

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

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

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

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

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

KOLONIZÁCIA MÉDIÍ ALEBO TRIUMF TRHOVEJ LIBERALIZÁCIE?

(Zahraničný kapitál v maďarských médiách)

ÁGNES GULYÁSÓVÁ

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

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

Zahraničné vlastníctvo maďarských médií

Tento príspevok sa sústreďuje na zahraničné vlastníctvo tlačенých médií, kde sa vplyv zahraničného kapitálu prejavil najvýraznejšie. Rozhlas a televízia boli privatizované neskôr ako tlač a vzhľadom na odlišný charakter svojich produktov, odlišnú štruktúru, technologické požiadavky, legislatívu a reguláciu prešli iným vývojom v postkomunistickej ére ako tlač. V čase, keď tlač už ovládali trhové sily, rozhlas a televízia boli ešte stále predmetom politického boja.

Celoštátna súkromná televízna stanica vznikla až na jeseň 1997. Od roku 1989 až do decembra 1995, keď bol konečne prijatý nový mediálny zákon, vládlo v Maďarsku moratórium na vysielacie frekvencie. Nový zákon, prijatý po šesťročných politických sporoch, ukončil štátny monopol v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania. V lete 1997 sa uskutočnila privatizácia dvoch celoštátnych vysielacích frekvencií. Obe konzorciá, ktoré získali licenciu na vysielanie, ovládajú zahraničné spoločnosti.

Postkomunistická transformácia tlačéných médií

Počas komunistickej éry bola tlač pod prísnou kontrolou komunistickej strany. Ekonomické reformy a ani vznik druhej ekonomiky, príznačný pre obdobie tzv. gulášového komunizmu v Maďarsku, sa v oblasti vydávania tlače neprejavil. Príčina bola politická. Médiá boli považované za dôležitý propagandistický nástroj komunistického režimu.

Transformácia médií bola komplexným procesom, do ktorého zasahovalo množstvo politických, ekonomických a kultúrnych faktorov. V našom výklade sa sústreďujeme na tri hlavné zmeny, ktoré boli dôležité na polozenie základov nového mediálneho systému a nevyhnutné pre možnosť akejkoľvek účasti zahraničného kapitálu v maďarských médiách.

Koniec politickej kontroly

Jednou z viacerých metód, pomocou ktorých boli médiá ovládané komunistickou stranou, bola cenzúra. Hlavné zmeny v politickej cenzúre sa udiali v roku 1988, keď bolo zrušené oddelenie agitácie a propagandy komunistickej strany, čo sa prejavilo aj v obsahu a tóne oficiálnej tlače. V jeseni 1998 dostalo licenciu na vydávanie niekoľko nezávislých novín. Posledným aktom oslobodenia tlače bolo zrušenie licenčného systému v júni 1989.

Vznik trhu

Ďalším kontrolným mechanizmom komunistickej éry bola ekonomická regulácia. Tá zanikla spolu s príchodom nového politického systému. Od 1. januára 1989 sa vydávanie tlače stalo podnikaním podľa zákona č. VI/1988 o obchodných spoločnostiach a združeniach. Tým sa vytvorili podmienky na vznik trhu. Jedným zo znakov prichádzajúcich trhových síl bola komercializácia maďarskej tlače. Noviny a časopisy čoraz viac záviseli od príjmov z reklamy.

Súkromné vlastníctvo – koniec štátneho monopolu

Aj vlastníctvo médií patrilo k mechanizmom regulácie médií v období komunistickej éry. Toto vlastníctvo sa silne koncentrovalo v rukách štátu a komunistickej strany. Tlač vlastnili a vydávali štyri štátne vydavateľstvá. V ich vlastníctve bolo aj 21 regionálnych denníkov, 96 percent týždenníkov, 78 percent mesačníkov a 91 percent ostatných periodík. Opatrenia na zrušenie cenzúry zároveň umožnili podnikanie v oblasti tlače. To prinieslo súkromné vlastníctvo periodík, ale aj privatizáciu štátom vlastnených titulov a vydavateľstiev. Privatizácia tlačového priemyslu bola rýchlym procesom, v ktorom zohrával dôležitú rolu zahraničný kapitál.

Vývoj trhu tlače

Dôsledkom už spomenutých opatrení bol rýchly rozvoj tlačového trhu. V roku 1988 začalo vychádzať 157, v roku 1989 608 a v roku 1990 575 nových titulov tlače. Potenciál otvoreného trhu tlače lákal mnohých súkromných podnikateľov. Tlač sa zdala byť výhodnou sférou pre investície nielen vzhľadom na predpokladanú možnosť hospodárskeho úspechu, ale aj s ohľadom na celkovú politickú a spoločenskú rolu tlače.

Avšak mnohé z nových titulov neuspeli a v polovici deväťdesiatych rokov zanikli. Po roku 1990 začali náklady tlače klesať a stabilizovali sa až po roku 1993. V polovici deväťdesiatych rokov bol maďarský trh tlače saturovaný. V krajine vychádzalo 14 celoštátnych denníkov, z ktorých dva boli ekonomické, jeden športový a jeden inzertný. Popri nich vychádzalo takmer 30 regionálnych denníkov. Trh týždenníkov a mesačníkov bol saturovaný stovkami titulov.

Pokles nákladov tlače v porovnaní s komunistickou érou mal niekoľko príčin. Jednou z nich bola skutočnosť, že za čias socializmu sa náklady tlače umelo udržiavali na vysokej úrovni pomocou rôznych subvencií. Keď štátne subvencie zanikli, náklady tlače sa výrazne znížili. Ďalšia príčina spočívala v tom, že vznikom trhových síl a liberalizáciou trhu tlače sa ceny novín a časopisov podstatne zvýšili, čo spôsobilo zníženie dopytu. Dôležitú úlohu tu zohrávalo aj zníženie kúpyschopnosti obyvateľstva.

Paralelne s poklesom nákladov klesali aj počty čitateľov. Najčítanejším denníkom bol a stále je bývalý denník komunistickej strany *Népszabadság* s desaťpercentnou dennou čítanosťou v prvej polovici deväťdesiatych rokov. Pre maďarskú tlač je príznačné, že väčšina súčasných celoštátnych denníkov vznikla za komunistickej éry a že z denníkov, založených po roku 1989, sa udržalo iba niekoľko. Príčinu neúspechu nových titulov treba hľadať v úspešnej transformácii starých etablovaných titulov. Všetky z nich boli pomerne rýchle sprivatizované a premenili sa na nezávislé noviny.

Z nových titulov sa presadili iba dva. Pravicový *Új Magyarorszá*g, založený v roku 1991. Má však pomerne nízky náklad a prežíva iba vďaka podpore konzervatívnych strán. Druhým je *Blikk*, tabloidný denník, ktorý v roku 1994 začala vydávať švajčiarska vydavateľská skupina Ringier. V prvých rokoch svojho vychádzania sa zaradil na druhé miesto najčítanejších maďarských denníkov.

Ďalším charakteristickým znakom maďarskej tlače je pomerne silná regionálna tlač. Medzi trinástimi denníkmi s najvyššími nákladmi je 6 regionálnych. Silné postavenie regionálnej tlače je sčasti dedičstvom komunistického režimu, sčasti ale aj výsledkom schopnosti prispôbiť sa trhovým podmienkam.

Kapacita trhu

Maďarsko s 10 miliónmi obyvateľov je malým mediálnym trhom s limitovanými možnosťami produkcie i konzumácie. Vzhľadom na svoju nedostatočnú veľkosť je viac vystavený riziku koncentrácie a monopolov. Tieto skutočnosti ovplyvnili postkomunistickú transformáciu médií a podpísali sa pod slabú ziskovosť trhu tlače. Príčiny zlej ekonomickej situácie väčšiny denníkov sú rôzne, malá kapacita trhu je iba jedným z faktorov. Ťažké ekonomické dôsledky transformácie, ako sú vysoká inflácia, nedostatok kapitálu, pokles kúpyschopnosti obyvateľstva – to všetko sťažilo situáciu mediálnych spoločností. Celosvetové zvýšenie cien papiera v prvej polovici deväťdesiatych rokov, ale aj ekonomická politika postkomunistických vlád zhoršili situáciu vydavateľov. V roku 1993 bola na tlačené produkty uvalená daň z pridanej hodnoty. Najprv 6-percentná, potom 10-percentná a v roku 1995 12-percentná. Od polovice deväťdesiatych rokov sa na trhu tlače začali prejavovať aj negatívne dôsledky poklesu príjmov z reklamy a väčšia konkurencia elektronických médií.

Vývoj zahraničného vlastníctva maďarskej tlače

Zánikom komunistického režimu a prijatím nových zákonov o zahraničných investíciách sa vytvorili podmienky prieniku zahraničného kapitálu na maďarský trh. Podmienky zakladania domácich a zahraničných spoločností sa zrovnoprávnili. Zahraničné podniky získali možnosť kupovať alebo zakladať nové noviny alebo vydavateľské podniky. Navyše vláda udelila daňové výnimky a úľavy pre podniky so zahraničným kapitálom a umožnila transfer ziskov do zahraničia. Pre zahraničné investície boli takto vytvorené liberálne a priaznivé podmienky.

Prvé zahraničné investície do maďarskej tlače prišli ešte v čase politických premien v roku 1988. Vtedy vznikol spoločný vydavateľský podnik za účasti nemeckého Springer Verlag a švajčiarskeho Ferenczy Verlag na jednej strane, a maďarskej Creditbanky a budapeštianskeho vydavateľstva Reform na strane druhej. Výraznejší prienik zahraničného kapitálu na maďarský trh sa však začal až v roku 1989.

Na trhu dennej tlače bola väčšina denníkov sprivatizovaná do konca roka 1990. Bývalý vládny denník *Magyar Hirlap* získala Mirror Holdings Ltd Roberta Maxwella koncom roku 1989. V januári 1990 kúpila spoločnosť Ruperta Murdocha News International 50 percent novozaloženého bulvárneho denníka *Mai Nap*. V tom istom mesiaci rakúska mediálna spoločnosť Denton AG uviedla na trh ďalší bulvárny denník *Kurir*. V jeseni 1990 získal Bertelsmann 41 percent najpopulárnejšieho maďarského denníka *Népszabadság*. V novembri toho istého roka zvýšil Maxwell svoj podiel na trhu maďarskej tlače kúpou jediného tabloidu z čias komunistickej éry *Esti Hirlap*. O mesiac neskôr kúpila francúzska vydavateľská skupina Hersant váženy a seriózny denník *Magyar Nemzet*.

Aj regionálna tlač sa veľmi rýchle dostala pod kontrolu zahraničných spoločností. Privatizácia regionálnych novín sa začala v apríli 1990, keď sa 7 regionálnych denníkov dostalo pod kontrolu nemeckého vydavateľa Axela Springera. Privatizácia regionálnej tlače pokračovala v septembri 1990, keď ďalších 11 regionálnych denníkov

kúpili vo verejnej súťaži rôzne zahraničné spoločnosti. Koncom roka 1990 bola väčšina regionálnej tlače pod kontrolou zahraničného kapitálu.

Zahraničné spoločnosti zohrali dôležitú rolu aj v transformácii maďarského časopiseckého trhu. Napríklad Murdochova News International získala populárny spravodajský magazín *Reform* už v roku 1990. Na časopiseckom trhu však neprevážovalo kupovanie starých titulov, ale zakladanie nových. Mnohé z nich boli kópie západných časopisov. Od roku 1990 sa na trh dostali maďarské verzie časopisov *Science*, *Burda*, *Chip*, *Popcorn*, *Pop-Express*, *Playboy*, *Business Week* a iných. V priebehu deväťdesiatych rokov ovládli maďarský časopisecký trh zahraničné spoločnosti. Najväčší podiel na trhu má Axel Springer, ktorý vlastní niekoľko týždenníkov a mesačníkov vrátane najpopulárnejšieho ženského a najčítanejšieho programového časopisu. Prostredníctvom svojej časopiseckej skupiny Grüner und Jahr ovláda značnú časť maďarského časopiseckého trhu Bertelsmann. Tretia nemecká skupina Bauer Verlag sa presadzuje najmä maďarskými verziami svojich časopisov.

Rýchle ukončenie privatizácie maďarských novín a časopisov neznamenal ukončenie zmien ich vlastníctva. Pri analýze zmien vlastníckej štruktúry možno rozlíšiť dve vlny zahraničných investícií. Prvá prišla počas politických zmien v rokoch 1989–1990 a krátko po nich. Druhá vlna zahraničného kapitálu prišla v polovici deväťdesiatych rokov. V čase druhej vlny už boli trhové sily etablované a trh tlače stabilizovaný. Zmenil sa nielen maďarský mediálny trh, ale aj motivácie a stratégie zahraničných spoločností. Druhá vlna zahraničných investícií bola výsledkom skutočnosti, že viacerí zahraniční investori z rokov 1989–1990 sa stiahli z maďarského trhu. Na trhu dennej tlače zostal iba Bertelsmann. Ako prvá odišla Mirror Holdings Ltd, ktorá predala svoje podiely Robertovi Murdochovi. Vzhľadom na nenaplnenie finančných očakávaní sa z maďarského trhu stiahol aj Murdoch a v roku 1994 aj francúzska vydavateľská skupina Hersant.

Prvá postkomunistická vláda v Maďarsku bola pravicová. Dostala sa k moci v čase, keď väčšina tlače už bola sprivatizovaná. Vzhľadom na to, že väčšina tlače bola ľavicová alebo liberálna, konzervatívna vláda mala pocit, že tlač je proti nej zaujatá. Preto keď sa z maďarského trhu stiahli viaceré zahraničné spoločnosti, vláda prostredníctvom nanovo zoštatneného vydavateľstva Hirlapkiadó odkúpila späť tri celoštátne denníky a niekoľko týždenníkov. V parlamentných voľbách 1994 zvíťazili socialisti (bývalí komunisti), ktorí spolu s liberálmi vytvorili novú vládu. So zmenou vlády sa zmenila aj politika voči tlači. Urýchlila sa privatizácia nanovo zoštatnených titulov tlače. Druhá vlna privatizácie prebehla v rokoch 1994–1995. Hoci aj v tejto vlne zohrávali dominantnú rolu zahraniční investori, presadili sa aj maďarskí podnikatelia.

Počas druhej vlny zahraničných investícií získala významný podiel na trhu dennej tlače švajčiarska JMG Ost Presse, ktorá získala dva celoštátne denníky *Magyar Hirlap* a *Mai Nap*, ako aj niekoľko týždenníkov a časopisov. V polovici deväťdesiatych rokov švajčiarska skupina Ringier spolu s americkou skupinou Gannett uviedli na trh nový denník *Blikk*. Agresívnym marketingom a reklamnou kampaňou sa nový bulvárny denník rýchle presadil na trhu a stal sa druhým najčítanejším denníkom. Ďalším významným zahraničným investorom bola kanadská skupina Hebdo, ktorá v roku 1995 kúpila populárny celoštátny inzertný denník *Expressz*. Holandská vydavateľská skupina VNU získala menšinový podiel v celoštátnom hospodárskom denníku *Világgazdaság*, odkúpila hospodársky týždenník *Figyelő*, začala vydávať týždenník pre ženy a nakúpila väčšie množstvo akcií v tlačovom priemysle.

Zahraničné vlastníctvo sa presadilo aj v ostatných sektoroch tlače. V 19 maďarských župách vychádzalo v roku 1994 29 regionálnych denníkov v celkovom náklade 1 210 000 exemplárov. Dvadsať z nich bolo vo vlastníctve zahraničných majiteľov. Druhá vlna zahraničných investícií sa na trhu regionálnej tlače výraznejšie neprejavila a dominantné postavenie troch zahraničných spoločností ešte z prvej vlny (Axel Springer, Westdeutsche Allgemeine Zeitung a Funk Verlag) zostalo zachované. V roku 1994 ovládali tieto tri spoločnosti 70 percent trhu regionálnej dennej tlače.

Relatívne statickú vlastnickú štruktúru regionálnej dennej tlače možno vysvetliť dvoma faktormi. Po prvé: trh regionálnej tlače pred rokom 1989 bol silne monopolistický. Každá župa mala svoje vlastné noviny, vydávané regionálnymi organizáciami komunistickej strany. Privatizáciou tlače sa štruktúra trhu nezmenila, len štátny monopol nahradil monopol súkromných spoločností. Po druhé: jednotlivé regionálne trhy sú natoľko malé, že nie sú schopné uživiť dva denníky, a teda nedávajú priestor pre vznik nových titulov.

Veľké zmeny štruktúry vlastníctva prebiehajú v sektore časopiseckej tlače, kde dochádza k veľkej obmene titulov. Každý rok vznikajú a zanikajú stovky titulov. Spôsobujú to relatívne – v porovnaní s denníkmi – nízke vstupné investície a menej monopolistický charakter trhu.

Motívy zahraničných investorov

Zahraničné spoločnosti investujú do maďarského tlačového priemyslu z viacerých dôvodov. Vzhľadom na malú kapacitu trhu vidina veľkých ziskov neprichádza do úvahy. Gálik a Dénes¹ hovoria o troch príčinách. Prvou je nízke riziko investícií. Druhou je faktor mosta medzi Západom a Východom a perspektíva vzniku ziskového trhu v strednej a východnej Európe. Treťou je skutočnosť, že niektoré investície boli jednoducho prestížnou záležitosťou. Niektoré západné spoločnosti investovali do maďarského trhu tlače iba preto, aby nezaostali za svojimi najväčšími konkurentmi. Iní si chceli odskúšať trh v bývalých komunistických krajinách a maďarský trh sa otvoril ako prvý. Ďalšou príčinou bola skutočnosť, že ceny privatizovaných vydavateľstiev a novinových titulov boli relatívne nízke. Tieto motívy prevažovali v prvej vlne zahraničných investícií.

V polovici deväťdesiatych rokov sa motivácia zahraničných investorov trochu zmenila. Oveľa významnejšiu rolu začali hrať dôkladne plánované stratégie a finančné úvahy. Dôležitý význam sa začal pripisovať regionálnej dominantnosti. Dobrým príkladom v tomto smere je švajčiarska skupina Ringier, ktorá sa rozhodla zaujať významnú pozíciu na stredoeurópskom trhu bulvárnej a týždennej tlače. Ďalším novým typom motivácie sa stala snaha o súbežné vlastníctvo médií. Najznámejším príkladom tejto motivácie je Bertelsmann, ktorý podniká prakticky vo všetkých mediálnych sektoroch. V Maďarsku má dôležité podiely na trhoch celoštátnej i regionálnej dennej tlače, ovláda knižné vydavateľstvo Book Club a spolu s CLT je najväčším

¹ GÁLIK, M. – DÉNES, F.: From Command Media to Media Market: The Role of Foreign Capital in the Transition of the Hungarian Media. Working paper 1992/2. Department of Business Economics, Budapest University of Economics 1992, s. 8.

akcionárom celoštátnej komerčnej televíznej stanice RTL Klub. Podobne je takmer na všetkých maďarských mediálnych trhoch zastúpený aj Axel Springer.

Stratégie zahraničných spoločností

Podobne ako v iných priemyselných odvetviach zahraniční investori buď vytvárajú spoločné podniky (joint ventures), alebo dcérske spoločnosti (pobočky) s plným vlastníctvom. Joint ventures sú vhodné pre zahraničných investorov, ktorí nepoznajú trh a potrebujú partnera s dobrými znalosťami domácich podmienok. Takto postupoval Bertelsmann v roku 1990, keď získal podiel v celoštátnom denníku *Népszabadság* a prevádzkoval ho spolu s maďarským investorom. Existujú však aj príklady spoločných podnikov dvoch zahraničných partnerov – napríklad *Blikk* vlastní Ringier s americkým Gannettom. V oblasti komerčnej televízie sa presadzujú veľké konzorciá. Spoločné podniky a konzorciá slúžia zahraničným spoločnostiam na to, aby sa podelili o riziko a náklady. Túto stratégiu vzhľadom na geografickú vzdialenosť a kultúrne rozdiely uplatňujú pri investíciách v Maďarsku alebo v iných krajinách strednej a východnej Európy najmä americké spoločnosti.

Okrem spoločných podnikov zakladajú zahraniční investori dcérske spoločnosti alebo pobočky svojich vlastných podnikov. Takéto podniky sú výhodné za predpokladu, že chcú zaujať miesto medzi dominantnými aktérmi na trhu, dobre poznajú trh, rozhodli sa pre dlhodobú strategickú alebo prestížnu investíciu. V prípade takejto stratégie sa môžu rozhodnúť medzi založením nového podniku (tlačového titulu) alebo prevziať už existujúci. Zahraničné spoločnosti založili na maďarskom tlačovom trhu množstvo nových titulov, mnohé z nich ako kópie už existujúcich titulov v západnej Európe. Túto stratégiu volí švajčiarska vydavateľská skupina Ringier, ktorá podľa vlastného najväčšieho švajčiarskeho denníka *Blick* vydáva podobné bulvárne denníky nielen v Maďarsku (*Blikk*), ale aj v Čechách (*Blesk*). Ringier takto postupuje aj pri vydávaní časopisov. Švajčiarsky hospodársky magazín *Cash* sa stal modelom pre produkty tohto vydavateľstva v Českej republike, na Slovensku, v Rumunsku, Maďarsku, Bulharsku, Poľsku, ba dokonca aj v Číne.

Ak zahraničné spoločnosti vytvárajú svoje dcérske spoločnosti prevzatím existujúcich vydavateľských podnikov (titulov), obyčajne používajú dve taktiky. Buď odkúpia úspešný podnik (titul) a využívajú jeho dobrú pozíciu na trhu, alebo kúpia stratový podnik a snažia sa z neho urobiť ziskový. Rupert Murdoch uplatnil prvú taktiku v roku 1990, keď kúpil denník *Mai Nap* a týždenník *Reform*. V tom čase boli oba tituly ziskové. Keď však začali strácať svoje postavenie na trhu, Murdoch ich predal. Marquard postupoval ináč. V roku 1991 získal denník *Magyar Hírlap*, ktorý bol vtedy stratový. Po roku agresívneho marketingu a reklamy začal byť denník ziskový.

Dôsledky zahraničného vlastníctva na maďarské médiá

Dôsledky zahraničného kapitálu a vlastníctva na domáci priemysel a hospodárstvo bývajú protirečivé. Obzvlášť v takej citlivej oblasti, ako sú médiá, kde okrem ekonomických aspektov treba brať ohľad aj na kultúrne a politické aspekty. Zahraničné vlastníctvo nezostalo bez vplyvu na maďarský mediálny trh, stalo sa charakte-

ristickou črtou postkomunistického mediálneho trhu. Zasiahlo aj do obsahu médií. V rukách zahraničných majiteľov sa mnohé tituly obsahovo reštrukturalizovali, zaviedli sa nové rubriky a špeciálne prílohy. Celkovo môžeme hovoriť o pozitívnych i negatívnych dôsledkoch zahraničného vlastníctva maďarských tlačených médií.

Pozitívne dôsledky

1. Zahraničné spoločnosti pomohli pri etablovaní sa trhových síl a urýchlili proces privatizácie.

2. Zahraniční majitelia priniesli na trh kapitál. Jedným z hlavných problémov maďarskej tlače, najmä počas prvej etapy postkomunistickej transformácie, bol nedostatok financií a kapitálu. Zahraničné investície priniesli potrebný kapitál, ktorý umožnil technologický rozvoj a celkové skvalitnenie vydavateľskej činnosti zavedením počítačov a moderného technického vybavenia.

3. Zahraničné vlastníctvo zároveň znamenalo nezávislosť periodika od maďarských politických síl a tlakov. To bola tiež hlavná príčina, prečo novinári a verejnosť privítali zahraničné investície v tejto oblasti. V podmienkach bývalých komunistických krajín je politická nezávislosť dôležitým aspektom. Vzhľadom na komunistickú minulosť redakčná nezávislosť sa javila ako najdôležitejšia črta postkomunistického mediálneho systému.

4. Zahraničné mediálne spoločnosti priniesli svoje vlastné riadiace a podnikové štruktúry a svoj vlastný know-how. To umožnilo maďarským vydavateľom a šéfredaktorom osvojiť si nové praktiky, získať skúsenosti a prispôbiť sa tak novým trhovým podmienkam.

Negatívne dôsledky

1. Dominantnosť zahraničného vlastníctva sa často chápe ako ohrozenie národnej kultúry. Kritici zahraničných investícií tvrdia, že zahraničné spoločnosti sa nedokážu identifikovať s národnou kultúrou. Frázy ako mediálny imperializmus alebo kultúrna závislosť súvisia s tvrdením, že ekonomická a kultúrna moc médií rozvinutých krajín vedie ku globálnej nadvláde a dostáva médiá a kultúry ekonomicky menej rozvinutých krajín do vzťahu závislosti.² Na podporu tejto tézy výskumníci zvyčajne poukazujú na nerovnovážny tok mediálnych a kultúrnych produktov, čiže televíznych programov, spravodajstva, kníh, časopisov, reklamy a týmto produktom zodpovedajúcich hodnôt a životného štýlu medzi rozvinutými a rozvojovými krajinami.³ Ak posudzujeme vplyv globálnych médií na maďarské médiá a kultúru v postkomunistickej ére, vidíme dôkazy, ktoré potvrdzujú platnosť tézy o mediálnom imperializme. Nemožno nevidieť, že postkomunistické médiá príliš často obhajujú západné, najmä americké hodnoty. Napríklad v maďarskej televízii celkom jednoznačne prevládajú zahraničné programy. V knižnej kultúre poklesol záujem o národnú literatúru a na knižnom trhu dominujú anglosaské bestsellery.

Treba však vidieť aj skutočnosť, že internacionalizácia maďarských médií nie je len výsledkom zahraničného vlastníctva. Globalizácia a internacionalizácia médií a kultúry je všeobecným a celosvetovým javom. Zahraničné vlastníctvo médií a vznik

2 HERMAN, E. S. – McCHESNEY, R. W.: The Global Media. London, Cassell 1997, s. 152.

3 GOLDING, P. – HARRIS, P.: Beyond Cultural Imperialism: Globalisation, Communication and the New International Order, London, Sage 1997.

nadnárodných mediálnych spoločností je iba súčasťou tohto procesu. Je jasné, že zahraničné vlastníctvo urýchľuje integráciu Maďarska do globálnej mediálnej a kultúrnej siete. Na týchto zmenách sa však podieľajú aj maďarskí majitelia a prevádzkovatelia médií.

2. Silné zahraničné mediálne spoločnosti môžu znamenať nebezpečenstvo pre domáce firmy, ale aj celkovo brzdiť rozvoj silného národného mediálneho priemyslu. Domáce, zvyčajne menšie a finančne slabšie podniky iba s problémami sú schopné konkurovať spoločnostiam so zahraničným kapitálom. V mnohých prípadoch sa zahraničné spoločnosti zameriavajú na najlukratívnejšie a najziskovejšie segmenty trhu tlače a rizikové oblasti prenechávajú domácim investorom. V dôsledku toho mnohé domáce spoločnosti zostávajú podkapitalizované.

Zahraničné vlastníctvo môže viesť k vyššej koncentrácii na trhu tlače. Keďže zahraničné spoločnosti sú obvyčajne väčšie a finančne silnejšie ako domáce firmy, vzniká priaznivá situácia pre vznik monopolov. Zásluhou silných zahraničných spoločností sa prejavuje aj tendencia po koncentrácii súbežného vlastníctva. Maďarský mediálny trh je náchylný na koncentraciu aj preto, že regulačné orgány sú slabé a trhová regulácia je nedostatočná.

Záver

Pre zahraničné mediálne spoločnosti predstavovali bývalé komunistické krajiny nové trhy s istým finančným potenciálom. V prípade Maďarska zahraničné spoločnosti ovládli ako prvé tlačené médiá. Pre maďarské tlačené médiá boli zahraničné investície pomocným mechanizmom v procese prechodu na trhové hospodárstvo. Sčasti pre nedostatok domáceho kapitálu a sčasti ako možnosť záruky politickej nezávislosti. Zahraničné vlastníctvo médií však so sebou nesie aj negatívne dôsledky. Nespochybniteľný je jeho vplyv na národnú kultúru a koncentraciu trhu. Tým sa však treba zaoberať na politickej úrovni. Jednako v prvých rokoch postkomunistickej transformácie médií malo zahraničné vlastníctvo viac pozitívnych ako negatívnych dôsledkov. Určite k nim patrí fakt, že jeho zásluhou sa tlačené médiá dostali spod vplyvu štátu a politických strán, čo prispelo k rozvoju ich liberálnodemokratických funkcií.

Z anglického originálu Ágnes Guylás: Media Colonisation or the Triumph of Market Liberalisation? (Foreign Capital in the Hungarian Media) preložil a upravil Samuel Brečka.

ÚSPECH A ZLYHANIE PRVÝCH ZAHRANIČNÝCH INVESTÍCIÍ DO UKRAJINSKÝCH MÉDIÍ

IRINA POLAKOVÁ

Ukrajinský trh s viac ako 50 miliónmi obyvateľov je pre zahraničných investorov pomerne atraktívny. Avšak doterajšie zahraničné investície tomu nezodpovedajú. Na vine tohto stavu sú prevažne objektívne príčiny, predovšetkým nedokonalý daňový a cenový systém, ale aj korupcia. S týmito problémami zápasia všetci podnikatelia