

## МЕДІА ЯК РЕСУРС ВПЛИВУ ТА УТРИМАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ВЛАДИ

Актуальність вивчення проблеми використання засобів масової інформації у політичних цілях не викликає жодних сумнівів. На сучасному етапі ЗМІ прийнято вважати четвертою владою адже саме вони мають широкий вплив на громаду за допомогою потоку інформації, яку вони надають та її аналітики.

У комунікації, медіа (англ. media – засоби, способи) – це канали та інструменти; їх використовують, щоб зберігати, передавати й подавати інформацію або дані. Медіа часто згадувано як синонім до мас-медіа або новинних медіа, але в ширшому користуванні вони означають єдине середовище; його використовують, щоб передавати будь-які дані в яких-будь цілях [3].

Перш за все, слід сказати кілька слів про те, якого роду є влада медіа. На відміну від влади над фізичними проявами людини (обмеженням його проявів у просторі та часі) засоби масової інформації заволодівають душею і помислами така влада є куди більш потужною і всепроникною. Суспільство має віддавати собі звіт в тому, що ЗМІ застосовують нові інформаційні технології, можуть бути використані для контролю над діями і думками людей. ЗМІ відіграють не останню роль у підготовці легко керованого, маніпульованого суб'єкта політичного процесу.

Відповідно до «Загальної декларації прав людини», «Конвенції про захист прав людини і особистих свобод» та «Конституції України», кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб і на свій вибір [2]. Власне це є основним законодавчим забезпеченням діяльності медіа.

Функціонування медіа в Україні має свої особливості, які пов'язані з їхніми власниками, загальною політичною ситуацією в державі та значним впливом Росії. Так, Роман Андрейко, керівник телеканалу «24», вважає, що зараз в Україні відбувається медіаокупація: «Насправді в Україні досі існує п'ята колона, яка володіє дуже серйозними медіаресурсами і може впливати на те, що відбувається в державі». Ще один аспект, на його думку, пов'язаний із загальною болючою для України проблемою корупції. На його думку, багато інвесторів бояться корупції: «Медіаінвестори з'являться в Україні, як тільки побачать можливість зайти на некорумпований ринок, де можна буде на прозорих умовах працювати і заробляти, тим більше, якщо цей ринок матиме перспективу росту» [4]. Розглянемо деякі факти. Так, переважно власниками українських медіа груп є українські олігархи, які нерідко використовують ЗМІ для впливу на політичний процес в Україні та формування громадської думки.

<b>9 власників українських медіа груп</b>	
Група «Приват» (Ігор Коломойський) Олексій Мартинів, Геннадій Боголюбов.	Телеканали «1+1», «2+2», «ТЕТ», УНІАН, «Ukraine Today», «1+1 International», інтернет-сайти «Главред.info», та інші.
GDF Media Limited (Дмитро Фірташ, Сергій Львовичкін)	«Inter Media Group» (телеканали «Інтер», «Enter-фільм», «К1», «К2», «Мега», «НТН», «Інтер +».
Олександр Янукович	Телеканал «TONIS» (ТОНІС – Творче Об'єднання Нових Інформаційних Систем або Твій Об'єктивний Надійний Інформований Співрозмовник).
ТРК «Люкс» (Андрейко Роман, Андрій Садовий)	ТРК «Люкс» (приватне акціонерне товариство «Телерадіокомпанія «Люкс»): Радіо «Lux-FM», інтернет-газета «Zaxid.net», телеканал «24», «Радіо 24», «Football 24» та рекламне агенство «Люкс».
«EastOne Group» (Інвестиційно-консалтингова група) Віктор Пінчук,	«StarLightMedia» – найбільша медіагрупа України: телеканали СТБ, «Новий Канал»,

Геннадій Газін, Кіріл Рубінський.	«ICTV», «М1», «М2», «QTV», газета «Факти і коментарі», «Інвест-Газета» .
Димінський Петро Петрович	Телеканал «Zik».
Петро Порошенко	Телеканал « 5 канал».
Медіа Група Україна, акціонером якої є «Систем Кепітал Менеджмент» Ріната Ахметова.	«Футбол 1» , «Футбол 2», ТРК «Україна».

Єдиним державним телеканалом є Телеканал UA : «Перший національний». [7].

Коротко проаналізуємо щодо політичної заангажованості діяльність трьох із вищезазначених медіа-груп: - «1+1 media», «5 канал» та «ТРК Україна».

Так, як показує моніторинг інформаційних новин, канал часто активно піарить свого власника Ігоря Коломойського та його новоствореної політичної партії «Укроп». Також на каналі часто зустрічаємо рекламу приватного курорту Ігоря Коломойського «Буковель» [8].

На каналі «Україна» часто фігурує соратник Ріната Ахметова – Вадим Бойченко, який розповідає про перспективи майбутніх інфраструктурних проектів у децентралізованому Донбасі, коли йому нададуть особливий статус. Також у ефірі традиційно з'являються піар-сюжети про гуманітарну допомогу Р. Ахметова для жителів Донецької та Луганської областей, які проживають в зоні АТО [8, 5].

Щодо «5 каналу», то інформаційний випуск «Час новин» регулярно висвітлює політичну діяльність Петра Порошенка та його близького оточення. Наприклад, активну дипломатичну боротьбу проти Росії, чи непричетність Петра Порошенка до політичних скандалів, зокрема справи одного із його найближчих соратників Ігоря Кононенка (використано матеріал випуску новин на «5 каналі» за 08.02.16 – 10.02.16) [8; 4].

Отже, можемо зробити висновки - той, хто вклав гроші в бізнес (в даному випадку - у медіабізнес) і, відповідно, є його власником, природно, буде робити все для того, щоб його інвестиція принесла йому саме таку віддачу, на яку він (чи вона) розраховує. Але неприйнятним є в сучасному демократичному світі використання медіа у політичних цілях. Це притаманно тоталітарними та авторитарним політичним режимам. Вплив власників на ЗМІ перестане бути значним, коли медіа стануть власне бізнесом. Коли репутація медіа стане підґрунтям реального бізнесу, тоді ЗМІ зможуть відповідати власнику, що не ризикуватимуть нею, оскільки стануть збитковими. Разом з тим, необхідно зазначити що в Україні медіа приносять своїм власникам прибуток, але вільнішими від цього не стали. Хоч би скільки заробляв телеканал «Україна» чи «1+1», власники можуть отримати набагато більші прибутки, використовуючи медіаресурс як знаряддя політичного впливу чи зброю в корпоративній війні. На даний час цим питанням займається Комісія з журналістської етики, діючий орган саморегулювання ЗМІ [4]. Наразі вони працюють над декларуванням стандартів та принципів діяльності ЗМІ аби полегшити роботу працівникам медіа та понизити вплив на них власників.

### Література

1. Андрущенко В. Політологія: наука про політику: Підручник для вищої школи / Василь Григорович Кремень (ред.), Микола Іванович Горлач (ред.). – 3. вид., виправ. та доп. – К.; Х. : Єдинорог, 2001. – 640с.
2. Бебик В. Про деякі особливості масової політичної свідомості України / В. Бебик, О Василюшина, К. Сенічева // Практична психологія та соціальна робота. - 2008. - № 2. - С. 70-72.
3. Основы радиожурналистики [под. ред. Э.Г. Багирова, В.Н. Ружникова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 264 с.
4. Стукало Анна «Українські медіа як бізнес: проблеми і перспективи» Українські медіа як бізнес: проблеми і перспективи – європейська обсерваторія журналістики – ЕЮ/ Анна Стукало. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ua.ejo-online.eu/1986/>
5. Андрейців Ірина «В режимі очікування: моніторинг теленовин за 8-13 лютого 2016 року» – Медіаграмотність / Ірина Андрейців. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/daily\\_news/v\\_rezhimi\\_ochikuvannya\\_monitoring\\_telenov\\_in\\_zh\\_813\\_lyutogo\\_2016\\_roku/](http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/daily_news/v_rezhimi_ochikuvannya_monitoring_telenov_in_zh_813_lyutogo_2016_roku/)
6. Детектор медіа [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/113238/2016-03-02-zaboronu-kritiki-vladi-dlya-derzhsluzhbiv-kritikuyut-saakashvili-i-zakhidni-zmi/>

7. Леусенко Олег Кому належать українські ЗМІ? (список власників) / Олег Леусенко. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://antikor.com.ua/articles/26609komi\\_nalehatj\\_ukrajinsjki\\_zmi\\_spisok\\_vlasnikiv](http://antikor.com.ua/articles/26609komi_nalehatj_ukrajinsjki_zmi_spisok_vlasnikiv)
8. Окремі випуски новин на телеканалах «1+1», «5 канал», ТРК «Україна» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tsn.ua/video/video-novini/artek-bukovel-priumatime-ditey-terer-i-vzimku.html>
9. Рудакевич О. М. Комунікативна модель національної політичної культури / О. М. Рудакевич // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. Політологія. Соціологія. Філософія. – 2010. – Вип. 14. – С. 49–53.
10. Томахів В. Я. Політологічні аспекти державного управління [Текст] : навч. посіб. / В. Я. Томахів. – Тернопіль: ТНЕУ, 2015. – 224 с.
11. Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної української нації: монографія / Гончарук Т. В., Гнасевич Н. В., Гурик М. І., Рудакевич О. М., Томахів В. Я., Чигур Р. Ю., Шумка М. Л.; кер. авт. кол. О. М. Рудакевич. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – 255 с.