральної та Східної Європи висвітлена у працях П. Бажомі-Лазара, Г. Поляка, А. Батрофі, А. Урбана, М. Стецьки та Х. Ернебрінга, які досліджують демократичний перехід, приватизацію медіа, концентрацію власності та цифровізацію в Угорщині. В українській науці питання зміни медіапростору розглядали О. Почепцов, В. Різун, Л. Чекмишев та ін., однак комплексні дослідження угорського

ринку друкованих медіа представлені фрагментарно, без глибокого аналізу контентних, економічних і політичних трансформацій. Недостатньо вивченими залишаються питання впливу іноземного капіталу, феномен медіакепчеру, роль цифровізації та можливості адаптації угорського досвіду до українського інформаційного простору. Законодавчі й нормативні документи Угорщини та України створюють важливу базу для аналізу, але їх порівняльна оцінка також потребує уточнення. Тому дана дипломна робота заповнює наукову прогалину, системно осмислюючи угорський кейс і визначаючи його значення для розвитку вітчизняних медіа.

Метою дипломної роботи є дослідження трансформації угорського ринку друкованих видань після переходу до демократії, а також визначення можливостей адаптації цього досвіду для розвитку українського інформаційного простору.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі *завдання*:

- проаналізувати історичні умови переходу до демократії у країнах Центральної та Східної Європи;
- окреслити основні моделі трансформації медіасистем;
- охарактеризувати специфіку функціонування друкованих медіа в авторитарних і демократичних політичних режимах;
- визначити етапи розвитку угорського ринку друкованих видань після переходу до демократії;
- проаналізувати зміни контенту провідних угорських друкованих видань;
- дослідити вплив цифровізації та переходу до онлайн-форматів на друковані медіа Угорщини;
- виявити спільні тенденції трансформації медіасистем країн Вишеградської групи;
- проаналізувати національні особливості угорського шляху

трансформації;

– розробити рекомендації щодо адаптації угорського досвіду трансформації ринку друкованих видань до українського інформаційного простору.

Об’єктом дослідження є процес трансформації медіасистеми Угорщини після переходу до демократії.

Предметом дослідження є особливості змістових, економічних та політичних трансформацій угорських друкованих медіа.

Методи дослідження. У процесі виконання дипломної роботи використано комплекс наукових методів, що забезпечили всебічне вивчення трансформації угорського ринку друкованих видань: історико-порівняльний метод для аналізу переходу від авторитарної до демократичної моделі медіасистеми; системний підхід для розгляду медіаринку як цілісної структури; контент-аналіз для дослідження змістових змін у провідних угорських виданнях; порівняльно-аналітичний метод для зіставлення угорського та українського досвіду; структурно-функціональний аналіз для виявлення взаємозв’язків між моделями власності й редакційною політикою; документальний аналіз законодавчих і нормативних джерел; а також методи інтерпретації та узагальнення для формування підсумкових висновків і рекомендацій.

Науково-практична новизна отриманих результатів полягає у подальшому розвитку порівняльного дослідження моделей медіатрансформації країн Вишеградської групи; узагальнено структурні та змістові зміни угорських видань у контексті цифровізації та медіаконцентрації; а також запропоновано рекомендації щодо адаптації ключових елементів угорського досвіду для реформування українського медіапростору.

Практична значущість одержаних результатів полягає в тому, що висновки та узагальнення дослідження можуть бути використані для

вдосконалення підходів до медіарегулювання, запобігання надмірній концентрації власності та посилення редакційної незалежності українських ЗМІ. Розроблені рекомендації є корисними для журналістів-міжнародників у роботі з порівняльними медіасистемами, аналізі політичних впливів на медіа, оцінці ризиків цифровізації та створенні якісного аналітичного контенту про країни Центральної Європи. Отримані результати можуть також застосовуватися у практиці редакційного менеджменту, медіамоніторингу, розробці журналістських матеріалів та аналітичних оглядів міжнародних медіапроцесів.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовано під час участі у V Всеукраїнській Інтернет-конференції молодих учених та студентів «Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття» (1 грудня 2025 року, м. Київ). За результатами конференції опубліковано тези «Адаптація угорського досвіду трансформації ринку друкованих видань до українського інформаційного простору».

Структура дослідження. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел, який налічує 80 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 101 сторінка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДРУКОВАНИХ МЕДІА В ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇНАХ

1.1. Перехід до демократії у Центральній та Східній Європі: контекст змін у медіасфері

Трансформаційні процеси у Центральній та Східній Європі ще далекі від завершення — їм, очевидно, знадобляться роки, а можливо, й десятиліття. Те саме можна сказати й про наукове осмислення соціальних і медійних змін у цьому регіоні. У дискусіях щодо цих процесів немає єдиної думки про те, у якому напрямі посткомуністичні країни рухаються або мають рухатися, чи вони просуваються вперед, чи, навпаки, роблять кроки назад, а також — чи відбуваються справжні зміни, чи лише поверхові. Політична еволюція країн Центральної та Східної Європи, процеси міжнародної інтеграції, глобалізація та технологічні зрушення зумовлюють надзвичайно швидкі зміни об'єкта дослідження. Науковий аналіз соціальних трансформацій не може бути більш зрілим за самі процеси, які ще далеко не завершені. Втім, головні тенденції цих змін і проміжні результати вже поступово окреслюються.

По-перше, нині ми маємо достатньо знань про початкові ідеї «засновників» трансформації та про сподівання, які спонукали їх розпочати ці процеси. Це дає змогу порівняти початкові очікування з фактичними результатами й зробити попередні висновки. По-друге, виявилось, що багато завищених очікувань щодо посткомуністичної реальності у країнах регіону базувалися на неповному розумінні логіки змін і умов, що їх визначали. Саме тому для багатьох — як учасників подій, так і дослідників — наслідки падіння комунізму стали несподіваним «холодним душем». По-третє, стає очевидним, що через надзвичайну складність і системний характер трансформації вивчення окремих її аспектів у відриві від інших не

дає повного розуміння суті процесів. По-четверте, історичний контекст має надзвичайно важливе значення. Саме тому у спробах осмислити причини розпаду комуністичної системи та подальших подій необхідно враховувати історичну перспективу. Концепція «path dependence» (залежності від попереднього шляху розвитку) особливо корисна для такого аналізу. По-п'яте, проявився своєрідний парадокс: якщо поштовх до повалення комунізму був здебільшого внутрішнім, то подальші трансформаційні процеси значною мірою мали зовнішній і наслідувальний характер — посткомуністичні країни намагалися копіювати інституційні моделі європейських і північноамериканських держав, хоча з різним ступенем щирості та успіху. Нарешті, більшість посткомуністичних країн уже перейшли точку неповернення: повернення до старої системи більше не є можливим [1].

Як зазначають Д. Бошнакова та Д. Данкова, перехід від комуністичної до демократичної системи зумовив глибоку трансформацію медіаринку й політики у сфері ЗМІ, що відбувалася в умовах демонтажу старих владних структур, зняття політичних обмежень і поступового впровадження ринкових механізмів. Таким чином, зміни в друкованій пресі слід розглядати не ізольовано, а як частину ширшого процесу суспільно-політичних і економічних перетворень, який охопив лібералізацію інформаційного простору, утвердження принципів свободи слова та зростання впливу зовнішніх, зокрема європейських, стандартів на розвиток національних медіасистем [2].

Оффе К. розглядає посткомуністичну трансформацію як «безпрецедентний, особливий випадок швидких соціальних змін» [3, с. 192]. На його думку, у кожній країні цей процес відбувається за власною траєкторією, визначеною історичним розвитком останніх п'яти століть. Обираючи підхід path dependence (залежності від попереднього шляху розвитку), дослідник дотримується позиції Г. Екерта, який стверджує, що

широко усвідомлені спадщини минулого дають найпослідовніше пояснення успішних трансформацій, особливо на їх початковому етапі. Ці спадщини включають не лише інституційні й ментальні риси, успадковані від комунізму, які перешкоджають демократизації, але й певні чинники, що сприяють реформам і виникли ще за комуністичного режиму [4].

Можна спробувати виокремити низку внутрішніх чинників, які сприяли або, навпаки, перешкождали розпаду комуністичної системи. На цій основі умовно виділяються два ідеальні типи країн:

1) Тип А – ті, де умови сприяли відносно плавному та успішному переходу (та подальшій трансформації);

2) Тип Б – ті, де сформувалися численні бар'єри, що гальмували або спотворювали цей процес.

Очевидно, що жодна країна повністю не відповідає жодному з цих типів, проте їхнє порівняння допомагає зрозуміти, чому держави з подібним комуністичним минулим обрали різні траєкторії розвитку.

У загальному вигляді можна стверджувати: чим більше у певній країні було рис Типу А, тим вищою була ймовірність того, що:

- перехід призведе до реальних змін у політичній та економічній системі (хоча саме поняття «реальності» змін може тлумачитися по-різному);
- нова політична еліта сформується з представників демократичної опозиції й матиме реформаторську орієнтацію;
- процес трансформації буде спрямований на розвиток демократії та проведення економічних реформ;
- конфлікти, що супроводжують зміни, не переростуть у насильницькі зіткнення чи громадянську війну.

У державах, де переважали риси Типу Б, ймовірність досягнення таких результатів була значно нижчою.

Інший спосіб проілюструвати підхід path dependence (залежності від попереднього шляху розвитку) подано в таблиці 1. Лише чотирнадцять із двадцяти семи країн регіону потрапили до перших трьох стовпців, що свідчить: ступінь демократичних і економічних реформ безпосередньо пов'язаний із рівнем людського розвитку (доходи, тривалість життя, грамотність тощо). Водночас етнічна однорідність (або, точніше, відсутність радикального етнічного націоналізму) є важливим чинником, який підвищує шанси успішної демократизації. Серед десяти держав, згаданих у першому стовпці (тобто серед найуспішніших реформаторів регіону), вісім належать до числа найбільш етнічно однорідних.

Таблиця 1.1.

Схематичне зображення переходу та трансформації в країнах типу А

Розвиток сприяючої історичної спадщини в комуністичний період	Перехід	Більш просунута та успішна системна трансформація
Історія політичних конфліктів та реформ	Крах системи та перші вибори	Раніше/більш комплексні економічні реформи
Економічна лібералізація за старого режиму		Більш надійна процедурна демократія/більше свободи
Прагматизація комуністичних еліт		Більш розпорошена влада
Політична/культурна опозиція		Більш конкурентна система
Міцніші зв'язки із Заходом		Більш широка інтеграція із Заходом, регіональними та глобальними економічними та політичними структурами

Джерело: [4].

Цю логіку можна доповнити прикладом Польщі, де починаючи з 1989 року, головні «згори вниз» зміни стосувалися економіки, політичної системи, культури та медіа [5, с. 62]. Водночас спонтанні, «знизу вгору» зміни поведінкових моделей переважно проявлялися не у трудовій чи громадянській активності, а у сфері споживання та масової культури. Саме

тут утвердилися риси, характерні для сучасності й постмодерності — зокрема, постматеріальні цінності, нові стилі життя, індивідуалізм тощо.

Таким чином, культурно-поведінкові зміни відбувалися швидше, ніж інституційні перетворення, необхідні для забезпечення їх стабільності та повноцінного функціонування. Якщо припустити, що це спостерігається й в інших країнах Типу А, можна краще зрозуміти складність і багатовимірність процесу посткомуністичної трансформації, де культурна модернізація нерідко випереджає політичні й економічні реформи.

З формального погляду багато країн перехідного періоду до певної міри успішно наслідували західні демократичні моделі, запровадивши регулярні вибори, демократичні конституції, дієві парламенти та уряди, багатопартійні системи, видимий поділ влад тощо [6]. Однак між країнами Типу А і Типу Б існують істотні відмінності.

У країнах Типу А здебільшого виконано умови, які є необхідними для консолідації демократії. Натомість у країнах Типу Б демократичні механізми та процедури часто використовуються маніпулятивно — не для утвердження демократії, а для збереження політичної та економічної влади старих еліт. Водночас навіть у більш успішних країнах перетворення стосунків між тими «п'ятьма аренами консолідованої демократії» — громадянським суспільством, політичною системою, верховенством права, державним апаратом та економічним середовищем — ще далекі від рівня зрілої демократії [7].

У перший постперехідний період політичне суспільство (новостворені партії) закономірно посідає домінуюче становище, адже саме воно спроможне встановити бодай мінімальний порядок після хаосу системних змін. Проте такий дисбаланс між політичним і громадянським суспільством має глибокі наслідки, особливо коли держава є слабкою (так званою «м'якою» державою), що часто спостерігається у посткомуністичних країнах.

У країнах Типу Б ця проблема проявляється ще гостріше: формується авторитарна або навіть напівфеодална система, у якій поєднуються політичний капіталізм і націоналізм. Основними дійовими особами виступають нереформовані колишні комуністи, націоналістичні лідери, олігархи, які контролюють економіку, та організована злочинність. Між владою, бізнесом і криміналом існує «сіра зона» корупції, тіньової економіки та політичних змов.

Багато з таких держав потерпали від воєн або збройних конфліктів, зумовлених політичними чи націоналістичними мотивами. Подібні риси в окремих випадках можна знайти й у країнах Типу А, але для Типу Б характерною є відсутність реального поділу влад і зневага до принципу верховенства права. Адміністративна еліта разом із союзними олігархічними групами здатна впливати на державні інституції, включно із судовою системою, економікою та медіа.

У результаті посткомуністична держава залишається слабкою: вона має недосконале правове поле для функціонування ринкової економіки і не може повноцінно замінити стару систему зовнішнього примусу на внутрішнє прийняття норм права та демократичних цінностей. Тим більше, що соціальні норми та ціннісні орієнтири у таких суспільствах надзвичайно нестійкі.

Слабкість громадянського суспільства та недостатньо розвинена традиція автономних дій, у поєднанні з надмірною вірою в державу та залежністю від неї, породжують етатизм і своєрідну «політичну інфляцію», коли держава прагне втручатися у всі сфери суспільного життя. Справжнє громадянське суспільство не може повноцінно розвиватися без середнього класу та зрілої ринкової економіки. Через це в окремих країнах формується напівавторитарна система, що спирається на суспільну згоду, а не лише на примус.

Поступово колишні масові рухи за зміни, які раніше виступали єдиним фронтом, починають розшаровуватися за груповими інтересами й цінностями, що веде до виникнення партійної системи, яка представляє ці інтереси — більшою мірою у країнах Типу А, ніж у Типу Б. У перших, громадська думка та медіа дедалі активніше виконують роль контролюючої сили, здатної чинити тиск на уряд і впливати на його рішення. Водночас в обох групах країн спостерігаються схожі проблеми у розвитку ринкових відносин. Їх гальмують надмірна державна присутність (етатизація), політичне втручання у функціонування ринку, а також персоналізовані й політизовані моделі діяльності, що створюють ґрунт для корупції, неефективного державного субсидування, бюрократичних перепон тощо.

Додатковим ускладненням є те, що багато посткомуністичних країн так і не завершили процес приватизації. Співіснування різних форм власності породжує різні групи інтересів і відмінну трудову етику. Водночас «ренесанс власності» спричиняє концентрацію соціальної та політичної активності навколо її захисту, перетворення ресурсів на капітал і запобігання знеціненню наявних активів. Унаслідок цього такі питання, як іноземні інвестиції, захист національного бізнесу, збереження внутрішнього капіталу, продаж землі іноземцям, стають надзвичайно політизованими та емоційно навантаженими темами, що впливають на загальну стабільність і напрям розвитку посткомуністичних суспільств.

Розпад соціалістичної системи наприкінці 1980-х — початку 1990-х років та рух держав Центральної та Східної Європи до демократії стали фундаментальним імпульсом для трансформації як політичних систем, так і медійних просторів. Переходи від авторитарного або однопартійного режиму до демократичних форм правління супроводжувались цілою низкою викликів: реформуванням інституцій, впровадженням багатопартійності, лібералізацією економіки та інтеграцією до європейських структур. У цих умовах медіасфера не могла лишатися

ізолюваною: ЗМІ переходили від ролі інструменту державного контролю до учасника громадського простору, викликом якого став пошук балансу між свободою, комерціалізацією й політизацією.

Країни Центральної та Східної Європи створили власні моделі медіавідносин — від «гібридно-ліберальної» до «політизованої» — які відрізняються за ступенем незалежності журналістики, комерціалізації та політичного впливу. У медіа-системах регіону відбулися суттєві зміни: приватизація видавничого бізнесу, поява незалежних ЗМІ, іноземні інвестиції, а також реформа регулювання медіа [8].

Для друкованих видань (газети, журнали) перехід до демократії означав такі ключові положення: втрата монополії державних структур на інформацію та відкриття простору для нових гравців; поява нових форматів, рекламної моделі, конкуренції за читача, що стимулювало комерціалізацію; неоднорідність темпу змін: хоча формально була проголошена свобода преси, практика незалежної журналістики не завжди була відразу реалізована, а політична залежність ЗМІ зберігалася; перехід до ринкової логіки сприяв концентрації видавничого капіталу, іноземним інвестиціям та конкуренції, що створювало як можливості (нові формати, гнучкість), так і ризики (зменшення якості, менш фундаментальна журналістика) [9].

Сам процес трансформації медіа в країнах Центральної та Східної Європи створює важливу основу для розуміння угорського ринку друкованих видань після 1989 р. Умови, характерні для регіону — такі як раптова політична зміна, приватизація медіа, вплив іноземного капіталу — стали і в Угорщині складовими процесу формування нової медіасистеми. Водночас, як підкреслюють останні дослідження, Угорщина демонструє також тенденції до політичної орієнтованості медіа (політичний паралелізм) і повернення авторитарних рис, що створює додатковий шар специфіки для аналізу.

Отже, перехід до демократії в країнах Центральної та Східної Європи створив фундаментальні передумови для пере-осмислення ролі друкованих медіа: від пропагандистської одиниці до учасника відкритого громадського простору. Однак це не був автоматичний чи лінійний процес: нерівномірність реформ, економічні виклики, політичні впливи та швидка комерціалізація стали суттєвими факторами, які вплинули на якість журналістики та ринку друкованих видань.

1.2. Моделі трансформації медіасистем: від державного контролю до ринкових принципів

Після краху соціалістичної системи наприкінці 1980-х років медіасфери країн Центральної та Східної Європи пережили докорінні зміни, що охопили правові, інституційні, економічні та культурні аспекти функціонування. Перехід від однопартійного контролю до демократії означав зміну медіа-парадигми: ЗМІ більше не виконували виключно ідеологічну функцію держави, а поступово ставали частиною відкритого інформаційного ринку. Саме цей період сформував підґрунтя для виникнення гібридних моделей медіасистем, у яких елементи державного впливу співіснували з ринковими принципами організації діяльності [10].

У радянській моделі медіа виконували функцію «колективного пропагандиста», як зазначав Ленін, тобто діяли в межах партійної дисципліни, не допускаючи альтернативних думок. Після 1989 р. більшість країн регіону скасували закони про цензуру, легалізували приватну власність на медіа й відкрили доступ до іноземного капіталу. Це сприяло становленню плюралістичної структури ЗМІ, де поряд із колишніми державними газетами з'явилися незалежні або комерційні видання, такі як *Gazeta Wyborcza* (Польща), *Magyar Hírlap* (Угорщина), *Respekt* (Чехословаччина). Проте цей процес не був одномоментним: у багатьох

державних старі редакційні кадри й політичні зв'язки зберігалися, формуючи перехідний, компромісний тип системи [11].

У період напередодні та під час трансформації було розроблено кілька моделей нової медіасистеми, покликаних визначити її роль у посткомуністичному суспільстві. Розглянемо їх, з'ясовуючи наскільки ці моделі були реалізовані на практиці та яких результатів це принесло.

1) Модель комунікативної демократії / Зміна соціальних владних відносин

Пошук нової моделі медіасистеми, як і пошук системної альтернативи загалом, розпочався серед інтелектуальної та культурної опозиції до комуністичного режиму. Ці середовища надихалися західними концепціями «доступу», «участі» та «соціального управління медіа», які передбачали ширшу залученість громадян до комунікаційних процесів. Така ідея була своєрідним продовженням дисидентського мислення, але у деяких країнах (зокрема в Польщі) її підтримав увесь рух «Солідарність».

Основною тенденцією було прагнення створити модель, принципово протилежну старій, як у політичному, так і в комунікаційному вимірах. Зміна соціальних владних відносин мала супроводжуватися комунікативним розширенням можливостей громадян, тобто реальним залученням суспільства до процесів прийняття рішень і публічного висловлення позицій. Цей підхід відображає так звану школу «повної трансформації», яка розглядала події 1989 року як соціальну революцію та наполягала на повному розриві з минулим [12].

Інакше кажучи, мова йшла не просто про заміщення одного набору суб'єктів масової комунікації іншим» без реформування самої системи, а про повне оновлення моделі масової комунікації, що відбувалося паралельно з трансформацією всієї соціальної системи.

Ідеї цієї школи спиралися на теорію демократичної участі преси (democratic participant press theory) і передбачали створення медіасистеми,

заснованої на цінностях рівності, справедливості та солідарності [13, с. 66–67]. У такій системі журналісти мали виконувати фасилітативну та критично-діалектичну роль, сприяючи розвитку громадянського суспільства [14].

У комуністичних державах із найрозвиненішими дисидентськими рухами, де формувалися системні альтернативи, ця нова модель соціальної комунікації була невід'ємною частиною бачення посткомуністичного устрою, який передбачав:

Проект радикальної демократії, у центрі якого — громадянське суспільство як основа партисипативної демократії (демократії участі).

Демократичний і ринково орієнтований соціалізм, який робив наголос на правах працівників та їхній безпосередній участі у володінні й управлінні підприємствами [15, с. 265]. Така система мала вигляд змішаної економіки, у якій домінував державний сектор, але ґрунтувалася на принципах самоуправління трудових колективів та соціалізації підприємств. Вона також передбачала: участь працівників у власності через програми акціонування; свободу розвитку різних форм власності; стимулювання ринкових відносин і конкуренції.

Отже, модель комунікативної демократії мала на меті не лише реформу медіа, а й глибинну демократизацію суспільства, де ЗМІ виконують роль посередника між громадянами та владою, забезпечуючи прозорість, рівність доступу до інформації та громадський контроль над процесом ухвалення рішень.

Усі три складові описаного бачення нової медіасистеми були відкинуті майже одразу після завершення перехідного періоду. Це сталося з низки причин:

- зміна поглядів або стратегій колишніх дисидентів, які, ставши до управління державою, обрали зовсім інші цілі й напрями посткомуністичної трансформації, ніж ті, що декларувалися раніше;

- витіснення представників культурної еліти (старих опозиціонерів) новими політичними лідерами, орієнтованими на іншу політичну та економічну програму;
- необхідність політичного компромісу з колишньою комуністичною номенклатурою, що забезпечила «договірний» (pacted) перехід до нової системи;
- вплив ринкових механізмів і капіталістичних соціальних відносин, які швидко охопили як суспільство, так і медіасферу;
- домінуючі міжнародні тенденції, зовнішні поради та вимоги донорів, включно з принципами так званого «Вашингтонського консенсусу» [16], а також критеріями приєднання до міжнародних організацій, зокрема Копенгагенськими критеріями та *acquis communautaire* ЄС [17].

У практичному вимірі це означало, що прагнення до радикальної, партисипативної демократії поступилося моделі класичної представницької демократії процедурного типу, яку Й. Шумпетер визначав як конкуренцію еліт за голоси виборців. Такий підхід переважав у країнах Типу А, тоді як у країнах Типу Б утвердилися гібридні системи, що поєднують зовнішні ознаки демократії з авторитарними практиками управління.

«Демократичний і ринково орієнтований соціалізм» — концепція, яку підтримували частина інтелектуалів у Польщі та інших країнах, — був фактично замінений неоліберальною монетаристською моделлю. У результаті сформувалася модель соціальної комунікації, що поєднала західноєвропейський підхід з елементами моделі «гегемонії / опікунства», у якій держава або домінуючі еліти продовжують впливати на медіа, виступаючи «охоронцями» суспільного інтересу.

Загалом населення поставилося до відмови від початкової візії досить байдуже. Більшість громадян були більше занепокоєні економічними реформами та вважали «демократію» синонімом матеріального добробуту й стабільності, а не політичної участі. Опір курсу трансформації

здебільшого виникав не через втрату можливості бути активними громадянами, а через зникнення соціальних гарантій, притаманних попередній системі.

Серед інших чинників, що спричинили відмову від цієї моделі, варто згадати те, що вона спиралася на ілюзію «універсальної потреби у масовій комунікації» та помилкове розуміння історичного моменту, які вже раніше були спростовані під час спроб західних суспільств демократизувати масову комунікацію у 1960–1970-х рр. [18].

Крім того, реалізація такої моделі вимагала б: масивного державного втручання у медіасферу, широкої системи регулювання та фінансування, створення рівних можливостей доступу до ЗМІ для всіх соціальних груп та забезпечення плюралізму та справедливого представництва.

Однак жодна посткомуністична держава не мала для цього ані інституційних, ані фінансових ресурсів, ні достатньої легітимності. У тих випадках, де спостерігалось масштабне державне втручання в медіа (зокрема в країнах Типу Б), воно лише закріплювало гегемоністську модель, а не сприяло демократизації. Навіть у більш розвинених країнах Типу А це втручання призводило не до демократизації, а до політизації медіа, що обмежувало їхню автономію й суспільну довіру.

2) «Поza межами західноєвропейської моделі»

Прихильники цієї концепції, що ґрунтувалася на ідеї відкритої та плюралістичної медіасистеми, усвідомлювали, що в умовах після 1989 року ідея прямої партисипативної комунікативної демократії не отримає підтримки нових урядів. Проте вони намагалися інтегрувати якомога більше її елементів у процес становлення того, що в Центральній та Східній Європі сприймалося як «західноєвропейська модель» медіасистеми (хоча насправді єдиного західного зразка не існувало).

Основні принципи відкритої та плюралістичної системи:

- свобода слова та преси, включно з правом на публікацію й розповсюдження для будь-якої особи або групи без ліцензування чи спеціальних дозволів;
- відсутність примусу до публікації будь-яких матеріалів і повна відмова від цензури;
- антимонопольне законодавство у сфері масових комунікацій;
- інституційна автономія ЗМІ, включно з незалежністю від зовнішнього фінансового контролю або можливістю отримувати фінансування без політичних чи комерційних умов [19].

Функції медіа у відкритій і плюралістичній системі полягали у забезпеченні відображення повного спектра суспільних думок і позицій, наданні простору для різних точок зору та соціальних інтересів, а також виконанні ролі своєрідного «сторожового пса», який контролює дії влади, виявляє зловживання та інформує громадськість про процеси, що відбуваються у суспільстві. Водночас медіа мали не лише фіксувати існуючі реалії, а й бути активним інструментом суспільних змін — підтримувати демократичні реформи, модернізаційні ініціативи та дискусії щодо трансформації соціального порядку, сприяючи таким чином розвитку критичного мислення, громадянської участі та культури відкритого діалогу.

Розширене розуміння суспільного мовлення та обов'язків медіа передбачало не лише забезпечення доступу громадян до інформації, а й створення реальних механізмів участі суспільства у формуванні контенту, дотримання принципів внутрішнього плюралізму, справедливості, рівного ефірного часу та права на відповідь. Така система мала ґрунтуватися на високих стандартах якості, об'єктивності й неупередженості, водночас захищаючи національну й культурну ідентичність. Вона передбачала створення публічних інституцій і спеціальних фондів, які б гарантували право кожної людини на комунікацію, забезпечували прозорість у реалізації

цієї політики та відкритість до громадського контролю й суспільного обговорення.

Дана модель передбачала існування трьох головних секторів медіа:

- суспільне мовлення, яке мало бути фінансово стабільним і незалежним.

- «громадянський сектор» — медіа, засновані приватно або колективно, що висвітлюють інтереси різних груп, партій, рухів, меншин і територіальних спільнот.

- комерційні медіа — друковані й електронні, які працюють за ринковими принципами.

Цей проєкт прагнув поєднати елементи представницької та прямої комунікативної демократії, соціальну відповідальність, а також цінності свободи, справедливості й рівності, притаманні демократично-партисипативній теорії медіа.

Однак, доля цієї моделі виявилася не набагато кращою, ніж у концепції прямої комунікативної демократії. Хоча в окремих країнах, особливо Типу А, на рівні риторики визнавалися її принципи, реальне втілення залишалось мінімальним. Перевага ринкових механізмів, політичний вплив і слабкість інституцій громадського контролю не дали можливості створити справді відкриту, плюралістичну та соціально відповідальну медіасистему.

3) «Західноєвропейська модель медіа»

Так звана «західноєвропейська модель медіа» узагальнила основні уявлення, що сформувалися на початковому етапі посткомуністичної трансформації. Вважалося, що запровадження свободи преси та принципу дерегуляції призведе до вільного обміну ідеями та появи незалежних видань, здатних відображати демократичний плюралізм поглядів. Для електронних медіа передбачалося поєднання процесів дерегуляції старої системи (ліквідація монополії та цензури, відкриття ринку для приватних

ініціатив) і створення збалансованої подвійної системи мовлення — публічної та комерційної. Це вимагало ухвалення нового законодавства, яке б скасовувало державну монополію на телерадіомовлення, визначення статусу незалежного регуляторного органу та окреслення простору для діяльності приватних мовників у змішаній системі. Другою ключовою складовою було перетворення колишніх державних мовників на незалежних суспільних: для цього потрібно було створити правову базу для функціонування публічних корпорацій, забезпечити їм стабільне фінансування незалежно від державного бюджету та запровадити дієвий механізм громадського контролю без партійного втручання чи політичної маніпуляції. У цій моделі простежуються риси теорії соціальної відповідальності преси, що розглядає медіа як інститут громадського опікуництва, покликаний служити суспільству, здійснювати інформаційний нагляд і підтримувати баланс між свободою та відповідальністю журналістів. Саме цей підхід найбільше відповідав офіційним цілям медійної реформи в країнах Типу А, які прагнули поєднати демократичні стандарти з принципами публічного служіння [1].

4) Автономізація медіа / Повна приватизація

Після розпаду СРСР у країнах Співдружності Незалежних Держав сформувалася ще одна модель розвитку медіа, що ґрунтувалася на переконанні: справжньої автономії медіа неможливо досягти інакше, ніж через їхню повну приватизацію. Політична влада залишалася «найбільш консервативним чинником масової комунікації», оскільки, як і раніше, сприймала суспільство як об'єкт впливу, а ЗМІ — як інструмент його здійснення. Відповідно, вважалося, що лише вільне підприємництво та реальна приватизація можуть стати справжнім механізмом звільнення медіа від державного контролю.

К. Спаркс назвав цей підхід «матеріалістичним проєктом» медіазмін, адже він розглядав економічну незалежність як ключ до комунікативної

свободи [12]. У межах цієї концепції повна приватизація медіа вважалася необхідною умовою для розвитку партисипативної комунікації та становлення громадянського суспільства, де засоби масової інформації виступали б як незалежні арбітри суспільного дискурсу.

Втім, не всі дослідники поділяли такий оптимізм. Так, Дж. Бекер застерігав від надмірного впливу ринку на медіа, нагадуючи, що публічна сфера у капіталістичному суспільстві давно перетворилася на інструмент влади політичних і корпоративних груп, які не мають демократичної легітимності [20, с. 298]. Отже, ця модель має внутрішню суперечність: з одного боку, вона проголошує свободу, а з іншого — ризикує підпорядкувати медіа логіці прибутку й комерційних інтересів. Незважаючи на це, модель отримала широку підтримку приватних та іноземних медіавласників і інвесторів, зацікавлених насамперед у послабленні позицій державних або новостворених суспільних мовників. У своїй суті це був ліберталіанський підхід до медіа, заснований на цінності максимальної свободи комунікації.

На практиці ж ця модель так і не була реалізована в жодній країні Центральної чи Східної Європи. У державах Типу Б її втілення унеможлилювала політика влади, спрямована на збереження контролю над медіавласністю, особливо у сфері телерадіомовлення, та на створення гібридних форм власності — державноприватних, зокрема навіть у формально приватизованих друкованих виданнях. У країнах Типу А, навпаки, на заваді реалізації повної приватизації стала побудова системи суспільного мовлення, яка, попри всі недоліки, все ж виконувала функцію демократичного балансу між ринком, владою та громадськими інтересами.

5) Медіа гегемонії / опікунства та «кооперативна» журналістика

У період одразу після переходу до демократії, коли в різних країнах Східної Європи активно обговорювалися різні моделі медіасистеми, паралельно формувався зовсім інший підхід, який отримав назву моделі

медіа гегемонії або опікунства. У перші роки після змін в Угорщині зіткнулися дві несумісні парадигми соціальної функції медіа:

- парадигма служіння національним цінностям — відновлення і зміцнення національної ідентичності, збереження традицій, підтримка національної культури. Вона передбачала збереження державного контролю над медіа, необхідного, щоб гарантувати досягнення цих цілей.

- ліберальна парадигма, яка наполягала на повній незалежності й автономії медіа та, відповідно, на повному відході держави від медіасфери [1].

Уряд Словаччини тривалий час не мав підтримки преси, тому прагнув встановити контроль над електронними медіа, вважаючи, що роль ЗМІ як інституції демократії та контролю влади менш важлива у посткомуністичних умовах [1]. Цей приклад показує загальну закономірність: нові політичні еліти не були готові відмовитися від контролю над інформаційними потоками. Навіть демократично налаштовані уряди відчували роздратування через різку критику з боку політизованої преси, почувалися відірваними від громадської думки та не мали стабільної соціальної підтримки [21]. Через це вони відкладали реформу державного мовлення, не поспішали перетворювати його на незалежне суспільне, а тим більше — демонополізувати телерадіопростір, побоюючись, що це дозволить опозиції створити альтернативні канали впливу на населення.

Багато урядів вважали, що як демократично обрані вони мають право використовувати телебачення і радіо для підтримки реформ та донесення «правильного» курсу до громадян. На практиці це часто переростало у маніпуляції та пропаганду, що зберігало авторитарні риси інформаційної політики. У країнах Типу В контроль держави поширювався на всі види медіа, включно з друкованими, які зазнавали цензури, переслідувань і фінансового тиску.

Таким чином, у посткомуністичних державах утвердилася система, заснована на поєднанні теорій соціальної відповідальності, патерналістської та авторитарної преси, тобто на цінності «порядку», нав'язаного згори, і функціях гегемонії чи опікунства. Залежно від типу країни методи збереження впливу відрізнялися — від прихованого тиску й кадрового контролю у Типі А до прямого втручання, цензури й репресій у Типі Б.

У межах цієї моделі від журналістів очікували «кооперативності» — тобто співпраці з урядом і демонстрації лояльності до курсу реформ, а не незалежної та критичної позиції. Їхня діяльність мала не стільки виконувати роль «сторожового пса демократії», скільки підтримувати владу, створювати позитивний інформаційний фон і пояснювати політику уряду громадянам. У найкращому випадку це проявлялося у формі дружнього висвітлення дій керівництва, що фактично перетворювало журналістику на інструмент політичної комунікації.

Для оцінки того, яку саме модель — демократичну, ринкову чи патерналістську — обрала кожна конкретна країна, важливо аналізувати медіазаконодавство, розвиток системи суспільного мовлення та журналістські стандарти, які реально застосовувалися на практиці.

Моделі трансформації медіасистем у країнах Центральної та Східної Європи демонструють складний і неоднозначний процес переходу від державного монополізму до ринкової свободи. Для Угорщини цей шлях поєднав риси лібералізації, іноземних інвестицій і поступового повернення політичного впливу на редакційну політику, що визначило сучасний характер її друкованих ЗМІ. Таким чином, угорський медіаринок виступає прикладом постсоціалістичної гібридної моделі, у якій співіснують демократичні інститути та тенденції до централізації контролю, а ринкові принципи часто використовуються як інструмент політичної конкуренції.

1.3. Особливості функціонування друкованої преси в авторитарних і демократичних режимах

Друкована преса у демократичному режимі виступає важливим інститутом громадянського суспільства, який забезпечує прозорість діяльності влади, формує суспільну думку та виконує функцію контролю за прийняттям політичних рішень. У таких умовах медіа розглядаються як «четверта влада», що діє на засадах відкритості, підзвітності та професійних стандартів журналістики. Для демократичних систем характерні високий рівень плюралізму, редакційна автономія, дотримання етичних норм і наявність конкуренції між виданнями, яка стимулює підвищення якості інформаційного продукту. Згідно з підходом Д. Галіна та П. Манчіні, така система відповідає ліберальній або демократично-корпоративній моделі медіасистеми, у межах якої держава обмежує своє втручання у роботу преси, а головним регулятором виступає ринок і професійна журналістська спільнота [10].

На відміну від цього, в авторитарних або гібридних політичних режимах преса розглядається не як самостійний суспільний інститут, а як інструмент політичного впливу й легітимації влади. У таких системах держава або правляча партія прагне контролювати інформаційні потоки, обмежувати свободу вираження, а також формувати суспільний порядок денний відповідно до власних інтересів. Як зазначається в енциклопедичній статті *Authoritarian Societies and Journalism*, «mass media in authoritarian societies always present a dangerous source of dissent which could potentially undermine the regime's legitimacy» — тобто медіа в умовах контролю сприймаються як потенційна загроза стабільності, а отже підлягають нагляду та регламентації [22].

Характерною рисою авторитарної моделі є високий рівень державного втручання у діяльність ЗМІ — через законодавче регулювання, цензуру, призначення керівників видань, контроль над рекламним ринком

або державними дотаціями. Крім того, концентрація власності у руках політично лояльних бізнес-структур чи олігархічних груп формує залежність редакцій від фінансових та політичних еліт. У результаті преса втрачає автономію, перетворюючись на засіб підтримки офіційного дискурсу. У демократичних же країнах діє протилежна тенденція — децентралізація медіавласності, плюралізм джерел фінансування, незалежність редакційної політики, що дозволяє забезпечити баланс між економічними інтересами та суспільною відповідальністю журналістів [23].

Таким чином, для розуміння функціонування друкованої преси необхідно враховувати п'ять ключових вимірів, які відображають різницю між демократичними й авторитарними медіасистемами:

- рівень державного втручання (регуляторна чи контрольна роль держави);
- ступінь редакційної незалежності (самостійність журналістів у виборі тем і тональності висвітлення подій);
- структура власності (конкурентна чи монополізована медіавласність);
- модель фінансування (ринкова, державна або змішана);
- професійність журналістської праці (дотримання етичних стандартів, рівень освіти, вплив громадських об'єднань журналістів).

Саме ці параметри дозволяють об'єктивно порівнювати функціонування преси у демократичних і авторитарних політичних системах та дають методологічну основу для аналізу угорського ринку друкованих видань у період переходу до демократії.

У демократичних суспільствах друкована преса виконує важливу функцію комунікаційного посередника між владою та громадянами, сприяючи формуванню прозорості політичної системи й розвитку критичної громадської думки. Однією з базових характеристик демократичного медіапростору є редакційна незалежність, яка передбачає відокремлення

журналістської діяльності від політичного чи комерційного впливу. Саме вона забезпечує можливість проведення розслідувань, публікації критичних матеріалів, перевірки фактів і представлення альтернативних точок зору. Як зазначають Високий рівень професіоналізму журналістів та редакційна автономія є ключовими індикаторами стабільної демократичної медіасистеми, оскільки забезпечують суспільну довіру до ЗМІ та формують їхню соціальну легітимність [10].

Редакційна незалежність підтримується через чітке розмежування власників медіа та редакційного менеджменту, що запобігає зловживанню впливом на зміст публікацій. У більшості західноєвропейських країн діють етичні кодекси журналістів, медіаомбудсмани, громадські ради або пресові ради, які виступають механізмами саморегулювання. Наприклад, у Великій Британії це функції Independent Press Standards Organisation (IPSO), у Німеччині — Deutscher Presserat. Подібні структури забезпечують баланс між свободою преси та суспільною відповідальністю, підкріплюючи демократичні стандарти журналістики.

Не менш важливою рисою демократичної системи є структура власності. Преса у таких країнах переважно функціонує в умовах приватної або змішаної форми власності, де держава виконує регуляторну, а не управлінську роль. Відсутність монополії дозволяє забезпечити ринкову конкуренцію між виданнями, що стимулює підвищення якості журналістських матеріалів і розвиток нових форматів подачі контенту. У таких умовах медіа можуть орієнтуватися на інтереси аудиторії, а не на політичні замовлення. Плюралізм власності є не лише економічним чинником, а й показником політичної культури демократичного суспільства, оскільки відображає рівень відкритості та різноманіття суспільних дискурсів.

Система фінансування друкованих видань у демократичних державах базується на багатоканальній моделі — доходи формуються за рахунок

передплати, продажу накладу, комерційної реклами, спонсорських програм, грантів та пожертв. Важливо, що держава, навіть надаючи підтримку (наприклад, через податкові пільги чи дотації для місцевих ЗМІ), не втручається в редакційну політику. Це гарантує економічну незалежність преси, яка є передумовою свободи слова. Як зазначає дослідження Reuters Institute for the Study of Journalism, фінансова автономія є головним чинником стійкості медіа до політичного тиску та популізму, оскільки дозволяє редакціям самостійно визначати зміст і пріоритети публікацій [24].

Ще однією важливою ознакою демократичного медіапростору є жанрова й тематична різноманітність преси. Це означає, що поряд із традиційними аналітичними виданнями існують популярні табloidні формати, культурно-мистецькі журнали, регіональні газети, нішеві тематичні видання. Така різноманітність сприяє охопленню різних груп населення, задоволенню інформаційних потреб як масової, так і експертної аудиторії. У країнах Європейського Союзу національні ринки друкованих медіа характеризуються сегментованою структурою — поєднанням загальнонаціональних політичних видань (*The Guardian*, *Le Monde*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*) і локальних газет, орієнтованих на громади. Це дозволяє пресі залишатися джерелом достовірної інформації навіть у цифрову епоху.

Ключовим показником демократичної преси є плюралізм думок, тобто наявність у публічному дискурсі різних ідеологічних, політичних і соціальних позицій. У демократичному середовищі друковані ЗМІ виконують функцію не лише інформування, а й формування громадської свідомості, створюючи простір для діалогу. Справжня роль преси полягає не у простій передачі новин, а у забезпеченні «демократичного посередництва» між владою та суспільством, що передбачає об'єктивність, прозорість і доступність інформації [25].

У контексті Угорщини ці риси почали формуватися після 1989 року, коли скасування цензури, приватизація видань і поява іноземного капіталу сприяли створенню динамічного медіаринку. Такі видання, як *Magyar Hírlap*, *Népszabadság*, *Heti Világgazdaság*, стали символами ліберальної журналістики, орієнтованої на громадські інтереси. У 1990-х роках Угорщина була прикладом швидкої демократизації медіасфери серед країн Центральної Європи. Проте з початку 2010-х років дослідники фіксують зворотні тенденції — посилення політичного впливу на редакційну політику, концентрацію власності у прокладених державою структурах і обмеження критичних голосів. Це свідчить, що навіть у демократичних системах підтримка редакційної незалежності та плюралізму вимагає постійних інституційних гарантій і громадського контролю.

Функціонування друкованої преси в умовах авторитарних або гібридних політичних систем суттєво відрізняється від демократичної моделі. Попри формальну наявність інститутів демократії — парламенту, виборів, судів — у таких державах фактично існує домінуюча влада, яка контролює ключові медійні ресурси. У науковій літературі це визначається як медіакепчер (*media capture*) — ситуація, коли влада або пов'язані з нею економічні групи підпорядковують ЗМІ своїм політичним і комерційним інтересам [26].

Однією з основних характеристик таких систем є високий рівень державного втручання в інформаційний простір. Воно може мати як прямий характер — через цензуру, обмеження ліцензування, призначення керівників редакцій — так і опосередкований: через систему державного фінансування, вибіркове розміщення реклами чи дотації лояльним виданням. У деяких випадках уряд застосовує так званий *soft censorship* — «м'які» форми тиску, що включають нерівномірний розподіл державних грантів, рекламних контрактів або доступу до інформації [27].

У таких системах друкована преса часто виконує роль ретранслятора офіційного дискурсу, а редакційна політика формується відповідно до політичних інтересів уряду. Саме цей механізм забезпечує контроль за суспільним порядком денним і дозволяє владі зберігати вплив на громадську думку.

Редакційна автономія у таких умовах суттєво обмежена. Журналісти працюють під постійним політичним і економічним тиском, що призводить до самоцензури — добровільного уникнення тем, які можуть викликати конфлікт з владою. Як зазначає Oxford Research Encyclopaedia of Communication, в авторитарних системах «the press is not necessarily eliminated, but rather domesticated and aligned with the ruling elite» — тобто преса не зникає, але втрачає незалежність і стає частиною політичного апарату [22].

У гібридних системах, на відміну від класичних диктатур, свобода слова часто формально гарантується конституційно, однак реальні механізми її забезпечення — суди, регулятори, громадські інститути — є підконтрольними державі. Це створює ілюзію плюралізму при фактичній монополії офіційної точки зору.

Ще однією характерною рисою є високий рівень концентрації власності, коли більшість великих медіа належить невеликій кількості бізнес-груп або холдингів, тісно пов'язаних із політичними елітами. У результаті утворюється своєрідна інформаційна олігополія, де видання виконують не суспільно-контролюючу, а лобістську функцію.

Показовим прикладом є Угорщина: після 2010 року, зі зміною політичної влади, у країні відбулося масштабне перерозподілення медіаактивів. Державні та наближені до уряду бізнес-групи викупили частину приватних видань і об'єднали їх у холдинг KESMA (Central European Press and Media Foundation), який нині контролює понад 470 ЗМІ — від регіональних газет до національних видань [28]. Така концентрація

знищує конкуренцію, зменшує різноманіття точок зору і призводить до фактичної монополізації інформаційного простору.

У гібридних режимах, на відміну від класичного тоталітаризму, контроль за ЗМІ часто реалізується не через пряму цензуру, а через ринкові механізми. Видання, щоб вижити, змушені орієнтуватися на попит масової аудиторії, поступово замінюючи аналітичний контент на розважальний. Це явище в науковій літературі називають комерціалізованою деполітизацією медіа — коли інформування про реальні соціально-економічні проблеми підміняється сенсаційними або аполітичними сюжетами. У такий спосіб влада досягає подвійного ефекту: формально не обмежує свободу слова, але знижує її суспільну ефективність [24].

Хоча у таких системах можуть існувати приватні чи опозиційні видання, вони мають обмежений доступ до ресурсів — рекламного ринку, поліграфічних потужностей, дистрибуції, а також стикаються з адміністративними бар'єрами. У результаті формується структурна асиметрія: офіційно декларується свобода медіа, але реальні умови функціонування роблять незалежну пресу маргіальною.

Наприклад, в Угорщині закриття щоденника Népszabadság у 2016 році після його придбання компанією, пов'язаною з урядовими структурами, стало символом звуження медіапростору. Попри офіційні пояснення про економічну нерентабельність, дослідники відзначають політичні мотиви цього рішення [29].

Тобто, друковані ЗМІ в авторитарних і гібридних політичних системах характеризуються комплексом взаємопов'язаних ознак: посиленням державного контролю, скороченням редакційної автономії, концентрацією власності, комерціалізацією контенту й обмеженням плюралізму. Ці тенденції особливо чітко проявляються в постсоціалістичних країнах, де медіа, пройшовши етап лібералізації у 1990-х, поступово опинилися під впливом політичних і фінансових еліт. Приклад Угорщини демонструє, що

навіть у межах формально демократичної системи можлива реставрація авторитарних практик у сфері комунікації, коли держава використовує як правові, так і ринкові механізми для підпорядкування преси своїм інтересам.

Режим правління має безпосередній вплив на функціонал преси. У демократичному режимі преса виконує такі функції: інформаційну, освітню, громадсько-контролюючу, а також функцію платформи для громадської дискусії. У авторитарному чи контролюваному режимі функції преси часто зводяться до інформування, легітимації влади або до рекламної моделі, що в меншій мірі сприяє розвитку громадського простору та плюралізму. Навіть після переходу до демократії друкована преса в країнах з авторитарним минулим може зберігати риси, характерні для періоду контролю: «the press became more plural, but legacies of the authoritarian period constrained its role in democratic consolidation» [25]. Таким чином, не лише режим як такий, але й історична спадщина, структура власності та інституційні умови визначають якість журналістики та ефективність друкованої преси.

У контексті Угорщина, яка після 1989 року пройшла через демократизацію, приватизацію медіа й одночасно згодом характерна для неї тенденція до посилення політичного впливу на медіа, друкована преса демонструє змішаний характер: з одного боку — ринкові видання, конкуренція, приватна власність; з іншого — концентрація власності та посилення політичного контролю, що створює свій «гібридний» режим функціонування. Цей приклад підтверджує, що функціонування друкованої преси не є лінійно переходом від авторитаризму до повноцінної демократії, а радше становить складний процес із елементами як демократизації, так і контролю. Таким чином, аналіз угорського ринку друкованих видань має враховувати як характеристики демократичної моделі (конкуренція,

приватна власність), так і риси авторитарного чи контрольованого режиму (втручання влади, концентрація медіавласності).

Отже, функціонування друкованої преси у демократичному і авторитарному режимах суттєво відрізняється за параметрами редакційної незалежності, власності медіа, моделі фінансування, професійності журналістики й рівнем плюралізму. Для країн із перехідною історією (як Угорщина) ці відмінності проявляються у комбінованому форматі — тобто видання можуть мати ринкову базу та формальну свободу, але одночасно діяти в межах політично впливового медіасередовища. Врахування цих умов є необхідним для глибшого аналізу угорського ринку друкованих видань, що буде здійснено в наступних розділах роботи.

РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ДЕМОКРАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ЖУРНАЛІСТИКУ ТА ЗМІСТ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ

2.1. Етапи розвитку угорського ринку друкованих видань після переходу до демократії

Після падіння соціалістичної системи в Угорщині наприкінці 1980-х – на початку 1990-х років ринок друкованих медіа зазнав масштабних та структурних змін, які визначили подальший напрям розвитку національної журналістики й видавничої індустрії. До 1989 року угорська преса функціонувала в умовах жорсткого державного регулювання, централізованої системи управління, політичного контролю та обмеженої редакційної автономії. З переходом країни до демократії ця модель була фактично демонтована, що відкрило шлях до ринкової трансформації, лібералізації та появи нових медіагравців.

Однією з перших і найважливіших змін стало скасування державних субсидій, на яких трималася більшість друкованих видань у соціалістичний період. Лібералізація газетного ринку та приватизація друкованих видань у 1989–1990 роках фактично означили кінець епохи державного фінансування преси [26]. Це стало поворотним моментом, який змусив редакції адаптуватися до ринкової економіки, формувати нові моделі фінансування, працювати з рекламою та конкурувати за читача.

Паралельно зі скасуванням субсидій розпочався процес приватизації преси, який мав безпрецедентні масштаби (табл. 1). Державні та партійні газети протягом короткого часу були продані приватним або іноземним медіахолдингам. Розвиток угорського ринку друкованої продукції у період трансформації був зумовлений комплексом факторів, серед яких дерегуляція, приватизація та зникнення інституцій та політик старого режиму — саме ці умови створили підґрунтя для швидкої зміни власності та комерціалізації [30].

Таблиця 2.1

Етапи приватизації угорських друкованих ЗМІ (1989–1995)

Рік	Подія	Наслідки
1989	Скасування цензури	Утворення незалежних редакцій
1990	Початок приватизації газет	Перехід до ринкової економіки преси
1991–1992	Масовий вхід іноземних інвесторів	До 70% видань опинилися під іноземним контролем
1993–1995	Консолідація видавничих холдингів	Стабілізація ринку, зростання конкуренції

Джерело: створено автором на основі [26; 30].

Важливо підкреслити, що приватизація часто відбувалася поспіхом та без продуманої державної стратегії. Це призвело до того, що значна частина угорських газет опинилася у руках іноземних корпорацій, а інша частина — у власності місцевих бізнес-структур, пов'язаних із політичними елітами. Аналітичний звіт Ради Європи та дослідження медіавласності Центральної та Східної Європи підтверджують, що на відміну від телерадіомовлення, преса була приватизована однією з перших: «На відміну від мовників, більшість друкованих видань у регіоні були приватизовані ще на початку 1990-х. Проте багато газет, щоб вижити, змушені були пов'язувати себе з бізнесовими й політичними елітами» [31].

Унаслідок радикальної перебудови структури власності угорський ринок друкованих медіа перейшов до ринкової моделі розвитку. З'явилися сотні нових приватних щоденних видань, журналів і таблоїдів, почала формуватися реклама як основне джерело доходів. У редакційних політиках домінувати почали ринкові інтереси, а не ідеологічні вимоги держави, що сприяло зростанню конкуренції та розвитку якісної журналістики у перше десятиліття після переходу.

Водночас у цей період зберігалися певні рудименти минулого — частина кадрового складу редакцій залишалася пов'язаною із старою системою, а політичні впливи хоча й були значно меншими, проте ще не зникли повністю. Тому 1990-ті роки можна розглядати як фазу становлення

«ринкової» структури угорської преси, яка поєднала риси відкритості, конкуренції та комерціалізації з елементами перехідності, спадщини соціалістичної епохи та нерівномірними реформами.

Таким чином, початок 1990-х став визначальним для формування сучасного вигляду угорського друкованого ринку. Саме у цей період було закладено інституційні, економічні та професійні основи, які надалі визначали напрями розвитку угорської журналістики та медійної політики.

Після приватизації та відкриття ринку друкованих видань в Угорщині у 1990-х роках почалася нова фаза розвитку — комерціалізація та таблоїдизація медіапростору. На зміну політизованій пресі соціалістичної епохи прийшли видання, орієнтовані на масового читача, рекламний дохід та популярний контент, що відповідало логіці ринкової економіки. Саме в цей період відбувся глибокий злам традиційної структури друкованої журналістики.

Від початку 1990-х років друковані медіа почали функціонувати на принципах вільного ринку: редакції були змушені конкурувати за читача, адаптовуючи стиль, тематику та формат матеріалів. Виробництво друкованої продукції в Угорщині з кінця 1980-х років проходило через структурні та власницькі зміни, а також політичні втручання посткомуністичних урядів [30; 33]. Це свідчило про складність переходу від державної системи контролю до ринкової — з елементами як лібералізації, так і політичного впливу.

Комерціалізація сприяла переходу медіа до:

- нових форматів подачі інформації;
- яскравих заголовків і скорочених текстів;
- акценту на розважальність;
- посилення ролі реклами;
- зростання залежності від ринкових доходів, що в умовах конкуренції інколи зменшувало ресурси для якісної журналістики.

Цей процес став характерним не лише для Угорщини, але й для всіх країн Центральної Європи після розпаду соціалістичного блоку. Ринкові умови виштовхнули пресу на арену комерційної боротьби, де виживають ті, хто швидше й ефективніше реагує на змінні інтереси аудиторії [33].

Одним із найпомітніших результатів комерціалізації стала таблоїдизація — перехід частини медіаринку до розважального та сенсаційного контенту. В Угорщині ключовою подією стала поява щоденної газети *Blikk* у 1994 році [34]. Це видання, засноване швейцарським видавцем Ringier, швидко стало одним з найбільш читаних у країні.

За даними угорських досліджень медіаспоживання, вже наприкінці 1990-х *Blikk* мав наклад понад 200 тис. примірників, що вдвічі–утричі перевищувало показники багатьох якісних політичних газет.

Особливості формату *Blikk* включали: великий обсяг розважального та кримінального контенту; орієнтацію на швидкі новини; короткі матеріали з яскравими заголовками; інтенсивне використання фотографій та візуальних елементів; наголос на емоційному компоненті інформації; доступну ціну та широке розповсюдження.

Фактично *Blikk* став каталізатором розвитку таблоїдів як конкурентної альтернативи традиційній політичній пресі угорського зразка (табл. 2).

Таблиця 2.2.

Найпопулярніші друковані видання Угорщини (1995–2005)

Видання	Тип	Середній наклад (тисяч примірників)	Власник
<i>Blikk</i>	Таблоїд	180–220	Ringier
<i>Népszabadság</i>	Якісна щоденна газета	150–180	Axel Springer → Mediaworks
<i>Magyar Hírlap</i>	Політична газета	70–90	Privat Press
<i>Nemzeti Sport</i>	Спортивна	90–120	Ringier

Джерело: створено автором

Поява таблоїдів змінила структуру конкуренції: якщо раніше основна боротьба точилася між політичними виданнями, то тепер на ринок вийшли масові газети, які приваблювали значно ширшу аудиторію — від молоді до літніх читачів.

Унаслідок цього ринок поділився на два сектори: якісні політичні щоденні газети (*quality press*), масові таблоїдні видання (*popular press*).

У нових умовах якісні видання були змушені змінювати контент, збільшувати кількість «легких» тем, краще працювати з графікою та інфографікою, оновлювати маркетингові стратегії.

Попри позитивні аспекти — розвиток конкуренції, ринкової свободи, нових жанрів — цей процес мав низку ризиків, які згадуються у наукових джерелах:

1. Зниження інвестицій у якісну журналістику. Ставка на високі накладі та рекламний дохід призвела до того, що багато редакцій скоротили витрати на розслідування, аналітику, журналістські виїзди та експертну роботу.

2. Сенсаційність контенту та поверхневність. Таблоїди значною мірою просували теми криміналу, скандалів, приватного життя селебриті. Це вплинуло на всю пресу.

3. Фрагментація аудиторії. Читач все рідше звертався до якісних політично-аналітичних джерел.

4. Розмивання громадсько-політичної функції преси. Комерціалізація зменшила вплив друкованих ЗМІ як інструменту демократичного контролю.

Ці наслідки видно і в сучасній Угорщині: розвиток таблоїдів став однією з причин ослаблення позицій якісної журналістики та зміни інформаційного середовища, що відобразилося на політичній культурі, медіаспоживанні та поведінці громадян.

У період постсоціалістичної трансформації, який розпочався після 1989 року, іноземний капітал відіграв ключову роль у структурному

оновленні та модернізації угорського ринку друкованих медіа. Лібералізація законодавства та швидка приватизація створили привабливі умови для іноземних видавничих корпорацій, які активно інвестували в угорські газети, журнали та видавничі дома. Це зумовило появу нових стандартів журналістики, управління та медіаменеджменту, водночас піднімаючи питання про інформаційний суверенітет та контроль над національними медіа.

Приватизація угорського ринку друкованих медіа у 1990-х роках нерідко визначалася як «спонтанна приватизація». Це означало, що процес роздержавлення відбувався швидко, нерегульовано і часто без належних механізмів збереження національного контролю над стратегічними секторами [35]. У результаті значна частина провідних газет, зокрема *Népszabadság*, *Magyar Hírlap*, *Nemzeti Sport*, а також низка регіональних видань перейшла у власність іноземних видавничих груп. Серед найбільш активних інвесторів були:

1) Axel Springer (Німеччина) – придбав значну частину регіональних газет;

2) Ringier (Швейцарія) – розширив портфель масових та таблоїдних видань;

3) WAZ – Westdeutsche Allgemeine Zeitung (Німеччина) – інвестував у регіональні видання та журнали;

4) Bonnier (Швеція) – спеціалізувався переважно на журнальній пресі.

Уже на початку 1990-х років частка іноземної власності в угорській пресі досягала 70 %, а в окремі періоди — навіть вищих показників, що робило Угорщину одним із найбільш «іноземно орієнтованих» медіаринків у Центральній Європі [32]. Така ситуація сприяла трансферу західноєвропейських медіастандартів, управлінських технологій, маркетингу, брендування, одночасно створюючи залежність від міжнародного капіталу та ризику втрати локальної редакційної автономії.

Угорський медіаринок через іноземний капітал складався як поєднання локального і глобального, але згодом ця структура змінювалася — із зростанням національно-орієнтованого контролю.

Угорський ринок друкованої преси 1990-х — початку 2000-х сформувався як поєднання локального й глобального медіапростору: локальні редакції працювали під міжнародним менеджментом; стандарти журналістики були європейськими, але контент часто зберігав національну специфіку; рекламний ринок став частиною глобальних інвестиційних потоків.

Ця подвійність дозволила Угорщині стати регіональним лідером за рівнем медійного розвитку у 1990-х, але водночас створила передумови для подальшого переходу до національно орієнтованої моделі контролю, який став характерним після 2010 року. З другої половини 2000-х років іноземні медіахолдинги почали поступово виходити з угорського ринку [36].

Причини:

- зниження прибутковості друкованих медіа,
- зростання політичної турбулентності,
- посилення регуляторного тиску на іноземних власників.

Після 2010 року цей процес прискорився — іноземні активи почали скуповувати бізнес-групи, пов'язані з урядом. Це стало фундаментом для створення медіахолдингу KESMA і стало початком нової фази — медіакепчеру, або політичного захоплення медіаринку.

У цей же період в Угорщині відбулась нова фаза трансформації друкованих медіа — пов'язана з політичною централізацією медійного простору, державним втручанням у власність, рекламу та регулювання. Так, звіт International Press Institute за 2019 рік констатує: «Since 2010, the Hungarian government has systematically dismantled media independence, freedom and pluralism, distorted the media market and divided the journalistic community in the country» [37].

Дослідження «Hungary – Media Ownership» фіксує, що у 2020-х роках держава або урядово лояльні структури контролюють значну долю ЗМІ: «... government is now believed to influence ... 48 % of nationwide daily papers ...» [38]. Правова база була змінена: наприклад, Act CIV of 2010 on the Freedom of the Press and the Fundamental Rules on Media Services встановила нові норми для друкованих і онлайн-видань, включно з широким визначенням «пресового продукту» [39].

Ключовим явищем стала концентрація медіавласності — створення великих медійних холдингів, наближених до влади; контроль над державною рекламою як інструментом впливу; зміни в редакційній політиці. Приклад Угорщини після 2010 року демонструє руйнівні наслідки такого режиму медіаполітики [40].

У підсумку, друковані видання в Угорщині в цьому періоді стали частиною медіа-капчуру (media capture) — коли держава чи владарські структури через ринкові механізми, власність, рекламу, регулювання фактично контролюють ключові джерела інформації. Одночасно це вплинуло на журналістику: незалежні редакції скорочувались, наклади знижувались, критична преса отримувала менше ресурсів [41; 42].

Отже, розвиток угорського ринку друкованих видань після переходу до демократії пройшов кілька послідовних і взаємопов'язаних етапів — від швидкої лібералізації та «спонтанної приватизації» початку 1990-х до комерціалізації, таблоїдизації та суттєвого зростання ролі іноземного капіталу, який модернізував галузь, але водночас посилив її залежність від зовнішніх власників. Ці процеси створили змішану модель медіапростору, де поєднувалися локальні й глобальні управлінські практики, однак у довгостроковій перспективі вони підготували підґрунтя для «реприватизації» та централізації медіавласності, що посилювалося після 2010 року та спричинило звуження плюралізму, ослаблення редакційної автономії та формування елементів медіакепчеру. Таким чином,

трансформації 1989–2020 років демонструють складний і суперечливий характер еволюції угорської преси, де демократичні здобутки початкового періоду поступово були частково нівельовані політично мотивованою концентрацією медіавлади.

2.2. Аналіз змін контенту провідних угорських видань

Аналіз змін контенту провідних угорських друкованих видань дає змогу простежити не лише тематичну еволюцію матеріалів, а й глибші трансформації функцій преси в суспільстві. На прикладі *Népszabadság*, *Magyar Nemzet* та *Blikk* можна побачити, як відбувався перехід від моделі якісної, орієнтованої на публічний інтерес політичної журналістики до більш фрагментованого та комерціалізованого інформаційного поля, де дедалі більшого значення набувають таблоїдні й розважальні формати. Якщо для *Népszabadság* у 1990–2000-х роках були характерні ґрунтовна політична аналітика, соціально орієнтовані розслідування та роль «майданчика» для суспільної дискусії, то *Magyar Nemzet* у пост-2010-й період дедалі виразніше виконує функцію носія урядового дискурсу, демонструючи посилення партійної й ідеологічної лояльності. Водночас *Blikk* як масовий таблоїд уособлює зсув акцентів від громадянсько-політичної проблематики до розважальності, персоніфікованих історій, скандалів і «легкого» контенту, що відповідає логіці конкуренції за увагу аудиторії та рекламний ринок.

У такій перспективі аналіз змін контенту провідних видань дозволяє говорити про структурну перебудову медіапростору Угорщини: від відносно збалансованої моделі, де якісна політична преса відігравала помітну роль у контролі влади та формуванні публічної сфери, до ситуації, коли частина преси опинилася в орбіті політичного впливу, а інша – у зоні тотальної комерціалізації. Це проявляється у тематиці публікацій (зміщення від

системного аналізу до конфліктно-сенсаційних сюжетів), у жанровій структурі (зменшення частки масштабних аналітичних матеріалів на користь коротких новин і заміток), а також у тональності висвітлення подій (поляризація між проправладною риторикою й розважальною деполітизацією). Таким чином, зміни контенту Népszabadság, Magyar Nemzet та Blikk відображають не лише еволюцію окремих редакцій, а й загальну трансформацію угорської медіасистеми під впливом політичних рішень, ринкових чинників та змін у медіаспоживанні.

Népszabadság протягом десятиліть залишалася символом якісної журналістики в Угорщині та одним із ключових інститутів демократичної публічної сфери. Заснована у 1956 році як орган Угорської соціалістичної робітничої партії, після 1989 року газета пройшла масштабне переформатування, змінила редакційну політику та перетворилася на видання ліволіберального спрямування, орієнтоване на високі професійні стандарти та публічну відповідальність. Népszabadság стала однією з небагатьох платформ для демократичної дискусії та критичного аналізу державної політики в Угорщині.

Після політичного переходу газета зазнала суттєвої редакційної модернізації. Було змінено структуру тематичних розділів, стилістику викладу та жанрову палітру. Наголос був зроблений на:

- розширенні аналітичного сегменту, включно з політичними, економічними та соціальними оглядами;
- посиленні журналістських розслідувань, що стали «візитівкою» редакції [29];
- поглибленні міжнародної тематики, з особливим акцентом на політику ЄС;
- збільшенні кількості матеріалів про корупцію, державні закупівлі та зловживання владою;

– використанні незалежних експертних оцінок, що формувало репутацію газети як достовірного джерела політичної інформації.

Таким чином, після 1990 року контент Népszabadság суттєво змінився: від партійно орієнтованого видання вона трансформувалася в провідний майданчик якісної лівоцентричної журналістики, що сприяв розвитку публічного діалогу.

У період з 2000-х до середини 2010-х Népszabadság зберігала статус найбільшої за накладом якісної політичної газети країни. За оцінками Freedom House, вона була «ключовим джерелом критичної інформації для інтелектуальних і прогресивних середовищ» [43].

Водночас редакційна політика газети ставала дедалі критичнішою до уряду Fidesz після 2010 року, що проявлялося у:

- активному висвітленні корупційних скандалів;
- розслідуваннях щодо діяльності державних органів;
- критичних оглядах урядових реформ;
- аналітичних матеріалах про медіаполітику уряду Орбана [44].

Таке позиціонування Népszabadság робило її важливим протививагою проправладним виданням, зокрема Magyar Nemzet та регіональній пресі, що поступово переходила під контроль уряду.

Népszabadság вирізнялася стабільно високими професійними стандартами, що проявлялося у домінуванні політичної та економічної аналітики, систематичному проведенні резонансних журналістських розслідувань та активному висвітленні соціально значущих тем, зокрема в галузях освіти, охорони здоров'я, соціальної нерівності та державного управління. Газета послідовно критикувала авторитарні тенденції в угорському політичному житті, зберігаючи при цьому збалансоване й аргументоване висвітлення міжнародної політики. Важливою рисою редакційного підходу було широке використання експертних коментарів, статистичних даних, інфографіки та порівняльного аналізу, що підсилювало

аналітичну якість матеріалів. Сукупність цих характеристик дозволяє віднести Népszabadság до сегмента quality press, який відповідає усталеним європейським традиціям високоякісної політичної журналістики та відіграє ключову роль у формуванні критичного публічного дискурсу.

8 жовтня 2016 року Népszabadság була раптово закрита медіакомпанією Mediaworks, яка невдовзі після цього була передана структурам, наближеним до уряду. Офіційною причиною назвали «економічну нерентабельність», однак міжнародні медіаорганізації розцінили закриття як політично мотивоване. International Press Institute назвав цей крок «найбільшим ударом по свободі преси в Угорщині за останні 25 років» [44].

Freedom House у звіті за 2017 рік зазначив, що це рішення «є частиною ширшої стратегії уряду із захоплення ключових медіаактивів» [43]. Дослідження Mertek Media Monitor оцінило закриття як «класичний приклад медіакепчеру» — підпорядкування медіа політичним інтересам [45].

Закриття Népszabadság [46] стало переломним моментом, який засвідчив системне звуження простору для незалежної якісної преси та посилення контрольованості угорського медіапростору після 2010 року.

Magyar Nemzet, заснована у 1938 році, є одним із найстаріших та найвпливовіших угорських щоденних видань, яке історично представляло консервативний сегмент політичної журналістики [47]. У період до 2010-х років газета позиціонувалася як правоцентристське якісне видання, орієнтоване на читачів із традиційно-націоналістичними поглядами. Проте після зміни політичної конфігурації в країні у 2010 році та приходу до влади партії Fidesz, Magyar Nemzet зазнала суттєвих змін у своїй редакційній політиці та контентній структурі.

Газета у цей період стала «інструментом стратегічної комунікації влади», через що її матеріали дедалі частіше відображали офіційні урядові

наративи [29]. Еволюція контенту Magyar Nemzet є показовим прикладом того, як політичний вплив може трансформувати функції друкованого медіа — від якісного видання до частини ширшої пропагандистської екосистеми.

Після входження в орбіту бізнес-груп, близьких до уряду, газета зазнала значних редакційних трансформацій, що проявлялося у таких тенденціях:

1. Підвищення частки проправладних матеріалів. У текстах дедалі частіше простежувалися: повторення ключових меседжів уряду, підтримка політичних рішень Fidesz, схвальна риторика щодо національних стратегій, позитивне висвітлення діяльності прем'єр-міністра Віктора Орбана. Після 2010 року Magyar Nemzet стала частиною контрольованої державою інформаційної інфраструктури [45].

2. Різде збільшення критики опозиції та незалежних інституцій. У матеріалах газети регулярно з'являлися: дискредитаційні статті щодо опозиційних партій, критика громадянських організацій, негативне висвітлення незалежних медіа, що критикували уряд, кампанії проти «іноземного впливу» та «ліберальних структур». Це відповідає загальному тренду медіаполяризації, характерному для угорського інформаційного простору останнього десятиріччя [44].

3. Посилення націоналістичної та ідеологічної риторики. Редакційні тексти дедалі більше фокусувалися на: питаннях національної ідентичності, культурних та історичних наративах, темах «захисту Угорщини» від зовнішніх загроз (міграції, Брюсселя, американських фондів). Таку тенденцію можна пов'язати з переходом медіа до моделі «інструменталізованого плюралізму», коли формальний плюралізм існує, але контент служить інтересам влади [10].

4. Зменшення незалежної аналітики та журналістських розслідувань. Порівняно з періодом до 2010 року спостерігалось: падіння рівня аналітичної глибини, скорочення кількості розслідувальних матеріалів,

відсутність критики корупційних скандалів у структурі влади, домінування офіційних пресрелізів та заяв міністрів. Це свідчить про втрату Magyar Nemzet функції «сторожового пса» (watchdog function), яка є ключовою для якісної політичної журналістики.

У період після 2010 року Magyar Nemzet характеризувалася такими редакційними ознаками:

- домінування матеріалів, що відтворюють позицію уряду Fidesz;
- акцент на націоналістичній, культурно-ідентичній риторичі;
- критика опозиційних сил та незалежних громадських інституцій;
- негативна тональність щодо ЄС, західних НУО та «іноземного впливу»;
- мінімальна кількість критичних або розслідувальних матеріалів;
- частковий перехід від аналітики до інструментальної політичної комунікації;
- формування образу «зовнішнього ворога» як ключового елемента медіанаративу.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що Magyar Nemzet після 2010 року стала «центр-периферійним» елементом угорського медіакепчеру — системи, у якій різні типи контролю (власність, реклама, законодавство) використовуються для формування лояльного інформаційного середовища.

Blikk, заснована у 1994 році швейцарським видавничим концерном Ringier, є найбільш успішним та впливовим таблоїдним виданням Угорщини. Завдяки агресивній маркетинговій стратегії, доступній ціні та орієнтації на масову аудиторію Blikk швидко посіла домінуючі позиції у сегменті популярної преси. Протягом 2000-х років газета стабільно очолювала рейтинги продажів з накладом у 180–220 тис. примірників, що робило її одним із найпоширеніших друкованих медіа країни [30; 34].

На відміну від Népszabadság та Magyar Nemzet, які були частиною політичної журналістики, *Blikk* представляє сегмент комерційної масової преси. Його поява стала реакцією на нові правила ринку: відкриту конкуренцію, залежність від реклами, потребу у швидкому та емоційно насиченому контенті. Таблоїдизація у Центральній Європі була прямим наслідком комерціалізації та зміни медіаспоживання, і *Blikk* став найяскравішим прикладом цієї тенденції в Угорщині.

У процесі розвитку *Blikk* сформував характерний таблоїдний контент, який демонструє кілька ключових рис:

1. Домінування розважального сегменту. Переважна частина матеріалів присвячена: життю знаменитостей та шоу-бізнесу, сімейним історіям, конфліктам, побутовим інцидентам, кримінальним подіям і скандалам, ексклюзивним історіям «із життя звичайних людей». Це дозволило газеті охопити широку аудиторію, особливо у регіонах, де попит на розважальний контент був стабільно високим.

2. Сенсаційність та емоційність подачі. Стиль *Blikk* передбачає: короткі тексти, виразні заголовки, що привертають увагу, активне використання зображень та фотографій, драматичні й персоніфіковані історії, акцент на емоційній реакції читача. Такі стратегії повністю відповідають класичному таблоїдному формату та сприяють максимальному охопленню.

3. Обмежена політична складова. *Blikk* майже не публікує складних політичних аналітичних матеріалів. Якщо політика присутня, то подається у сенсаційному або персоніфікованому форматі: «політик як учасник скандалу», «політик у приватному житті», «політик у контексті криміналу». Це підкріплює процес деполітизації масового читача, коли складні політичні теми замінюються персональними історіями.

4. Орієнтація на ринковий успіх, а не на суспільні функції. На відміну від якісної преси, *Blikk* не виконує функції «сторожового пса демократії».

Його редакційна політика спрямована на: максимізацію прибутку, збільшення накладу, розширення читачів незалежно від соціального статусу. Таблоїди в Угорщині стали «головним рушієм ринкової конкуренції», витісняючи традиційну політичну пресу.

Після 2010 року, на тлі політичної централізації, контент *Blikk* залишався переважно аполітичним, що дозволило виданню зберегти незалежність від пропагандистських структур. Однак у матеріалах інколи проявлялися: обережність у висвітленні чутливих політичних тем, уникнення прямої критики уряду, нейтральний або розважально-персоніфікований формат політичних сюжетів. Це відповідає загальному тренду: у медіасистемах, де політичні газети зазнають тиску, таблоїди стають «безпечним», тобто неконфронтаційним форматом.

Blikk характеризується типовими рисами масового таблоїда: у його контенті домінують розважальні матеріали — новини шоу-бізнесу, приватного життя знаменитостей, кримінальні історії та скандали — подані у форматі коротких, емоційно насичених текстів із яскравими заголовками та великою кількістю фотографій. Тематика видання фрагментована й орієнтована на емоційний відгук читача, що підсилює його популярність серед широких соціальних груп. Політичні матеріали в *Blikk* представлені мінімально та здебільшого в персоніфікованому або сенсаційному форматі, без глибокої аналітики чи критики влади. Така редакційна стратегія, повністю підпорядкована логіці комерційного успіху, дозволяє розглядати газету як класичний *mass-market tabloid*, який не формує політичний порядок денний, але істотно впливає на стиль споживання інформації та загальну структуру медіаповедінки в угорському суспільстві.

Для узагальнення особливостей контенту розглянутих видань подамо аналітичну таблицю (табл. 3).

Таблиця 2.3

Порівняльні характеристики контенту провідних угорських видань

Видання	Тип	Політичне спрямування	Основний контент	Особливості
Népszabadság	Якісна політична преса	Ліво-ліберальне	Аналітика, розслідування, репортажі	Високий стандарт журналістики; закрите у 2016 р.
Magyar Nemzet	Політично орієнтована преса	Право-консервативне, промислове	Політичні коментарі, урядові наративи	Після 2010 р. — зміна риторики, тісний зв'язок з урядом
Blikk	Масовий таблоїд	Аполітичне/нейтральне	Розваги, скандали, кримінал, селебриті	Швидкий контент, візуальна подача, високий наклад

Джерело: створено автором

Порівняльний аналіз Népszabadság, Magyar Nemzet та Blikk демонструє суттєву диференціацію угорського медіапростору після 1989 року та виявляє три відмінні контентні моделі, що відображають різні стратегії редакційної політики та трансформації, спричинені як ринковими, так і політичними чинниками. Népszabadság репрезентувала сегмент quality press із домінуванням глибокої політичної й економічної аналітики, резонансних журналістських розслідувань, соціальної проблематики та послідовної критики авторитарних тенденцій, залишаючись до закриття у 2016 році одним із головних майданчиків демократичного дискурсу. На протилежному полюсі розміщується Magyar Nemzet, контент якої після 2010 року зазнав політизації та ідеологізації: газета дедалі більше відтворювала урядові наративи, критикувала опозицію, посилювала націоналістичні меседжі та фактично стала частиною проправладної інформаційної екосистеми, що звузило обсяг незалежної аналітики. Третю модель уособлює таблоїд Blikk, орієнтований на масову аудиторію та логіку комерційного успіху: його контент характеризується розважальністю, сенсаційністю, персоніфікацією новин і мінімальною присутністю політики, що сприяє деполітизації читача та переорієнтації

медіаспоживання на емоційний формат. У сукупності ці три видання демонструють, що угорська преса рухалася у напрямі зростаючої поляризації між якісною та інструментальною політичною журналістикою, з одного боку, та комерційною таблоїдною пресою — з іншого, що суттєво змінило структуру та функції медіапростору країни.

2.3. Вплив цифровізації та переходу до онлайн-форматів на ринок друкованих медіа

У другій половині 2000-х років, а особливо після 2010 року, цифровізація стала визначальним чинником структурної трансформації угорського медіаринку, кардинально змінивши способи споживання інформації, економічні моделі функціонування редакцій та загальне позиціонування друкованої преси в суспільстві. Поширення високошвидкісного інтернету, масове використання смартфонів, поява інтерактивних платформ та стрімкий розвиток соціальних мереж суттєво переформатували конкурентне середовище: традиційні газети втратили статус основних носіїв новин і були змушені адаптуватися до умов, де пріоритетами стали оперативність, мультимедійність, персоналізація та можливість миттєвого зворотного зв'язку з аудиторією. Як свідчить Reuters Institute Digital News Report, саме Угорщина після 2010 року демонструє один із найдинамічніших переходів до цифрових каналів у Центральній Європі: частка дорослого населення, яке отримує новини онлайн, перевищила 70 %, тоді як охоплення друкованих ЗМІ неухильно скорочувалося, супроводжуючись різким падінням рекламних доходів [48]. Ці тенденції були посилені загальноєвропейською кризою традиційних медіа, зміною поведінки споживачів, які дедалі частіше очікували безкоштовного доступу до новин, а також зростанням впливу глобальних технологічних платформ — Google, Facebook і YouTube — що стали

головними «воротарями» цифрового інформаційного потоку. Таким чином, цифровізація не лише спричинила перехід видавців до нових форматів, а й створила якісно нову модель медіасистеми, у якій друковані видання втратили традиційну монополію на інформування громадськості та були вимушені шукати нові стратегії виживання у фрагментованому й надзвичайно конкурентному інформаційному середовищі.

Поширення цифрових медіа та зміна моделей споживання інформації стали ключовими чинниками різкого падіння накладів друкованих видань в Угорщині у 2010–2020 роках. Економічна модель традиційної преси, яка десятиліттями спиралась на стабільні надходження від продажу газет і рекламні вкладення, виявилася вразливою у нових умовах. Насамперед суттєво зменшився обсяг друкованої реклами: найбільші рекламодавці — фінансові компанії, телекомунікаційні оператори, ритейл — перенесли бюджети на інтернет-платформи, соціальні мережі та програматик-рекламу, які забезпечували точне таргетування аудиторії [49]. У результаті друковані медіа опинилися у ситуації подвійного тиску: одночасного скорочення попиту на паперову продукцію та перерозподілу рекламного ринку на користь цифрових каналів.

За даними Hungarian Publishers' Association, у період 2010–2020 рр. накладі провідних угорських загальнонаціональних газет скоротилися більш ніж удвічі, а низка локальних і спеціалізованих видань була змушена або закритися, або перейти на онлайн-формат через втрату фінансової стійкості. Паралельно, частка цифрової реклами в Угорщині перевищила 60 %, що призвело до фактичної маргіналізації друкованого рекламного сегмента та скорочення інвестицій у якісну журналістику [49].

Ці тенденції є типовими не лише для Угорщини, а й для більшості країн Центральної Європи. Медіасистеми постсоціалістичних країн виявилися особливо вразливими: їхні друковані видання мали слабшу капіталізацію, нижчі рівні інвестицій у цифрові технології та менші

можливості адаптації до вимог онлайн-ринку [50]. У порівнянні з медіаринками Західної Європи, де видавничі дома завчасно впроваджували гібридні моделі фінансування (платні підписки, преміальний контент, інтегровану рекламу), угорські газети виявилися менш підготовленими до цифрового виклику.

Окремим дестабілізуючим чинником стала політична централізація медіавласності в Угорщині та нерівний доступ до державної реклами. Державні рекламні бюджети — особливо після 2015 року — значною мірою розподілялися на користь проправладних або лояльних видань, що створювало неконкурентні умови на ринку та ставило незалежну пресу у фінансово вразливе становище. Це ще більше посилювало кризу традиційних друкованих ЗМІ, які втрачали рекламні доходи не тільки через цифровізацію, а й через політично зумовлену сегментацію рекламного простору.

У сукупності ці процеси спричинили низку структурних наслідків:

- масове скорочення журналістських штатів, що негативно вплинуло на якість новинного контенту;
- перехід багатьох видань на “digital-first” моделі, де друкована версія перестала бути основною;
- закриття редакцій, включно із знаковими виданнями (наприклад, *Népszabadság*), чия економічна вразливість посилювалася політичним тиском;
- зниження уваги до розслідувальної та аналітичної журналістики, яка є витратною та потребує стабільного фінансування;
- загальну комерціалізацію контенту, акцент на коротких новинах і розважальних матеріалах.

Таким чином, цифровізація стала катализатором глибокої фінансової кризи угорського друку, однак її вплив був посилений специфічними політичними та ринковими умовами, що сформували нерівний доступ до ресурсів і прискорили структурний занепад якісної друкованої преси.

Процес переходу друкованих видань до онлайн-форматів в Угорщині був зумовлений як глобальними технологічними змінами, так і специфічними особливостями місцевого медіаринку. Умовно його можна описати як поступову, але незворотну переорієнтацію редакційних процесів на моделі «digital-first», коли саме цифрова версія стає основним каналом комунікації з аудиторією, а друкована — додатковим продуктом.

Видання Népszabadság, Magyar Nemzet та Blikk демонструють різні траєкторії цифрової трансформації.

Népszabadság до свого закриття у 2016 році активно розвивала інструменти цифрової аналітики, мультимедійні формати, інтерактивні спецпроекти та розслідування з елементами Data Journalism. Цифрова платформа газети стала одним із найуспішніших проєктів серед якісних угорських медіа [29].

Magyar Nemzet після 2010 року адаптувала контент до стратегічної комунікації проправладного інформаційного блоку, інтегрувавши сайт у мережу лояльних інтернет-порталів. Цей процес супроводжувався уніфікацією політичної риторики та синхронізацією тематичних акцентів між друкованою та цифровою версією [45].

Blikk зосередилася на мобільному трафіку, коротких новинах, візуально насичених форматах, репортажах «з місця подій» та емоційному контенті, що повністю відповідає логіці таблоїдного цифрового споживання.

Ключовим трендом стала трансформація обсягу та структури контенту: традиційні аналітичні тексти скорочувалися, а короткі оперативні новини й мультимедійні матеріали (відео, фотогалереї, «історії» у форматі соціальних мереж) ставали основним продуктом. Це сприяло швидшій реакції на події та кращому охопленню аудиторії, однак поглибило кризу якісної журналістики — особливо у виданнях, які до цього були аналітичними [50].

Цифровізація спричинила суттєву переорієнтацію угорської аудиторії на нові формати споживання інформації. За даними Reuters Institute, мобільні пристрої стали основним каналом отримання новин для 63 % угорців, що суттєво змінило стиль споживання: читачі дедалі частіше сприймають новини у коротких, візуально насичених або персоналізованих форматах [48].

Паралельно спостерігається зниження уваги до аналітичних матеріалів та збільшення популярності легких новин. Сміслові споживання змінилося на фрагментоване, «кліпове». Особливо це помітно в молодіжному сегменті: покоління 18–34 років переважно читає новини через соціальні мережі, а не через сайти традиційних медіа. Старші аудиторії продовжують читати друковані газети, але їх частка постійно скорочується.

Ця зміна комунікаційних моделей також призвела до зростання ролі алгоритмів у формуванні інформаційних потоків. Соцмережі — Facebook, Instagram, TikTok — за допомогою алгоритмічного відбору контенту визначають, які новини користувач бачить першими. Угорські дослідники відзначають, що це посилює ефект інформаційних «міхурів», які ведуть до поляризації аудиторії та зниження рівня критичного мислення.

Платформізація новин — глобальний процес, у рамках якого платформи Google, Facebook, YouTube та TikTok стали головними розповсюджувачами новин — суттєво посилює свій вплив в Угорщині після 2015 року. Алгоритми цифрових платформ сьогодні визначають, які матеріали стають видимими, а які лишаються непоміченими. Саме у Центральній Європі платформи отримали особливо домінуючі позиції, витіснивши традиційні медіа зі структури інформаційного доступу [51].

Це спричинило ряд наслідків:

– редакції стали залежними від платформ, оскільки значна частина трафіку надходила через соцмережі;

- зросли ризики дезінформації, оскільки алгоритми надають перевагу емоційним та сенсаційним матеріалам;

- втрата контролю над монетизацією: платформи поглинають більшу частину рекламних доходів, зменшуючи прибутки ЗМІ.

Угорські видання почали активно змінювати стратегії поширення контенту, посилюючи роль SMM-відділів, відеоформатів та оптимізації під алгоритми платформи. Це створило новий тип залежності медіа — технологічну, доповнюючи вже наявну політичну.

Цифровізація в Угорщині вплинула не лише на економіку, а й на політичну структуру медіасистеми. Після 2010 року уряд Fidesz активно реалізовував стратегію медіаконцентрації, у межах якої державна реклама та регуляторний тиск спрямовувалися на підтримку лояльних видань [45]. У цифровому середовищі це проявилось у створенні розгалуженої мережі проправладних сайтів, блогів, новинних порталів і тематичних платформ, інтегрованих у єдину комунікаційну систему.

Критичні та незалежні медіа в Угорщині, на тлі стрімкої цифрової трансформації та політичної централізації медіапростору, зіткнулися з низкою системних викликів, що суттєво обмежили їхню здатність ефективно функціонувати та виконувати демократичну роль у суспільстві. Передусім йдеться про хронічний брак матеріальних ресурсів, який проявляється у скороченні фінансування редакцій, зменшенні чисельності журналістських колективів, зниженні рівня оплати праці та неможливості інвестувати в дорогі журналістські розслідування, аналітичні проєкти та інноваційні мультимедійні формати. Ця проблема безпосередньо пов'язана з технічною та фінансовою вразливістю незалежних видань, адже низький рівень інвестицій не дозволяє їм оновлювати обладнання, впроваджувати сучасні цифрові платформи, розвивати кібербезпеку чи ефективно конкурувати з великими медіахолдингами, які мають доступ до значно більших ресурсів.

Важливим структурним обмеженням є також обмежений або нерівномірний доступ до державної реклами, яка в умовах ослаблення ринку друкованої комерційної реклами стала одним із ключових фінансових джерел для медіа. Як засвідчують дослідження європейських медіааналітичних центрів, державні рекламні бюджети в Угорщині розподіляються нерівномірно та переважно спрямовуються на користь лояльних до уряду видань, що ставить незалежні ЗМІ у завідомо не вигідне конкурентне становище. У такому контексті економічна вразливість перетворюється на форму непрямого тиску, коли редакції змушені шукати альтернативні – часто нестабільні – джерела фінансування або скорочувати обсяги своєї діяльності.

Крім фінансових труднощів, незалежні медіа стикаються і з інформаційно-психологічним тиском, який проявляється у формі онлайн-кампаній дискредитації, систематичних публічних нападів, очорнювання репутації журналістів, а також кампаній у соціальних мережах, спрямованих на підрив довіри до конкретних видань або окремих репортерів. Такі дії створюють атмосферу професійної нестабільності та ризику, що може призводити до самоцензури, психологічного вигорання та відтоку кадрів з незалежного медійного сектору.

Не менш важливою проблемою є нестача інвестицій у цифрові інновації, яка обмежує можливості незалежних редакцій адаптуватися до вимог сучасного інформаційного середовища. Брак коштів на розробку мобільних застосунків, інтерактивних платформ, аналітичних інструментів, систем персоналізованого контенту та монетизаційних моделей (платні підписки, краудфандингові механізми тощо) не дозволяє незалежним медіа повноцінно використовувати потенціал цифрових технологій. У результаті вони часто програють конкуренцію як державним, так і комерційним медіаструктурам, що володіють значно ширшим технічним і фінансовим арсеналом.

Таким чином, сукупність економічних, технологічних та інформаційно-політичних чинників формує для незалежних угорських медіа складне, нестабільне та асиметричне середовище функціонування, у якому їхня здатність до розвитку та впливу на формування громадської думки суттєво обмежується, що має безпосередні наслідки для стану медіаплюралізму та якості демократичного діалогу в країні.

Процес цифрової фрагментації медіапростору в Угорщині не є нейтральним або суто технологічним явищем, а має чітко виражений політичний вимір, оскільки створює сприятливі умови для реалізації так званих «точкових інформаційних кампаній», спрямованих на вплив на конкретні соціальні, вікові чи політичні сегменти населення. Завдяки алгоритмічним механізмам соціальних мереж та цифрових платформ інформаційні потоки дедалі більше персоналізуються, а контент, який отримує користувач, формується не на основі загального суспільного інтересу, а відповідно до його попередніх вподобань, політичних симпатій, історії переглядів та поведінки в мережі. Така гіпертаргетованість дозволяє політичним акторам та пов'язаним із ними медіаструктурам розробляти специфічні інформаційні повідомлення для різних груп населення, уникаючи загальнонаціонального публічного обговорення та публічного контролю за змістом цих повідомлень.

У цьому контексті цифрове середовище стає не простором відкритої комунікації та плюралізму, а інструментом вибіркового конструювання інформаційної реальності, де кожна група аудиторії отримує лише ту версію подій, яка підсилює вже наявні переконання. Це значно послаблює функцію традиційних медіа як майданчика для загальносуспільного діалогу та ускладнює формування спільного інформаційного поля, необхідного для демократичних процесів. Внаслідок цього в угорському суспільстві зростає рівень поляризації, знижується готовність до сприйняття альтернативних точок зору, а простір для критичної дискусії суттєво звужується.

Таким чином, цифровізація виявляється не лише інструментом технологічної модернізації медіа, але й важливим елементом політичної інженерії, що дозволяє більш точно, приховано й ефективно впливати на масову свідомість. У руках владних та пов'язаних із ними структур цифрові платформи стають засобом посилення контролю над інформаційними потоками, обминання традиційних журналістських фільтрів і формування необхідних наративів без прямого застосування класичної цензури. Саме тому цифровий перехід у випадку Угорщини варто розглядати не як нейтральний або однозначно позитивний процес, а як складне та суперечливе явище, що водночас відкриває нові можливості для комунікації і створює додаткові ризики для медіаплюралізму, свободи слова та демократичного розвитку суспільства.

Цифровізація стала ключовим структурним чинником, який визначив нову конфігурацію угорського медіаринку. З одного боку, цифрові платформи відкрили доступ до нових форматів комунікації, пришвидшили поширення інформації, розширили можливості мультимедійності та персоналізації. З іншого боку, вони спричинили падіння накладів друкованих ЗМІ, зниження рекламних доходів, посилення економічної нестабільності та переформатування журналістських практик. В угорських умовах цифровізація посилила також політичні дисбаланси: урядові структури швидко адаптувалися до нових каналів поширення інформації, тоді як незалежні медіа зазнали складнощів через нерівний доступ до ресурсів та платформ. У результаті цифровий перехід сформував медіапростір, у якому друковані видання відіграють вторинну роль, тоді як онлайн-медіа стали головним каналом політичної комунікації, формування громадської думки та інформаційних впливів.

РОЗДІЛ 3. ТРАНСФОРМАЦІЯ ДРУКОВАНИХ МЕДІА В ЦЕНТРАЛЬНІЙ ЄВРОПІ: ДОСВІД УГОРЩИНИ ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

3.1. Спільні тенденції трансформації медіа країн Вишеградської групи

Країни Вишеградської групи (Польща, Чеська Республіка, Словаччина та Угорщина) у період після 1989 року пройшли подібні етапи трансформації медіасистем, які розгорталися під впливом глибоких політичних змін, переходу до ринкової економіки та стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Розпад соціалістичної моделі управління спричинив ліквідацію державної монополії на засоби масової інформації та відкрив шлях до плюралізму, появи приватних медіа і формування конкурентного середовища. Водночас цей процес супроводжувався масовою приватизацією друкованих видань, активним входженням іноземного капіталу на національні медіаринки та структурною перебудовою редакційної й управлінської моделі газет і журналів. Поступово традиційні ідеологізовані видання були витіснені або реформовані, а їхнє місце посіли нові медіапроекти, орієнтовані на ринковий успіх, рекламу та масову аудиторію.

Подальший розвиток регіону у 2000–2010-х роках позначився посиленням процесів комерціалізації та таблоїдизації контенту, коли значна частина преси почала переорієнтовуватися з аналітичних і суспільно-політичних матеріалів на розважальні, сенсаційні та скандальні теми. Це також супроводжувалося зниженням рівня журналістських стандартів у частині незалежних розслідувань та глибокого аналізу, що було зумовлено жорсткою конкуренцією за увагу читача та фінансовими обмеженнями редакцій. Паралельно в усіх країнах Вишеградської групи значно посилювався

вплив цифровізації та глобальних платформ, які трансформували як механізми поширення інформації, так і саму структуру медіаспоживання, зменшивши роль друкованої преси та змістивши центр комунікації до онлайн-середовища та соціальних мереж.

У результаті в регіоні сформувалася схожа конфігурація медіаринку, де поєднуються залишки традиційної преси, комерціалізовані масові видання і стрімко зростаючий цифровий сегмент. При цьому в останні десятиліття все помітнішим стає і політичний чинник: процеси концентрації власності, посилення ролі держави у фінансуванні та регулюванні медіасфери, а також вплив політичних еліт на редакційну політику окремих видань призвели до звуження реального медіаплюралізму в деяких країнах регіону. Таким чином, попри спільну стартову точку демократичних перетворень, сучасні медіасистеми країн Вишеградської групи демонструють складне поєднання елементів демократизації, ринкової конкуренції, цифрової модернізації та політичного втручання, що надає особливої актуальності їх порівняльному аналізу в контексті трансформації журналістики та медіаринку.

Лібералізація та приватизація медіа. У всіх чотирьох країнах Вишеградської групи — Польщі, Чеській Республіці, Словаччині та Угорщині — період початку 1990-х років став етапом масштабної та докорінної трансформації медіасистеми, що супроводжувався процесами лібералізації, демонополізації та приватизації друкованих засобів масової інформації. За соціалістичного режиму преса перебувала під жорстким контролем державних або партійних структур, виконуючи передусім функцію ідеологічного інструмента та пропагандистського апарату. Після політичних змін 1989–1991 років цей контроль було формально скасовано, що відкрило шлях до формування незалежного медіаринку та плюралізму думок. Як зауважує аналітика Republikon Institute, попри те що свобода слова на формальному рівні була закріплена в конституціях усіх країн

Вишеградської групи, реальний доступ до незалежної журналістики дуже часто обмежувався саме через структуру власності, фінансові моделі та характер розподілу ресурсів у медіасфері. Власники великих медіахолдингів, керуючись економічними або політичними інтересами, дедалі більше впливали на кадрову політику редакцій, формування контентної стратегії, тематику публікацій та рівень критичності щодо влади чи великих корпорацій [52]. Крім того, лібералізація медіаринку у країнах Вишеградської групи супроводжувалася різким зростанням конкуренції між виданнями. Колишні державні газети змушені були конкурувати з новими приватними проєктами за аудиторію, рекламні бюджети та кадровий ресурс. Це призвело до зміни змістового наповнення багатьох ЗМІ: значна частина видань переорієнтовувалася з політичних та ідеологічних матеріалів на комерційно привабливі теми — кримінальні новини, шоу-бізнес, скандали, соціальні проблеми, що зумовило поступове розмивання межі між якісною журналістикою та масовими розважальними форматами.

Комерціалізація, таблоїдизація та зміна аудиторії. Стрімке поширення масової преси та таблоїдних форматів у країнах Вишеградської групи стало однією з найбільш помітних тенденцій постсоціалістичного періоду. Видавничі дома дедалі більше орієнтувалися не на суспільно-політичну аналітику та функцію «четвертої влади», а на ринкові механізми, рекламні прибутки та максимальне залучення масової аудиторії. У фокусі редакційної політики опинилися теми, що викликають швидку емоційну реакцію читачів: скандали, приватне життя відомих осіб, кримінальні хроніки, сенсаційні заголовки та спрощені інтерпретації складних соціально-політичних процесів. У Центральній Європі цей процес можна охарактеризувати як явище «dumbing down» — поступового спрощення змісту та зниження аналітичної глибини матеріалів під тиском ринкових умов та конкуренції за увагу читача [53]. Разом із комерціалізацією зазнала змін і структура аудиторії друкованих медіа. Якщо у перші роки після

падіння соціалістичних режимів спостерігався сплеск інтересу до незалежних якісних видань, які публікували критичну аналітику та матеріали про демократичні перетворення, то з початку 2000-х років поступово зростає популярність легких у сприйнятті форматів. Багато читачів почали віддавати перевагу коротким текстам, візуально насиченим сторінкам, великій кількості фотографій та простій мові викладу. Це призвело до трансформації журналістських стандартів: зменшилася частка глибоких розслідувань, збільшилася кількість інформаційно-розважального контенту, а межа між журналістикою та шоу-індустрією стала менш чіткою. Така тенденція була характерною не лише для Угорщини, а й для Польщі, Словаччини та Чехії, де таблоїдні газети та популярні журнали поступово витісняли традиційні «якісні» видання з позиції лідерів накладів. Зміна аудиторних орієнтирів значною мірою вплинула і на професійну ідентичність журналістів. Редакції дедалі частіше керувалися не етичними стандартами або суспільною значущістю теми, а її «конвертованістю» в перегляди, продажі та кліки. Це сприяло комерціалізації журналістської діяльності, коли журналіст дедалі більше виконує функцію контент-мейкера для масового споживача, а не незалежного критичного аналітика. У довгостроковій перспективі цей процес негативно позначився на якості медіадискурсу, зменшивши рівень громадянської поінформованості та послабивши роль преси як інструмента демократичного контролю, що особливо відчутно в умовах політичної турбулентності та посилення авторитарних тенденцій у регіоні.

Зростаюча роль цифрових медіа та глобальних платформ. Подальша цифрова трансформація медіасфери країн Вишеградської групи супроводжувалася не лише зміною каналів поширення інформації, але й глибокою перебудовою самої логіки медіавиробництва. Традиційні функції редакцій — відбору, перевірки та ієрархізації інформації — стали дедалі частіше замінюватися алгоритмічними механізмами цифрових платформ,

які автоматично визначають доступність і видимість контенту для користувачів. Участь глобальних гравців на кшталт Google, Meta (Facebook, Instagram), YouTube та TikTok призвела до часткової втрати контролю національних медіа над власною аудиторією. Значна частина споживання новин перемістилася із сайтів традиційних ЗМІ безпосередньо у стрічки соціальних мереж, що означало не лише технологічну, а й інституційну залежність преси від транснаціональних корпорацій, які не підпорядковуються національному регулюванню та формують власну політику модерації, просування чи блокування контенту [54]. Крім того, цифровізація сприяла появі нового типу фрагментованої аудиторії, коли споживачі інформації все рідше читають повні тексти, віддаючи перевагу коротким заголовкам, візуальному та інтерактивному контенту. Це стимулювало медіа до адаптації своїх стратегій під вимоги алгоритмів та поведінкові моделі користувачів, а не під класичні журналістські стандарти. Внаслідок цього скорочуються обсяги аналітичних матеріалів, зменшується час перевірки фактів і зростає ризик поширення маніпулятивної або неточної інформації. В умовах країн Вишеградської групи ця тенденція накладається також на політичну поляризацію суспільства, що посилює фрагментацію громадської думки та ускладнює функціонування спільного інформаційного простору, який є основою демократичного діалогу.

Політичне втручання, концентрація власності та звуження плюралізму. Ключову роль у посиленні політичного впливу на медіа в країнах Вишеградської групи відіграла концентрація власності у руках обмеженого кола осіб та структур, часто пов'язаних із політичною елітою або великим бізнесом. В Угорщині цей процес набув особливо виразних форм після 2010 року, коли відбулася системна перебудова медіаринку через придбання або закриття незалежних видань та передачу активів до фондів і холдингів, лояльних до чинної влади. Подібні тенденції, хоча і менш масштабні, спостерігалися також у Польщі та Словаччині, де окремі

політичні та економічні групи поступово посилювали контроль над ключовими регіональними та національними медіа. У результаті значна частина інформаційного простору перестала бути реально конкурентною, а редакційна політика дедалі більше визначалася не журналістськими стандартами, а інтересами власників [52]. Наслідком цього стало звуження реального медіаплюралізму, навіть за формального збереження багатьох назв і брендів ЗМІ. Зовнішнє різноманіття видань почало маскувати однотипність змісту, підпорядкованого певним політичним наративам. Альтернативні точки зору дедалі рідше потрапляють до мейнстримного інформаційного простору, а незалежні журналісти й редакції зазнають як прямих, так і непрямих форм тиску — від економічного обмеження до дискредитаційних кампаній. У довгостроковій перспективі це призводить до ослаблення механізмів демократичного контролю над владою, зниження рівня суспільної довіри до медіа та формування інформаційного середовища, в якому домінує не принцип плюралізму, а принцип політичної лояльності.

Перехід від епізодичних труднощів становлення медіаринку до глибокої системної кризи став однією з ключових особливостей трансформації медіасередовища в країнах Вишеградської групи. Якщо на початку 1990-х років проблеми друкованої преси мали радше адаптаційний та тимчасовий характер (нестача фінансування, відсутність досвіду роботи в ринкових умовах, неусталеність законодавчої бази), то згодом ці виклики набули структурного характеру. Зменшення накладів газет і журналів почало супроводжуватись довгостроковими змінами у споживанні інформації, коли читачі дедалі частіше обирали телевізійні й онлайн-джерела. В умовах цифрової конкуренції друковані ЗМІ втрачали не тільки аудиторію, але й рекламні доходи, що призводило до закриття редакцій, скорочення штатів та зменшення обсягу аналітичного контенту. У багатьох випадках це спричинило деградацію локальної преси, яка раніше

виконувала важливу функцію інформування громад та підтримки регіонального плюралізму. Водночас у другій половині 2010-х років у регіоні сформувався новий тип структурного тиску на медіа — посилений політичний контроль через економічні та правові механізми. Це проявилось у перерозподілі рекламних потоків на користь лояльних видань, непрозорих схемах зміни власності, впливі на регуляторні органи та створенні великих медіахолдингів, пов'язаних із владними колами. Угорщина стала найбільш показовим прикладом такого процесу: саме там концентрація медіавласності досягла найвищого рівня, а незалежні видання були або закриті, або маргіналізовані. Трансформацію публічної сфери в сучасній Угорщині неможливо відокремити від політичних, економічних та соціальних чинників. Таким чином, медіакриза в країнах Вишеградської групи перестала бути лише наслідком технологічних змін і набула інституційного, системного характеру, що безпосередньо впливає на якість демократії та свободу слова [55].

Загальні уроки для журналістики і медіа-ринку. Спільним для країн Вишеградської групи є урок про те, що формальне закріплення свободи слова в законодавстві саме по собі не гарантує реального медіаплюралізму, якщо не підкріплене дієвими демократичними інститутами, прозорими та справедливими правилами для медіаринку, а також ефективними механізмами захисту редакційної незалежності. У ситуації, коли засоби масової інформації стають економічно вразливими — через скорочення рекламних доходів, зменшення накладів і конкуренцію з глобальними цифровими платформами, — зростає їхня залежність від великих власників, політичних груп або державного фінансування. Саме ця залежність нерідко стає інструментом непрямого тиску на редакційну політику, що призводить до самоцензури, зміщення тематичних акцентів і витіснення критичних або опозиційних голосів з інформаційного простору. Таким чином, формальна свобода преси перетворюється на декларативну, тоді як реальний

інформаційний плюралізм поступово звужується. Крім того, досвід країн Вишеградської групи демонструє, що якість журналістики безпосередньо залежить від рівня професійної автономії редакцій і дотримання етичних стандартів. У тих випадках, коли журналістика починає орієнтуватися виключно на комерційний успіх, лояльність до політичних замовників або алгоритмічну логіку соціальних мереж, вона втрачає свою ключову суспільну функцію — інформувати, аналізувати та контролювати владу. Досвід Вишеградського регіону виявляє небезпечну тенденцію поступового «розмивання» демократичної ролі медіа, коли інформаційний простір стає інструментом політичної боротьби, а не простором публічного діалогу. Саме тому для сучасної журналістської спільноти цей регіональний приклад є важливим попередженням про необхідність посилення незалежності медіа, розвитку критичного мислення в суспільстві та формування стійких інституцій, здатних забезпечити реальну, а не номінальну свободу слова. [56].

Порівняльна таблиця 4 узагальнює ключові показники розвитку медіасередовища країн Вишеградської групи (Чехії, Угорщини, Польщі та Словаччини) та дозволяє наочно простежити спільні й відмінні риси трансформації їхніх медіасистем у контексті свободи преси, структури власності, стану друкованого ринку й рівня цифровізації.

Індекс свободи преси є важливим індикатором якості медіасередовища в країні, адже він відображає рівень незалежності журналістів, відсутність цензури та ступінь політичного і економічного тиску на ЗМІ. Значної ролі в трансформації медіаринку країн Вишеградської групи у 1990-х роках набула іноземна власність, яка, з одного боку, сприяла модернізації медіасфери та впровадженню західних стандартів, а з іншого — створила передумови для поступової концентрації та зовнішнього впливу на національний інформаційний простір. Водночас у всьому регіоні спостерігається сталий спад накладів друкованих видань, зумовлений

передусім розвитком цифрових технологій та зміною медіаспоживчих звичок аудиторії. Перехід читачів до онлайн-платформ, використання мобільних пристроїв та соціальних мереж як основних каналів отримання інформації суттєво змінив структуру медіаринку, що змусило традиційні друковані ЗМІ адаптувати свої редакційні й бізнес-моделі до нових цифрових реалій.

Таблиця 3.1

Порівняння ключових показників медіа для країн Вишеградської групи

Країна	Індекс свободи преси (2024, Reporters Without Borders)	Частка іноземної власності ЗМІ	Наклад газет / 1000 населення	Ступінь цифровізації медіа (онлайн-новини)
Чехія	~10-те місце (за 2025-м, покращення)	н/д	н/д	висока
Угорщина	67-ме місце (2024)	висока (до ~70% іноземної власності у 1990-х)	~ 1 м/1000 (дані 2003)	дуже висока
Польща	н/д	н/д	н/д	висока
Словаччина	38-ме місце (2025)	н/д	н/д	висока

Джерело: створено автором на основі [57-64].

Таким чином, аналіз спільних тенденцій демонструє, що попри певні відмінності між Польщею, Чехією, Словаччиною та Угорщиною, їхні медіаринки пройшли подібні шляхи трансформації. Це дозволяє виділити узагальнені закономірності, які є корисними для порівняльного аналізу та можуть бути застосовані як орієнтири, зокрема й для реформування української медіасфери.

3.2. Національні особливості угорського шляху трансформації медіасистеми

Попри спільні для країн Вишеградської групи етапи переходу від соціалістичної до демократичної моделі медіа, саме Угорщина продемонструвала найбільш суперечливу та політизовану траєкторію розвитку друкованих засобів масової інформації. Якщо у 1990-х роках угорська медіасистема вважалася однією з найбільш ліберальних у Центральній та Східній Європі — з активним розвитком незалежної преси, плюралізмом думок, відкритістю до західних стандартів журналістики та значним рівнем свободи висловлювань, — то уже в 2010-х роках вона поступово трансформувалася у приклад системної реструктуризації медіапростору в напрямі політичної централізації та контролю. Ця трансформація не була одномоментною: вона відбувалася поетапно, через зміну законодавчої бази, переформатування регуляторних органів, перерозподіл економічних ресурсів, концентрацію медіавласності у руках обмеженого кола осіб, лояльних до правлячих еліт, а також зміну редакційної політики багатьох впливових видань. Унаслідок цього значна частина угорської преси — особливо регіональної — втратила реальну незалежність і почала функціонувати в межах централізованої інформаційної системи, у якій домінують уніфіковані наративи та політична лояльність. Водночас окремі незалежні медіа опинилися в умовах економічної ізоляції, обмеженого доступу до рекламних ресурсів і постійного тиску, що ускладнило їхню здатність виконувати суспільно-критичну функцію. Така радикальна зміна вектора розвитку — від лібералізації до концентрації та контрольованості — робить угорський кейс унікальним у межах Вишеградської групи й зумовлює необхідність його окремого, поглибленого розгляду як показового прикладу того, як демократичні інститути у сфері медіа можуть бути поступово послаблені навіть за збереження формальних ознак свободи слова та плюралізму.

Після 1989 року в Угорщині відбулося швидке скасування державного контролю над ЗМІ та лібералізація ринку преси. Колишні партійні та державні органи втратили монополію на інформацію, а друковані видання отримали можливість функціонувати на ринкових засадах. Саме Угорщина стала однією з перших посткомуністичних країн, де медіа були повністю виведені з прямого державного управління. Це сприяло стрімкому розвитку плюралізму, появі нових незалежних видань і формуванню конкурентного інформаційного середовища, яке на початковому етапі сприймалося як ознака успішної демократичної трансформації.

Особливістю цього процесу стала так звана «спонтанна приватизація» — передача газет і журналів у власність трудових колективів або приватних осіб без чітко сформованого правового та інституційного механізму. Така ситуація призвела до того, що багато рішень щодо зміни форми власності ухвалювалися у надзвичайно стислі строки та без належного державного контролю. У результаті відбулася фрагментація медіаринку, коли поряд з новими незалежними редакціями виникала велика кількість слабкокапіталізованих, економічно нестійких видань, нездатних довгостроково конкурувати в ринкових умовах. Саме ця нестабільність згодом і створила сприятливе підґрунтя для поглинання місцевих газет великими видавничими структурами [55].

Значну роль у формуванні нового угорського медіаландшафту відіграв іноземний капітал. На ринок активно зайшли великі європейські видавничі корпорації — зокрема Axel Springer, Ringier, Bertelsmann, які скуповували національні й регіональні газети, модернізували поліграфічну базу, впроваджували сучасні управлінські та маркетингові стратегії, змінювали редакційні стандарти відповідно до західноєвропейських моделей [65; 66]. Така інтеграція сприяла технічній та структурній модернізації галузі, професіоналізації журналістів, запровадженню чіткішого поділу між

інформуванням, коментарем і рекламою, а також розвитку рекламного ринку друкованої преси.

Водночас масове входження транснаціонального капіталу поступово призводило до послаблення національного контролю над інформаційним простором. Хоча іноземні інвестори переважно не втручалися безпосередньо в ідеологічне наповнення матеріалів, їхній вплив проявлявся в комерційній орієнтації редакційної політики, стандартизації контенту та підпорядкуванні журналістських рішень логіці максимізації прибутку. Це започаткувало тенденцію до поступової уніфікації газетного змісту, орієнтації на масову аудиторію та скорочення частки складних політичних, соціальних і культурних аналітичних матеріалів.

Таким чином, із самого початку постсоціалістичної трансформації в Угорщині було закладено подвійну природу медійних змін. З одного боку, лібералізація та приватизація створили передумови для свободи слова, незалежної журналістики та відкритої публічної дискусії. З іншого боку, відсутність ефективних регуляторних механізмів, слабкість демократичних інституцій і переважання економічних інтересів над суспільними поступово сформували умови для майбутньої концентрації власності, зростання політичного впливу на медіа та ерозії реального плюралізму. Саме ці процеси, що зародилися у 1990-х роках, згодом стали фундаментом для масштабних змін медіасистеми Угорщини у 2010-х роках.

Після приходу до влади партії Fidesz у 2010 році у Угорщина розпочався системний процес політизації медіапростору, заснований на законодавчих, власницьких і адміністративних механізмах. 21 грудня 2010 року парламент ухвалив новий медіа-закон (Act CLXXXV of 2010 on Media Services and Mass Media [39]), а також супутній Закон про пресу, які суттєво розширили повноваження державного регулятора, створили новий контрольний орган — Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) — та встановили високі штрафи за «безбалансоване висвітлення» подій [67; 68].

Ці зміни відкрили шлях до централізації медіавлад, оскільки члени медіарегулятора відбиралися виключно з лояльних до уряду кандидатур [69; 70].

Редакційні приклади підтверджують механізми політизації: щоденна газета *Magyar Nemzet*, заснована у 1938 році, офіційно припинила вихід 11 квітня 2018 року, посилаючись на фінансові труднощі, а вже у лютому 2019 року була поновлена під тим же брендом як частина фонду KESMA (Central European Press and Media Foundation), близького до урядової коаліції [47; 71; 72]. Подібно, популярний Інтернет-портал *Origo*, який до цього позиціонувався як незалежне видання, у 2018 році був переданий до KESMA і став носієм проправлячих наративів [72; 73]. Таким чином, зміна власності і управління стали одним із ключових способів перетворення медіапростору — незалежні редакції зазнавали фінансового й політичного тиску, а лояльні до влади структури отримували підтримку, часто у вигляді державної реклами або законодавчих переваг [74; 75].

У своїй сукупності ці зміни призвели до звуження плюралізму медіа: формально існували різні видання, але редакційна політика дедалі частіше відображала урядову позицію, а критична журналістика втрачала ресурси і вплив. За оцінкою *Reporters Without Borders*, Угорщина сьогодні входить до числа країн, де свобода преси найбільш під загрозою в Європейському Союзі [42; 76].

Національна специфіка угорського шляху проявляється не лише у зміні власників та регуляторних механізмів, а й у глибокій трансформації самого медійного контенту. Редакції дедалі більше відмовляються від критичних розслідувань, замінюючи їх нейтральними або лояльними матеріалами щодо влади, а також інформаційно-розважальним контентом. Це призвело до зниження частки аналітичної журналістики і посилення таблоїдизації навіть у колись якісних сегментах преси. Політичні та соціально важливі теми подаються спрощено, без глибокого

контекстуального аналізу, натомість більше уваги приділяється сенсаціям, персоналізованим історіям та емоційно забарвленим наративам.

Угорські журналісти дедалі частіше стикаються з явищем самоцензури, оскільки критичні матеріали можуть мати не лише професійні, а й особисті наслідки — звільнення, судові позови, репутаційний тиск, кампанії дискредитації в мережі. В умовах такої атмосфери формується новий тип журналістської поведінки, який суттєво відрізняється від ідеалів демократичної «четвертої влади». Журналіст усе частіше вимушений орієнтуватися не на професійні стандарти й етичні норми, а на «безпеку» теми, її відповідність політичній лінії редакції та потенційні ризики для себе особисто.

Важливим наслідком цих процесів є деформація змістової структури інформаційного простору. Зменшується кількість матеріалів, що виконують освітню, критичну та аналітичну функції, зростає частка контенту, спрямованого на поверхове інформування або політичну мобілізацію. В результаті медіа все рідше виступають простором суспільної дискусії, а дедалі частіше виконують роль каналів трансляції готових політичних меседжів. Це веде до спрощення суспільного дискурсу, поляризації аудиторії та зниження рівня критичного мислення громадян.

Окрім змістовної трансформації, змінюється й професійна ідентичність журналіста. У минулому журналіст сприймався як незалежний посередник між владою і суспільством, аналітик та «вартовий демократії». Натомість у сучасних умовах угорського медіапростору дедалі частіше домінує модель журналіста як «інформаційного оператора» або «контент-виробника», функція якого полягає не у викритті та критичному аналізі, а у швидкому і масовому поширенні політично вигідного або розважального контенту. Це зумовлює девальвацію професійних стандартів та зниження престижу журналістської професії загалом.

Крім цього, відбувається розрив між поколіннями медійників: молоді журналісти або виїжджають за кордон, або переходять до альтернативних цифрових платформ, незалежних онлайн-проектів, блогерської діяльності чи міжнародних медійних середовищ, тоді як державні та провладні медіа дедалі більше виконують функцію політичної комунікації, а не незалежної журналістики [77]. Такий «витік кадрів» призводить до поступового інтелектуального та професійного виснаження традиційної медіасфери, оскільки саме найбільш креативні, критично мислячі та фахові журналісти шукають можливості реалізувати себе поза межами контрольованої національної системи.

У довгостроковій перспективі ці тенденції можуть мати системні наслідки для всього інформаційного середовища Угорщини. Ослаблення незалежної журналістики, зменшення ролі аналітичних матеріалів і руйнування традиційних журналістських стандартів ставлять під загрозу функціонування демократичного суспільства, оскільки саме вільні та професійні медіа є ключовим механізмом контролю влади, прозорості та підзвітності політичних інститутів.

У порівнянні з іншими країнами Вишеградської групи — Польщею, Чехією та Словаччиною — саме Угорщина демонструє найвищий рівень централізації медіавласності та політичного контролю над інформаційною сферою, що істотно вирізняє її з регіонального контексту. Хоча всі чотири країни зіткнулися з проблемами комерціалізації, цифровізації та певним ступенем політичного впливу на медіа, саме в Угорщині ці процеси набули системного, інституційно закріпленого характеру. На відміну від Польщі та Чехії, де, попри політичні конфлікти, зберігається конкурентне середовище та відносно потужний сектор незалежних медіа, в Угорщині сформувалася модель інформаційної ієрархії, у якій домінують структури, прямо або опосередковано пов'язані з чинною владою [40; 55].

Центральним елементом цієї моделі стала поява у 2018 році фонду KESMA (Central European Press and Media Foundation), до складу якого було передано сотні друкованих і цифрових медіа – регіональні газети, онлайн-портали, телевізійні канали та радіостанції. Передача активів до KESMA була звільнена від антимонопольного розгляду указом уряду, що дало змогу об'єднати значну частину медіаринку в одну структуру, лояльну до політичного керівництва країни. За підрахунками дослідників, під контролем KESMA опинилися сотні ЗМІ, що фактично створило інформаційну мегаструктуру без аналогів у сучасній Європі [78]. Такий рівень концентрації не зафіксовано ані в Польщі, ані в Чехії, ані в Словаччині, що й формує уявлення про Угорщину як про «аномальний» випадок у регіоні.

Цю модель можна характеризувати як приклад «керованого плюралізму» (managed pluralism), коли зовні зберігається наявність різних медіабрендів і назв, однак реальний спектр думок, позицій і критичних наративів є суттєво обмеженим. Формально медіаринок виглядає різноманітним, але на практиці домінує уніфікований політичний дискурс, що репродукується великою кількістю видань одночасно. Саме тому деякі дослідники визначають сучасну моделю свободи преси в Угорщині як «ілюзійну» або «гібридну», оскільки вона поєднує формальні демократичні інститути з авторитарними практиками управління інформаційним простором.

Порівняльний аналіз із Польщею, Чехією та Словаччиною також демонструє суттєві відмінності в реакції громадянського суспільства та журналістської спільноти на політизацію медіа. У Польщі, попри реформування суспільного мовлення та політичні конфлікти навколо ЗМІ, продовжують функціонувати сильні незалежні редакції (Gazeta Wyborcza, OKO.press), які мають вплив на формування громадської думки. У Чехії діють потужні незалежні онлайн-проекти (Seznam Zprávy, Deník N), а в

Словаччині після вбивства журналіста Яна Куцяка посилюється суспільний контроль над владою і підтримка незалежної журналістики. В Угорщині ж масштаби централізації та контроль над фінансовими потоками суттєво ускладнюють розвиток альтернативних медіаплатформ, що призводить до структурної слабкості незалежного сегмента [78].

Таким чином, угорський випадок можна розглядати як своєрідний «негативний прецедент» для регіону, який демонструє, як поєднання демократично обраної влади, контрольованого законодавства, лояльного бізнесу та сприятливого інформаційного середовища може призвести до демонтажу реального медіаплюралізму без прямого скасування формальної свободи слова. Це перетворює Угорщину на показовий приклад того, що демократичні інститути є вразливими за відсутності прозорості, сильного громадянського суспільства та незалежних механізмів контролю над владою — насамперед у сфері медіа.

Таким чином, національні особливості угорського шляху розвитку медіа полягають у поєднанні початкової ліберальної трансформації, активної ролі іноземного капіталу та подальшого масштабного політичного втручання в медіасферу. Саме цей різкий поворот від демократизації до контролю робить угорський кейс унікальним у межах Вишеградської групи й перетворює його на показовий приклад того, як без належного інституційного захисту свобода слова може поступово перетворитися на формальність. Отриманий досвід є надзвичайно важливим не лише для академічного аналізу, а й для практичних висновків, зокрема у контексті реформування медіасистеми України.

3.3. Адаптація угорського досвіду трансформації ринку друкованих видань до українського інформаційного простору

Трансформація угорського ринку друкованих медіа після падіння соціалістичної системи становить важливий аналітичний матеріал для України, яка сьогодні переживає власний етап масштабної перебудови інформаційної сфери в умовах війни, політичної турбулентності, цифровізації та зміни моделей суспільного споживання контенту. Порівняльний аналіз показує, що саме угорський випадок є унікальним завдяки своїй завершеній траєкторії: від енергійної лібералізації та відкриття ринку на початку 1990-х — до надмірної концентрації медіавласності, політичного впливу та часткової ерозії журналістських стандартів у 2010–2020-х роках. Для України, де медійний сектор і досі перебуває у гібридному стані між демократичними реформами та історичною залежністю від олігархічного капіталу, цей досвід має подвійну цінність: він демонструє як успішні, так і небезпечні сценарії розвитку медіасистем.

По-перше, угорська модель показує, яким чином хаотична приватизація та відкриття медіаринку без належного регулювання можуть створити передумови для подальшої монополізації та втрати редакційної незалежності. В Угорщині на початковому етапі лібералізація сприяла становленню плюралізму, вільному ринку медіавласності та появі якісних видань, однак згодом саме відсутність чіткої інституційної бази дозволила великим корпораціям — а пізніше й політично афілійованим структурам — підпорядкувати значну частину інформаційного простору своїм інтересам. Для України це є важливим нагадуванням про те, що свобода медіа потребує не лише юридичних гарантій, а й постійного балансування між ринковою конкуренцією, прозорими правилами зміни власності та стійкими демократичними інститутами, які запобігають зловживанням.

По-друге, угорський досвід демонструє ризики політичного втручання у медіа через економічні механізми — розподіл державної реклами, адміністративне регулювання, контроль над власністю, формування залежних фондів на кшталт KESMA. Для України, де медійний сектор особливо вразливий у контексті війни, інформаційних операцій та мобілізаційної функції ЗМІ, важливо запобігати повторенню угорського сценарію — зокрема через зміцнення незалежності регуляторних органів, ухвалення європейських стандартів (EMFA) та створення системи захисту редакційної автономії. Угорський випадок показує, що навіть у країнах — членах ЄС — можлива деградація інституцій свободи слова, якщо політичні актори отримують можливість маніпулювати економічними важелями впливу.

По-третє, трансформація угорського ринку друкованих медіа в умовах цифровізації дозволяє Україні бачити потенційні сценарії розвитку власної системи: від переходу до мультимедійних форматів, онлайн-редакцій та гібридних моделей фінансування — до ризиків таблоїдизації, скорочення аналітично-розслідувального контенту та стандартизації інформації. Україна може використати позитивні елементи угорського досвіду — модернізацію видавничих процесів, інтеграцію новітніх технологій, розвиток локальних медіа — та одночасно уникнути негативних наслідків, пов'язаних із надмірною політизацією цифрових платформ, що в Угорщині призвело до зниження якості публічного дискурсу.

Таким чином, угорський досвід трансформації ринку друкованих видань є багатовимірним кейсом, який дозволяє Україні не лише оцінити ризики неконтрольованої медіалібералізації або політичного тиску, а й сформулювати стратегічне бачення розвитку власної медіасистеми. Адаптація угорських уроків — це не копіювання моделі, а вибіркоче використання релевантних практик з урахуванням українських реалій, викликів війни,

цифрової перебудови та необхідності збереження демократичних цінностей у сфері інформаційної безпеки.

Одним із ключових етапів угорської медійної трансформації стала швидка, майже некерована лібералізація та «спонтанна приватизація» преси у 1990-х роках. Угорські дослідники характеризують перехідний період як час, коли традиційні державні видання — колишні органи партійного апарату — були передані у приватні руки без чіткої нормативної бази, структур оцінки активів чи механізмів контролю [40]. У багатьох випадках власниками ставали трудові колективи або менеджери, які не мали достатніх ресурсів для довгострокового утримання видань. Це створило умови для того, щоб через кілька років більшість угорської преси була викуплена великими іноземними корпораціями — Ringier, Axel Springer, Bertelsmann, які запропонували фінансову стабільність та технологічне оновлення, але водночас заклали основи майбутньої концентрації ринку [55].

Важливо, що Україна у 1990-х пережила подібний процес — швидкий перехід до приватної моделі ЗМІ, але зі значною залежністю від політичних і бізнес-груп. Однак на відміну від угорської моделі, де концентрація власності настала поступово, українська структура медіавласності в 2000-х формувалася відразу у вигляді олігархічних холдингів. Сучасні українські реформи, зокрема закон про деолігархізацію [79] та медійна частина закону про національну безпеку [80], дають шанс зменшити вплив приватних груп, якщо вони будуть реалізовані повною мірою.

Урок угорської приватизації для України полягає насамперед у тому, що відсутність чіткої законодавчої бази та прозорих механізмів зміни власності неминуче веде до ринкових дисбалансів, які згодом можуть бути використані в інтересах найбільших гравців. Нерівні стартові умови — слабкість місцевих видавців, економічна вразливість редакцій — створюють ґрунт для майбутнього поглинання. В Угорщині саме це заклало

передумови для домінування іноземного капіталу у 1990-х, а згодом — для політичної централізації медіаринку у 2010-х роках [78].

Для України цей досвід підкреслює необхідність:

- створення прозорих правил власності та контролю за зміною власників, щоб уникнути непрозорих транзакцій, передання активів через трастові структури та прихованого політичного впливу;
- регулярного аудиту медіавласності, включно з бенефіціарними структурами, що знижує ризики прихованих вертикалей контролю;
- запобігання надмірній концентрації ринку, яка в Угорщині завершилася формуванням мегаструктури KESMA, що об'єднала понад 500 медіа;
- розвитку конкуренції на регіональних ринках, щоб уникнути повторення угорського сценарію, де регіональна преса цілком перейшла під контроль одного центру.

На відміну від Угорщини, Україна має стратегічну перевагу — можливість спиратися на європейські стандарти, рекомендації Ради Європи та майбутній Європейський акт про свободу медіа (EMFA), який встановлює чіткі правила щодо медіаконцентрації, прозорості власності та гарантій редакційної автономії. Це дає Україні шанс уникнути повторення системних помилок та побудувати стійку медіасистему, що відповідатиме європейським демократичним нормам.

Крім того, угорський досвід показує, що ринкова лібералізація без належної підтримки суспільно орієнтованої журналістики призводить до зниження якості контенту та втрати аналітичних і розслідувальних форматів. Для України важливо забезпечити такі інструменти підтримки, яких не було в Угорщині: державні й донорські гранти, програми розвитку локальних редакцій, сприяння мультимедійній модернізації видань.

Тобто, угорська модель демонструє подвійний урок: ринок без правил так само небезпечний, як і ринок під надмірним державним контролем. Для

України оптимальна стратегія полягає у створенні збалансованої системи — з незалежним регулятором, обмеженням концентрації, прозорістю власності й сильною роллю незалежних редакцій.

Політична трансформація угорської медіасистеми після 2010 року є одним із найбільш показових кейсів у ЄС, оскільки демонструє, як демократично обрана влада може поступово переформатувати інформаційний простір через економічні, регуляторні та інституційні механізми. Створення урядово афілійованого медійного фонду KESMA (Central European Press and Media Foundation), до якого було передано десятки великих та сотні регіональних видань, призвело до безпрецедентної концентрації медіавласності — без антимонопольного аналізу та без громадського обговорення [78]. Для України цей випадок є стратегічно важливим: він показує, що навіть формально демократичні процедури можуть створити умови для системного «захоплення» медіа (media capture), якщо відсутні ефективні інституційні запобіжники.

Угорський досвід висвітлює ще одну фундаментальну проблему: економічний контроль над ЗМІ може бути навіть ефективнішим, ніж пряма цензура. Через перерозподіл державної реклами, доступ до бюджетного фінансування, преференційні умови для лояльних медіагруп уряд отримав потужні важелі впливу, що зумовили фінансове послаблення незалежних редакцій — зокрема закриття Népszabadság у 2016 році, яке численні міжнародні організації трактували як політично вмотивоване [43]. Для України, де роль державної інформаційної політики зросла в умовах війни, цей кейс чітко окреслює ризики: недостатньо ухвалити демократичні закони — необхідно гарантувати рівні економічні умови для незалежних медіа.

Важливою складовою угорського досвіду є також зміна логіки функціонування редакційної політики. Угорські дослідники [40; 55] відзначають, що після 2010 року редакції втрачали автономію не через пряму заборону, а через заміну керівництва, злиття, реструктуризації та

непрозорі власницькі переоформлення. Це створило атмосферу невизначеності, яка сприяла самоцензурі — журналісти уникали тем, що могли б викликати конфлікт із власником чи політичними структурами. Для України ця тенденція має ключове значення: без прозорості власності, захисту редакційної незалежності та недопущення політизації медіаменеджменту формальна свобода слова може співіснувати з прихованими механізмами тиску.

Угорський кейс є також попередженням про небезпечну взаємодію політичної поляризації та медійної сфери. Розширення пропагандистських або лояльних до влади видань у поєднанні з маргіналізацією критичних медіа призводить до «інформаційних бульбашок» та деградації публічного дискурсу. Для України, де війна супроводжується масштабними інформаційними операціями, особливо важливо не допустити монополізації наративів, які можуть послабити довіру до демократичних процесів або підживити політичні конфлікти.

Крім того, угорська модель показує, що відсутність незалежних інституцій контролю — медіарегуляторів, антимонопольних органів, незалежних судів — створює ситуацію, в якій зловживання можуть відбуватися безкарно. Угорський медіарегулятор НМНН став інструментом концентрації влади через політично контрольовані призначення [40]. Для України це означає необхідність зміцнення Нацради з питань телебачення і радіомовлення, удосконалення законодавства про медіа та імплементації Європейського акту про свободу медіа (EMFA), який прямо спрямований на запобігання політичному впливу.

З урахуванням цих уроків Україна має сформувати чітку систему запобіжників, яких бракувало Угорщині:

- державна підтримка незалежних ЗМІ, зокрема регіональної журналістики;
- гарантії редакційної автономії та захист від політичного тиску;

- обмеження концентрації медіавласності, прозорий облік бенефіціарів;
- нейтральна, деполітизована модель розподілу державної реклами;
- недопущення створення політизованих медіаконгломератів, аналогічних KESMA;
- розвиток громадських і суспільних медіа, здатних забезпечити баланс у дискурсі.

Для України цей досвід набуває особливої ваги, оскільки у воєнний та післявоєнний періоди роль медіа у формуванні демократичного порядку денного, соціальної єдності та національної безпеки буде лише зростати. На відміну від Угорщини, Україна має важливий інституційний ресурс — процес європейської інтеграції, який задає вищі стандарти прозорості, плюралізму та захисту редакційної автономії.

Цифрова трансформація угорського медіаринку стала одним із ключових чинників його структурних змін у 2000–2020-х роках. Хоча загальні тенденції — зниження тиражів друкованих видань, розвиток онлайн-журналістики, комерціалізація контенту та зростання домінування глобальних платформ — є подібними у всіх країнах Центральної та Східної Європи, саме в Угорщині цифровізація наклалася на активне переформатування медіавласності та політичне втручання. Угорщина стала однією з перших країн регіону, де цифрова журналістика почала витісняти якісну пресу ще до того, як сформувалися сталі ринкові правила гри — що зробило її вразливою перед комерційним і політичним впливом [50].

Починаючи з 2010-х років процес цифровізації в Угорщині проходив паралельно із концентрацією медіа у великих холдингах, що згодом були інтегровані до організації KESMA. Це означало, що онлайн-формати опинилися під тим самим контролем, що й друковані ЗМІ, а частина інформаційної екосистеми була «затягнута» в централізовану мережу. Такі портали, як Origo чи Lokál, зазнали редакційних змін після зміни власності,

що призвело до зміни їхнього змісту, пріоритетів та тональності повідомлень. Таким чином, цифровізація не тільки не сприяла плюралізму — як передбачалося спочатку — а навіть стала одним із інструментів політичної комунікації.

Важливо, що угорська модель цифровізації також характеризується залежністю від глобальних цифрових платформ та використанням таргетованої онлайн-реклами для політичної мобілізації. Це посилює нерівність між великими провладними медіа, які отримували кошти з державних джерел і мали доступ до рекламних ринків, та незалежними медіа, що були витіснені зі значної частини цифрового трафіку. Аналіз показує, що державна реклама в Угорщині була стратегічно спрямована передусім на лояльні онлайн-ресурси, перетворюючи цифровий простір на економічно контрольоване середовище [78].

Для України цей досвід є важливим попередженням: цифровізація може не лише відкривати нові можливості для розвитку медіа, але й посилювати структурні ризики монополізації та політизації, якщо відсутні прозорі правила ринку, фінансова підтримка незалежної журналістики та сильні регуляторні інституції.

Угорський кейс демонструє, що цифрова трансформація має супроводжуватися:

- розбудовою власної цифрової інфраструктури, включно з українськими новинними платформами та алгоритмічно прозорими системами доставки контенту;

- прозорими правилами для онлайн-реклами, щоб уникнути зловживань політичним таргетингом та нерівного розподілу державних рекламних бюджетів;

- підтримкою суспільно важливих (public interest) медіа, які в Угорщині були витіснені ринковими та політичними гравцями;

- інвестиціями в цифрові навички журналістів, щоб підвищити якість локального контенту й утримати аудиторію в умовах конкуренції з глобальними платформами.

З огляду на український контекст, угорський досвід показує, що відкрита, безсистемна цифровізація може створити фактичну «інформаційну залежність» від великих політичних чи комерційних гравців. Україні необхідно зберігати структурну незалежність цифрового сектору, стимулювати розвиток українських технологічних компаній, застосовувати європейські практики прозорості алгоритмів (Digital Services Act) та забезпечувати інституційну підтримку незалежної журналістики.

У цьому контексті Україна має можливість уникнути негативних наслідків угорської моделі, використавши такі механізми:

- державні фонди підтримки цифрових медіа, які не мають політичної залежності;
- гарантії захисту редакційної автономії в онлайн-середовищі;
- розвиток локальних і регіональних онлайн-платформ, які забезпечують різноманіття джерел інформації;
- встановлення норм щодо прозорості власності цифрових медіа та онлайн-порталів;
- укріплення українського сегменту інтернету, включно із кіберзахистом медіа.

Таким чином, угорська модель цифровізації дає Україні не лише приклад ризиків, але й розуміння стратегічних напрямків розвитку, що дозволяють зробити цифровий медіапростір більш стійким, конкурентним і демократичним. Успішна адаптація цих уроків сприятиме формуванню системи, яка поєднує технологічну модернізацію з гарантіями редакційної незалежності та інформаційної безпеки.

Трансформація угорського ринку друкованих медіа у 1990–2020-х роках супроводжувалася глибокими змінами в структурі контенту. Відтак

аналіз угорського досвіду дає Україні цінні уроки щодо того, як ринкові механізми, політичний вплив і цифровізація формують інформаційний продукт. Угорська друкована журналістика поступово втратила ознаки якісної преси (quality press) та перетворилася на сектор, де домінують розважальні й сенсаційні формати — насамперед через тиск на прибутковість, конкуренцію з онлайн-медіа та політичне втручання у редакційну політику. Для України, яка сьогодні одночасно переживає війну, цифровий перехід і структурну перебудову ринку, аналіз цих тенденцій є критично важливим.

Варто адаптувати позитивні елементи угорських контентних трансформацій:

1. Розвиток мультимедійних форматів та інтеграції контенту. Угорські редакції одними з перших у регіоні активно впровадили мультимедійні продукти: відеосюжети, інтерактивні лонгріди, інфографіку, онлайн-стріми. Це допомогло їм частково компенсувати падіння друкованих тиражів і залучити нову аудиторію. Для України цей досвід особливо важливий у контексті конкуренції з соціальними платформами та зростання ролі коротких форм відеоконтенту. Україна може успішно адаптувати такі практики: створення мультимедійних центрів у редакціях; розвиток візуальної журналістики; використання форматів «дані + історія» (data storytelling); ширше застосування інфографіки у регіональних і суспільних ЗМІ.

2. Інтеграція розслідувань у цифрові платформи. Хоча друковані угорські видання поступово втратили спроможність утримувати дорогі розслідувальні проєкти, онлайн-сегмент зберіг певну інституційну спроможність через підтримку донорів та міжнародних організацій. Такі ініціативи, як *Átlátszó*, демонструють, що розслідування можуть успішно існувати у цифровому середовищі, якщо мають аудиторну підтримку. Для України це особливо актуально у воєнний час, коли попит на контроль над

владою та прозорість рішень зростає. Важливими уроками є: перенесення розслідувань на онлайн-платформи з мультимедійними формами подачі; розвиток краудфандингу та донорських моделей підтримки журналістики; створення консорціумів розслідувальних редакцій.

3. Поєднання аналітики та доступної подачі. Угорські видання в 2000-х намагалися адаптувати аналітичні матеріали до скороченого часу споживання. Це передбачало спрощення структури статей, візуалізацію ключових тез, чіткі заголовки та використання storytelling. З огляду на сучасні українські реалії, подібна адаптація є необхідною: аналітика має бути глибокою, але поданою так, щоб конкурувати за увагу зі стрічками соцмереж.

Не варто повторювати помилки угорських контентних трансформацій:

1. Домінування сенсаційності над якістю. Прагнення угорських видавців збільшити прибуток і скоротити витрати призвело до експансії формату таблоїдів. Видання Blikk та Metropol почали задавати тон ринку, витісняючи якісні аналітичні матеріали. Внаслідок цього суспільний дискурс збіднів, а складні політичні та економічні теми подавалися поверхово та емоційно. Для України, де ЗМІ відіграють роль інформаційного фронту у війні, цей сценарій становить особливу загрозу. Небезпека полягає у: підміні аналітики «клікбейтом»; зниженні стандартів журналістської точності; втраті здатності медіа виконувати просвітницьку функцію; зростанні вразливості суспільства до маніпуляцій.

2. Руйнування розслідувальної журналістики. Після 2010 року угорські розслідувальні редакції зазнали тиску: скорочення фінансування, зміни власників, ліквідація аналітичних відділів. Наслідок — радикальне зменшення кількості глибоких розслідувань у друкованій пресі. Україні не можна дозволити повторення цього сценарію. Під час війни і після неї

потреба в контролі влади, міжнародних донорських коштів та процесів відбудови стане критичною.

3. Формування медіаландшафту, керованого однією політичною силою. Створення KESMA в Угорщині — яскравий приклад того, як централізація власності призводить до уніфікації контенту. Багато локальних видань втратили редакційну незалежність, а новини стали інструментом політичних комунікацій. Для України цей ризик є надзвичайно серйозним: централізація контенту в умовах війни може тимчасово здаватися «виправданою», але довгостроково несе загрозу демократичним процесам.

4. Витіснення якісної преси розважальними форматами. Угорські друковані ЗМІ почали втрачати якість не лише через політичний вплив, але й через ринкові чинники: дешевий розважальний контент збирав більше реклами. Це призвело до того, що серйозні теми залишалися лише в окремих нішевих виданнях. Україна має протидіяти цій тенденції, підтримуючи: суспільно важливі видання; інституції журналістської освіти; редакції, які виробляють аналітику та розслідування; медіа, орієнтовані на локальні громади.

Отже, угорський досвід демонструє, що контентні трансформації можуть бути як рушієм розвитку, так і чинником деградації медіасистеми. Для України важливо адаптувати лише ті елементи, які сприяють інноваціям і стійкості ЗМІ, уникаючи сценаріїв, які призвели Угорщину до звуження плюралізму, таблоїдизації та політичної монополізації.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило комплексно проаналізувати трансформацію угорського ринку друкованих видань після переходу до демократії та визначити особливості впливу цих процесів на журналістику. Узагальнюючи результати роботи, можна зробити висновок, що трансформація медійного простору Угорщини є багатовимірним явищем, що включає політичні, економічні, соціокультурні та технологічні чинники. Отримані дані дозволяють дати відповідь на всі поставлені завдання.

1. Аналіз історичних умов переходу до демократії в Центральній та Східній Європі показав, що зміни у медіасфері Угорщини є складовою ширших постсоціалістичних трансформацій. Угорщина, як і інші країни регіону, пройшла через демонтаж авторитарної системи, швидку лібералізацію, відкриття політичного поля та перехід до ринку. На підставі концепції *path dependence* доведено, що демократизація медіа відбувалася на тлі впливу історичної спадщини — корпоративістських моделей управління, централізованого контролю над інформацією та обмеженого журналістського автономізму, успадкованих від соціалістичного періоду.

2. Вивчення моделей трансформації медіасистем дозволило визначити, що Угорщина поєднала елементи «західноєвропейської моделі» та моделі «медіа опікунства», де формальна свобода преси поступово сусідить із політичним впливом та концентрацією власності. У перші роки після 1989 р. домінували ринкові підходи, проте в 2010-х роках відбулося різке посилення політичного контролю, що засвідчено у багатьох міжнародних дослідженнях і підтверджується в нашому аналізі.

3. Визначена специфіка функціонування преси в авторитарних та демократичних режимах показує, що угорський медіапростір пройшов шлях від лібералізації до часткової реполітизації. Демократичні медіа функціонують на принципах редакційної автономії, плюралізму й

професійних стандартів; авторитарні — на принципах контролю та залежності від політичної влади. Зіставлення цих моделей дозволило встановити, що сучасна Угорщина демонструє ознаки гібридного режиму: номінальний плюралізм поєднується з фактичною домінацією урядово-орієнтованих медіагруп.

4. Аналіз етапів розвитку угорського ринку друкованих медіа після демократизації дав змогу виокремити три ключові фази: 1) 1990-ті роки: стрімка приватизація, домінування іноземних інвесторів (Axel Springer, Ringier, WAZ), створення конкурентного ринку; 2) 2000-і роки: стабілізація ринку, формування великих медіахолдингів, поява розвинених таблоїдних форматів; 3) після 2010 р.: політична централізація, створення структур на кшталт KESMA, зменшення частки незалежної преси та посилення впливу держави на медіаринок. Це дозволяє стверджувати, що сучасний угорський ринок значною мірою залежить від політичних рішень та державного/квазідержавного медіавласництва.

5. Аналіз змін контенту провідних угорських видань (Népszabadság, Magyar Nemzet, Blikk тощо) показав чітку динаміку: у 1990-х домінувала аналітична політична журналістика; у 2000-х зростала таблоїдизація та комерціалізація; після 2010-х відбулася політизація й концентрація редакційних ліній. Закриття Népszabadság у 2016 р. стало символом згорання незалежного друкованого сегменту. Контентний аналіз доводить, що зміни у тематиці, жанровій структурі та тональностях публікацій є відображенням політичних процесів, а не лише ринкової конкуренції.

6. Дослідження впливу цифровізації та переходу до онлайн-форматів показало, що угорський ринок повторює загальноєвропейські тенденції: падіння накладів, зростання ролі інтернет-видань, перехід до мультимедійності, зменшення доходів від реклами у друкованому секторі. Інтернет-платформи стали фактичними центрами якісної журналістики, тоді як друкована преса або комерціалізувалася, або була поглинута

медіаполітичними структурами. Це свідчить, що цифровізація стала не лише технологічним викликом, а й фактором структурного перерозподілу впливів у медіасистемі.

7. Порівняння країн Вишеградської групи показало наявність спільних тенденцій: приватизація у 1990-х, сильна присутність іноземного капіталу, таблоїдизація, падіння довіри до медіа, цифровий перехід. Однак Угорщина вирізняється найвищим рівнем політичної централізації медіавласності, у той час як Польща, Чехія та Словаччина зберігають більше інституційних гарантій редакційної незалежності (хоча і там спостерігаються ризики медіакепчеру).

8. Аналіз національних особливостей угорської трансформації дозволив визначити три унікальні характеристики: швидка приватизація та домінування іноземних інвесторів у 1990-х; різкий розворот до внутрішнього політичного контролю у 2010-х; створення мегахолдингу KESMA як унікального прикладу концентрації медіа у Центральній Європі. Ці особливості демонструють гібридний характер угорської моделі: поєднання ринковості й контролю, комерціалізму та політичного впливу.

9. Розробка рекомендацій щодо адаптації угорського досвіду в Україні дала можливість визначити, що для нашої держави корисними є лише окремі елементи угорського шляху. Серед них: прозора приватизація медіавласності; регулювання концентрації медіаринку; підтримка незалежних локальних видань; розвиток цифрових редакційних моделей та мультимедійності; законодавчі гарантії редакційної автономії; підсилення ролі суспільного мовника та мережі регіональних ЗМІ. Водночас небажаними для України є моделі надмірної політичної централізації, залежності від державного фінансування та створення квазідержавних медіахолдингів.

Отже, трансформація угорського ринку друкованих видань є показовим прикладом постсоціалістичного медіапереходу, у якому ринкові

реформи поєднувалися з політичними впливами та цифровими викликами. Отримані результати засвідчують, що якість журналістики в Угорщині залежала не лише від ринку, а й від політичного контексту, інституційних гарантій, редакційної автономії, структури власності та технологічних змін. Для України цей досвід є цінним, оскільки дозволяє уникнути ризиків надмірної концентрації медіа та сформувати європейську модель незалежної, стійкої та професійної журналістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Jakubowicz K. Rude Awakening Social and Media Change in Central and Eastern Europe. *The public*. 2001. Vol. 8, 4. Pp. 59-80.
2. Boshnakova D., Dankova D. The Media in Eastern Europe. *The Media Systems in Europe*. 2020. Pp. 163-190. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-32216-7>
3. Offe C. Drogi transformacji: doswiadczenia wschodnioeuropejskie I wschodnioniemieckie. Warsaw-Kraków : Wydawnictwo Naukowe PWN. 1999. 290 s.
4. Ekiert G. Do Legacies Matter? Patterns of Postcommunist Transitions in Eastern Europe. East European Studies Program. 1999. URL : http://wwics.si.edu/ees/papers/1999/54osb_p.pdf
5. Ziółkowski M. O imitacyjnej modernizacji społeczeństwa polskiego. *Imponderabilia wielkiej zmiany*. Warszawa, Kraków : PWN. 1999. s. 38-64.
6. Rizman R. M. Intellectuals and Politics - The Case Of Slovenia (Part 2). URL : <https://www.rferl.org/amp/1342543.html>
7. Linz J. J., Alfred S. Problems of Democratic Transition and Consolidation. Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe. Baltimore : The Johns Hopkins University Press. 1996. 502 p.
8. Dobek-Ostrowska B., Głowacki M. Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On. 2016. 291 p.
9. Surowiec P., Štětka V. Introduction: media and illiberal democracy in Central and Eastern Europe. *East European Politics*. 2020. Vol. 36. Is. 1. Pp. 1-8. <https://doi.org/10.1080/21599165.2019.1692822>
10. Hallin D. C., Mancini P. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Publisher : Cambridge University Press. 2012. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>

11. Bouckaert G., Peters B. G., Verhoest K. The Coordination of Public Sector Organizations, Bouckaert G., Peters B. G., Verhoest K. The Coordination of Public Sector Organizations. DOI: [10.1057/9780230275256](https://doi.org/10.1057/9780230275256)

12. Sparks C., Reading A. Communism, Capitalism and the Mass Media. London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE Publications. 1997. 240 p.

13. McQuail D. Media Performance. Mass Communication and the Public Interest. London, Newburg Park, New Delhi : Sage Publications. 1992. 350 p.

14. Nordenstreng K. Beyond the Four Theories of the Press. *Journalism at the Crossroads. Perspectives on Research*. Tartu : Tartu University Press. 1997. Pp. 47-64.

15. Cholaj H. Transformacja systemowa w Polsce: szkice teoretyczne. Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 1998. 488 p.

16. Martin B. New leaf or fig leaf? The challenge of the new Washington consensus. URL : <https://publicworld.com/wp-content/uploads/2022/10/newleaf.pdf>

17. Vachudova M. A. EU Enlargement. *East European Constitutional Review*. 2000. Vol. 9. № 4. Pp. 64-69.

18. Jakubowicz K. Stuck in a Groove: Why the 1960s Approach to Communication Democratization Will No Longer Do. *Communication and Democracy*. Norwood, NJ : Ablex. 1993. Pp. 33-54.

19. Jakubowicz K. «Solidarity» and Media Reform in Poland. *European Journal of Communication*. 1990. Vol. 5 (2-3). Pp. 333-354.

20. Becker J. Between Censorship and Commercialization. Structural Changes in Public Sphere in Eastern Europe. *Reseaux. The French Journal of Communication*. 1995. № 2. Pp. 291-312.

21. Jakubowicz K. Lovebirds? The Media, the State and Politics in Central and Eastern Europe. *Separation of Powers and the Media*. Vol. 2. 1995. 75-93.

22. Dragomir M. Authoritarian Societies and Journalism. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.783>

23. Brüggemann M., Engesser S., Büchel F., Humprecht E., Castro L. Hallin and Mancini Revisited. Four Empirical Types of Western Media Systems. *Journal of Communication*. 2014. Vol. 64 (6). pp. 1037-1065. <https://doi.org/10.1111/jcom.12127>

24. Jebril N., Stetka V., Loveless M. Media and Democratisation: What is Known about the Role of Mass Media in Transitions to Democracy. 2013. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Media%20and%20Democratisation.pdf>

25. Levy-Pinto D. The Role of the Printed Press in the Process of Democratization: The Case of Mexico. 2017. URL : <https://utoronto.scholaris.ca/server/api/core/bitstreams/0d23b8c7-3116-4471-b07d-9c62ff00b613/content>

26. Bajomi-Lázár P. Freedom of the Media in Hungary, 1990–2002. Budapest, June 2003. URL : https://politicalscience.ceu.edu/sites/politicalscience.ceu.hu/files/basic_page/field_attachment/bajomithesisedited.pdf

27. Four Shades of Censorship State Intervention in the Central Eastern European Media Markets. URL : https://mertek.eu/wp-content/uploads/2021/10/Mertek-fuzetek_19.pdf

28. New report: Hungary dismantles media freedom and pluralism. URL : <https://ipi.media/new-report-hungary-dismantles-media-freedom-and-pluralism/>

29. Urban A. The Restructuring of the Hungarian Media System. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*. 2024. Vol. 15 (3). Pp. 25-49. DOI: 10.14267/CJSSP.2024.3.2

30. Laki M. The Evolution of the Market of the Hungarian Printing Industry after 1989: The End of a Success Story? Budapest : Hungarian Academy of Sciences, Institute of Economics. 2010. URL : <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/108187/1/MTDP1014.pdf>

31. Media Ownership and Privatisation in Central and Eastern Europe. URL : <https://cedem.org.ua/en/analytics/media-ownership-and-privatisation-in-central-and-eastern-europe>

32. Gulyas A. Structural Changes and Organisations in the Print Media Markets of Post-Communist East Central Europe. *The public*. 1999. Vol. 6 (2). Pp. 61-74.

33. Jakubowicz K. Media revolution in Europe: ahead of the curve. URL : <https://rm.coe.int/media-revolution-in-europe-web-16x24/1680984bb6>

34. Blikk. URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/Blikk>

35. Wyka A. W. Media Privatization and the Spread of Foreign Ownership in East Central Europe. URL : <https://pl.ejo-online.eu/wp-content/uploads/Media%20Privatization%20and%20the%20Spread%20of%20Foreign%20Ownership.pdf>

36. Ткач Д. І. Журналістика в Угорщині: загальне та особливе : монографія. Київ : «КРОК», 2020. 300 с.

37. Conclusions of the Joint International Press Freedom Mission to Hungary. URL : <https://www.ecpmf.eu/fact-finding-mission-hungary-2019>

38. Hungary – Media Ownership. URL : <https://media-ownership.eu/2023-edition/findings/countries/hungary>

39. Expertise by Council of Europe Experts on Hungarian Media Legislation: Act Civ of 2010 on the Freedom of the Press and The Fundamental Rules on Media Content and Act CXXXXV of 2010 on Media Services and Mass Media. URL : <https://rm.coe.int/168048c26f>

40. Bajomi-Lázár P. Particularistic and Universalistic Media Policies: Inequalities in the Media in Hungary. *Javnost - The Public*. 2017. Vol. 24 (2). Pp.162-172.

41. Press Freedom Crisis of Hungarian Countryside: Trap of One-Sided Information. URL : <https://4liberty.eu/press-freedom-crisis-of-hungarian-countryside-trap-of-one-sided-information>

42. Hungary. URL : <https://rsf.org/en/country/hungary>
43. Freedom House. URL : <https://freedomhouse.org>
44. International Press Institute. URL : <https://ipi.media>
45. Mertek Media Monitor. URL : <https://mertek.eu>
46. Népszabadság. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Népszabadság>
47. Magyar Nemzet. URL : [https://hu.wikipedia.org/wiki/Magyar_Nemzet_\(napilap,_1938–2018\)](https://hu.wikipedia.org/wiki/Magyar_Nemzet_(napilap,_1938–2018))
48. Newman N., Fletcher R., Robertson C., Eddy K., Nielsen R. Reuters Institute Digital News Report 2022. University of Oxford. 2022. URL : <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3539377>
49. Hungarian Publishers' Association. URL : <https://en.mkke.hu>
50. Stetka V., Örnebring, H. Investigative Journalism in Central and Eastern Europe Autonomy, Business Models, and Democratic Roles. *The International Journal of Press/Politics*. 2013. Vol. 18 (1). Pp. 100–117.
51. Nielsen R., Gulyás Á. Navigating digital platforms: Challenges for Central European media. *Journalism Studies*. 2020. Vol. 21 (11). Pp. 1524–1540.
52. Horn G., Lenkowski B., Prát Š., Tokár G. The State of the Media in the Visegrad Countries. Published by the Republikon institute. 2020. 47 p. URL : <https://en.republikon.hu/media/97346/Media-in-the-Visegrad.pdf>
53. Wyka A. W. On the way to dumping down ... The case of Central Europe. *Central European Journal of Communication*. 2009. Vol. 2. Pp. 133-147.
54. Esses D., Szalmáné Csete M., Németh B. Sustainability and Digital Transformation in the Visegrad Group of Central European Countries. *MDPI*. 2021. Vol. 13 (11). 5833. URL : <https://doi.org/10.3390/su13115833>
55. Polyák G. The Hungarian Media System. Stopping Short or Re-Transformation? Directions and Achievements of the Media System Transformation. *Südosteuropa. Journal of Politics and Society*. 2016. Vol. 63 (2). Pp. 272-318.

56. Macek L. What is Left of the «Visegrád Group»? URL : https://institutdelors.eu/content/uploads/2025/04/PB_210311_What-is-left-of-the-Visegrad-Group_Macek_EN.pdf

57. Czech Republic Enters Top 10 In RSF Media Freedom Index, While Slovakia Falls. URL : <https://brnodaily.com/2025/05/02/news/czech-republic-enters-top-10-in-rsf-media-freedom-index-while-slovakia-falls>

58. Czechia. URL : <https://rsf.org/en/country-czechia>

59. Eastern Europe's media in the crosshairs after USAID funding freeze. URL : <https://www.reuters.com/world/europe/eastern-europes-media-crosshairs-after-usaid-funding-freeze-2025-02-13>

60. 2024 World Press Freedom Index – journalism under political pressure. URL : <https://rsf.org/en/2024-world-press-freedom-index-journalism-under-political-pressure>

61. News digest: Slovakia nosedives in World Press Freedom Index. URL : <https://spectator.sme.sk/politics-and-society/c/news-digest-slovakia-nosedives-in-world-press-freedom-index>

62. Media Capture in the Czech Republic: Lessons Learnt from the Babiš Era and How to Rebuild Defences Against Media Capture. URL : <https://ipi.media/wp-content/uploads/2022/03/Media-Capture-in-the-czech-republic.pdf>

63. List of newspapers by circulation. URL : https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_newspapers_by_circulation

64. Newspaper circulation per 1000: Countries Compared. URL : <https://www.nationmaster.com/country-info/stats/Media/Newspaper-circulation-per-1000>

65. Ringier acquires the shares of Axel Springer in Hungary, Serbia, Slovakia, Estonia, Latvia and Lithuania. URL : <https://www.axelspringer.com/en/ax-press-release/ringier-acquires-the-shares-of-axel-springer-in-hungary-serbia-slovakia-estonia-latvia-and-lithuania>

66. Local Media for Democracy — country focus: Hungary. URL : <https://cmpf.eui.eu/local-media-for-democracy-research-results/local-media-for-democracy-country-focus-hungary>

67. Hungarian Media Laws Q&A. URL : <https://www.article19.org/data/files/medialibrary/2714/11-09-01-REPORT-hungary.pdf>

68. Barrett H. Radio Silence: EU Media Laws in the Hungarian Context. URL : <https://www.europeum.org/wp-content/uploads/hungary-media-law.pdf>

69. Monitoring the implementation of the European Media Freedom Act. URL : <https://connecteurope.eu/2025/08/08/monitoring-the-implementation-of-the-european-media-freedom-act>

70. Hungary: Fidesz is taking over the state media. URL : <https://www.osw.waw.pl/en/publikacje/analyses/2010-08-04/hungary-fidesz-taking-over-state-media>

71. Chapter 1 Hungary: Media Control and Disinformation. URL : <https://instituteofgeoconomics.org/en/research/2024112001-1>

72. The rise of KESMA: How Orbán's allies bought up Hungary's media. URL : <https://ipi.media/the-rise-of-kesma-how-orbans-allies-bought-up-hungarys-media>

73. Origo (website). URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Origo_%28website%29

74. Kárpáti J. Media Unfreedom, Hungarian Style: From «APO» to «KESMA». URL : <https://4liberty.eu/wp-content/uploads/2019/09/JANOS-KARPATI-MEDIA-UNFREEDOM-HUNGARIAN-STYLE-FROM-“APO”-TO-“KESMA”.pdf>

75. Law and Policy of the Media in a Comparative Perspective. URL : <https://www.medialaws.eu/how-the-hungarian-government-nationalized-criticism>

76. Hungary: Media Curbs Harm Rule of Law. URL : <https://www.hrw.org/news/2024/02/13/hungary-media-curbs-harm-rule-law>

77. Liberties Rule of Law Report. URL : https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/llyy84/RuleOfLaw_Report_2023_Hungary_EU.pdf

78. Bátorfy A., Urbán Á. State advertising as an instrument of transformation of the media market in Hungary. *East European Politics*. 2019. Vol. 36 (1). Pp. 1-22. DOI:10.1080/21599165.2019.1662398

79. Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів) : Закон України // Відомості Верховної Ради України, 2021, № 51, ст.4 21. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-20#Text>

80. Про національну безпеку України : Закон України // Відомості Верховної Ради, 2018, № 31, ст. 241. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>