

## **Структура медіа власності в Україні: політичний аспект**

**Діана Дуцик**, викладач Могилянської школи журналістики, шеф-редактор інтернет проектів «Главред» та журналу «Главред»

Формування структури медіавласності в незалежній Україні – складний і довготривалий процес, який ще не завершився. Його можна розділи на декілька етапів, які певною мірою у часових рамках співпадають з термінами президентства Леоніда Кравчука, Леоніда Кучми та Віктора Ющенка. У першу чергу мова йтиме про загальнонаціональні суспільно-політичні медіа. Адже вони фактично є основними акторами на інформаційному полі в періоди політичної активності через свій вплив на суспільну думку. Аналіз структури медіавласності в Україні будується на інформації з відкритих джерел.

**Отже, перший етап – початок 90-их років ХХ століття, період президентства Леоніда Кравчука.**

В радянські часи всі українські медіа (як загалом радянські) були під контролем держави та КПРС: фактичним засновниками у друкованих медіа виступали різні структури Комуністичної партії та комсомолу, і фінансування йшло саме через ці структури; радіо та телебачення були повністю у державній власності та фінансувалися із бюджету [Кулик, 2, 180]. Окрім того, кількість видань та мовників обмежувалася. Так, в радянській Україні існувало лише два телеканали та три радіостанції. Кількість центральних республіканських газет також була незначною. Певна демократизація медіа відбулася в період «перебудови» Михайла Горбачова. У 1990 році був прийнятий закон «Про пресу та інші засоби масової інформації», який проголосив свободу слова, заборонив цензуру та дозволив виступати засновниками медіа не лише партійним структурам, а й іншим організаціям, державним та приватним підприємствами, і навіть окремим громадянам. [Кулик, 2, 185].

Незалежна Україна фактично успадкувала систему радянських партійних медіа. Але паралельно створювалися інші медіа. По-перше, легалізовувалися деякі підпільні видання. Це була преса, яка видавалася підпільно в радянські (переважно «перебудовні») часи українськими дисидентами. Наприклад, таким чином виникла популярна і уже легендарна для українського медіасередовища львівська газета «Пост-поступ», яку редагував Олександр Кривенко (український журналіст, загинув у 2003 р.). Також засновниками нових медіа часто виступали різні громадські організації або нові українські партії. Наприклад, Українська республіканська партія під керівництвом колишнього дисидента Михайла Гориня (газети «Тернистий шлях», «Самостійна Україна») чи Народний Рух України під керівництвом В'ячеслава Чорновола (газета «Час», яка довгий час зберігала популярність). У той же час деякі державні (тобто колишні партійні) та комунальні медіа переходили у власність трудових колективів самих редакцій.

На початку 90-их український парламент також ухвалив низку законів, які закріплювали свободу слова та демократичний розвиток медіа.

**Другий етап, середина 90-их рр. – початок 2000-них, період президентства Леоніда Кучми.**

Отже, перехід від планової економіки СРСР до вільного ринку змусив медіа знаходити альтернативні державним джерела фінансування. Середина 90-их – час появи великих

власників, які накопичували різними, не завжди легальними, шляхами власний капітал. Цей процес завершився формуванням великих фінансово-промислових груп, які зосредили у своїй власності значні медіаактиви. Розпочалася концентрація медіаресурсів, що продовжується й до тепер.

У цей період часу було засновано більшість українських медіа, які до сьогодні зберігають свій вплив на політику та суспільне життя. Наприклад, тижневик «Дзеркало тижня» (1994), щоденна газета «День» (1996), телеканали «1+1» (1995) та «Інтер» (1996), сайт Korrespondent.net (2000) та журнал «Кореспондент» (2002).

Але прихід приватного капіталу в українські медіа мав свої негативні сторони. По-перше, медіа, як і інші суб'єкти господарських відносин, працювали за тіньовими схемами. Часто ЗМІ де-юре перебували у власності трудового колективу, але де-факто знаходилися під впливом того чи іншого бізнесмена чи фінансово-промислової групи, які надавали медіа так звану «спонсорську» допомогу. По-друге, великі власники, які мали свої політичні інтереси, або й самі були політиками, часто розглядали пресу та телебачення не як бізнес, а лише як інструмент впливу на громадську думку та інструмент захисту від тиску держави. Експерти та оглядачі називають цей період початком «кланізації» або «олігархізації» медіа [Дуцик, Піховшек, Кулик] та пов'язують цей процес насамперед із прізвищем тодішнього прем'єр-міністра Павла Лазаренка (1996-1997 рр.), який згодом був заарештований у США і засуджений за корупцію. По-третє, часто політичні сили засновували видання (у першу чергу йдеться про друковані) спеціально задля використання їх у виборчих кампаніях, демпінгуючи ціну видання на ринку та штучно роздуваючи наклад задля безкоштовної роздачі. Це ставило інші медіа у нерівні ринкові умови і унеможлиблювало нормальну конкуренцію. По-четверте, діючи тоді влада посилювала тиск на українські медіа, який часто здійснювався опосередковано через тиск на власників та на їхній бізнес.

### **Третій етап, 2005-2010 рр., президентство Віктора Ющенка.**

Були сподівання, що серйозно покращити клімат на медіаринку зможе прихід іноземного капіталу, який не має політичних інтересів в Україні і розглядатиме медіа виключно як бізнес. У першу чергу йдеться про західні інвестиції, оскільки російський капітал присутній на українському медіаринку давно. Росіяни або володіють частиною акцій у впливових виданнях, як, наприклад, у щоденній газеті «Известия в Украине», або в газетах «Аргументы и факты в Украине» та «Комсомольская правда в Украине», або є одноосібними власниками, як наприклад, у газеті «Коммерсант-Украина» (власник - російський бізнесмен Алішер Усманов).

З приходом до влади Віктора Ющенка західні інвестори проявили інтерес до України. Так, наприклад, щоденна газета «Дело» була створена за участю німецьких (видавництво Handelsblatt Publishing Group) та чеських інвестицій (видавництво Economica a.s.), у жовтні 2005 року вийшов перший номер. Проте попрацювавши на українському ринку деякий час, німецькі та чеські інвестори змушені були продати свою частину акцій українським партнерам, зокрема "Українській інвестиційній газеті" в особі Ігоря Ляшенко. Корупція, складні умови дистрибуції, а також політична нестабільність - чинники, які фактично унеможлиблюють перетворення будь-якого медіа на прибутковий бізнес. Нічим також завершилася спроба польської «Агори» вийти на український ринок суспільно-політичних

видань (ця компанія вела переговори про купівлю одного з найвпливовіших політичних сайтів «Українська правда»). «Агора» змінила тактику і вирішила піти в розважальну нішу, запустивши низку вузькоспеціалізованих ігрових інтернет-проектів. Варто зауважити, що західні інвестиції в Україні (Burda, Edipress, Hashette та інші) успішно працюють у розважальному сегменті медіа, зокрема на ринку глянцевого ЗМІ. Але доля західних інвестицій в суспільно-політичні та інформаційні медіа незначна, оскільки ця діяльність пов'язана із значними ризиками, як політичними, так і економічними.

Чи не єдиним успішним медіахолдингом з іноземним (американським) капіталом є видавничий холдинг KP Media (створений у 1995 році), власником якого є Джед Санден, і в який входить провідний новинний журнал «Кореспондент». Цей холдинг зміг втриматися на українському ринку, незважаючи на те, що його власник зазнавав тиску з боку влади за часів президентства Леоніда Кучми. Так, у 2000-му році Джед Санден був оголошений персоною нон-грата.

Хоча в період президентства Віктора Ющенка медіа та їх власники не зазнавали великого тиску з боку влади, проте тривав процес перерозподілу медіавласності та процес укрупнення медіагруп, який розпочався ще в часи президентства Леоніда Кучми. Саме в цей період два найбільші українські телеканали, «Інтер» та «1+1», змінили власників.

Зміна власника телеканалу «Інтер», який сьогодні (дані за вересень 2010 р.) займає першу позицію в рейтингу GfK Ukraine, супроводжувалася низкою скандалів. Цей процес, який розпочався у 2005 році, відбувався за участю провідних українських політиків і крупних російських бізнесменів, та був лише частиною бізнес-домовленостей, пов'язаних із перерозподілом активів металургійних та феросплавних підприємств [Наєм, Лещенко, 4]. У результаті складних і непрозорих схем канал опинився у власності Валерія Хорошковського, який при президенті Януковичі очолив Службу безпеки України. Свого часу розслідування обставин зміни власника «першої кнопки» країни вимагала прем'єр-міністр Юлія Тимошенко та її фракція у парламенті. Оскільки, за висновками експертизи Мінюсту, підпис попереднього власника каналу Ігоря Плужникова (який на момент підписання угоди був дуже хворий та перебував у лікарні, а згодом помер) міг бути підроблений. Була навіть створена спеціальна парламентська комісія, яка вивчала це питання. Проте Валерій Хорошковський зберіг контроль над телеканалом «Інтер». Цей приклад ще раз доводить, що великий медіабізнес в Україні не може існувати поза політикою та перебуває під сильним тиском її поля.

Також змінився власник телеканалу «1+1» (третє місце у рейтингу GfK Ukraine за вересень 2010 року). У квітні 2010 року американська компанія Central European Media Enterprises Ltd (CME) оголосила про закриття угоди про продаж 100% своїх українських активів, що включають «Студію 1+1» та «Кіно», компанії Harley Trading Limited, бенефіціаром якої є Ігор Коломойський. Ще раніше цей бізнесмен викупив частину акцій «1+1» у Бориса Фуксмана та Олександра Роднянського, які були засновниками цього каналу.

Треба відзначити, що якщо у 90-их роках бізнесмени приховували, що вони є власниками (або мають вплив) тих чи інших ЗМІ, то в останні роки ця тенденція змінилася. Більшість крупних медіа власників відкрито заявляють про володіння медіаактивами. Окрім того, з 10 грудня 2008 року Міністерство юстиції України відкрило доступ до Державного реєстру

друкованих ЗМІ та інформаційних агентств. На сайті <http://dzmi.informjust.ua> можна отримати наступну інформацію: серію та номер свідоцтва про реєстрацію, дату реєстрації, вид видання, дані про засновників. Інформацію про засновників та власників електронних медіа (ТВ та радіо) можна знайти на сайті Національної ради з питань телебачення та радіомовлення за адресою <http://www.nrada.gov.ua/ua/derzhavniyreestr.html>. Національна рада з питань ТБ та РМ, керуючись законом «Про телебачення і радіомовлення», зобов'язана надавати відомості про власників. Проте вона володіє лише інформацією щодо безпосередніх засновників та учасників телерадіоорганізації. Цієї інформації недостатньо, щоб скласти повне уявлення про власника ЗМІ. Інститут медіа права у своєму звіті про стан прозорості медіа власності в Україні зазначав, що відкритість інформації про українських учасників телерадіоорганізацій не знімає основну проблему прозорості. Адже у структурі власності телерадіоорганізацій майже завжди фігурують іноземні компанії. «При цьому найчастіше цими іноземними компаніями виступають організації, зареєстровані в офшорних зонах. Це означає, що юридичних механізмів дізнатися, хто заснував такі компанії не існує, адже закритість інформації про засновників офшорів є одним з принципів діяльності таких компаній» - зазначається у звіті [4].

Загалом на сьогодні можна виділити сім основних медіагруп, в яких сконцентровано суспільно-політичні ЗМІ України.

## Державні ЗМІ

<b>ЗМІ, якими володіє</b>	<p>Національна телекомпанія України (Перший національний канал);          Національна радіокомпанія України (здійснює мовлення по трьох каналах в Україні та ще по одному – на зарубіжну аудиторію);          ДТРК «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення»;          ДТРК «Культура»,          Дирекція телерадіопрограм Верховної Ради України;          Обласні державні телерадіокомпанії (ОДТРК);          газета «Урядовий кур'єр» (видання Кабінету міністрів);          газета «Голос України» (видання Верховної Ради);          вісники різних державних установ.</p>
<b>Окремі зауваження</b>	<p><b>Перший національний канал</b> - єдиний в Україні телевізійний канал, який забезпечує покриття 97% території держави. Формально підпорядкований Кабінету міністрів, але реально знаходиться під впливом Адміністрації Президента.</p>
<b>Політичні преференції</b>	<p>Віце-президент НТКУ Валід Арфуш заявив, що Перший національний має висвітлювати діяльність влади лише у позитивному ключі, і що «має підтримувати владу, а влада повинна знати, що Перший національний завжди її захищатиме» (цитата агентства УНІАН від 30 липня 2010 р.)</p>

## Група Валерія Хорошковського. Медіагрупа U.A.Inter Media Group Limited (заснована у 2005 році)

<b>ЗМІ, якими володіє</b>	<p>61% акцій «Української незалежної ТВ-корпорації» (телеканал «Інтер»);          90% «Кіно-ТВ» (телеканал «Ентер Фільм»),</p>
---------------------------	--

	<p>90% «Музика-ТВ» («Ентер Музика»), телеканали «К1», «К2», «Мегаспорт», 60% телеканалу «НТН», 99% інформаційного агентства «Українські новини» інші медіаактиви</p>
<b>Окремі зауваження</b>	<p>Канал «Інтер» є найвпливовішим приватним телеканалом і займає першу позицію у рейтингу GfK Ukraine. На цьому каналі виходить політичне ток-шоу «Велика політика з Євгеном Кисельовим»;</p> <p>Агентство «Українські новини» працює на інформаційному ринку України з 1993 року й впевнено займає провідну позицію серед основних постачальників ділової й політичної інформації про Україну</p>
<b>Політичні переваги</b>	<p>Станом на 2010 рік – у першу чергу канал «Інтер» не приховує симпатій до діючої влади, у новинах позитивне висвітлення діяльності президента Віктора Януковича та Партії регіонів, критика влади практично відсутня, натомість критичні до опозиції.</p>

### Група Віктора Пінчука

<b>ЗМІ, якими володіє</b>	<p>Телеканал «Новий»; Телеканал ICTV; Телеканал СТБ; Щоденна газета «Факты и комментарии»; Тижнева газета «События и люди»; Контрольний пакет акцій видавництва «Економіка»: щоденна газета «Дело», журнал «Інвест-газета» та інші нішеві ділові видання; Частина акцій музичних каналів М1, М2 Частина акцій в радіомережах «Русское радио», Хит-FM, Kiss-FM</p>
<b>Окремі зауваження</b>	<p>Канали «Новий», СТБ та ICTV є каналами другого ешелону та займають різні позиції у першій десятці рейтингу GfK Ukraine. На ICTV виходить політичне ток-шоу «Свобода слова з Андрієм Куликовим»</p>
<b>Політичні переваги</b>	<p>Станом на 2010 рік – політичні переваги групи телеканалів Пінчука досить відрізняються. Якщо новини телеканалу СТБ залишаються найбільш збалансованими з усіх теленовин, у них присутня критика влади, то новини на ICTV навпаки лояльні до влади.</p> <p>Натомість у програмі «Свобода слова» рівною мірою представлені позиції і влади і опозиції.</p>

### Група Ріната Ахметова

<b>ЗМІ, якими володіє</b>	<p>Телеканал «Україна» (99,93% акцій належить компанії СКМ); Щоденна газета «Сегодня»; Регіональна газета «Салон Дона і Баса»; Сайт «КІД» (<a href="http://zadonbass.org">http://zadonbass.org</a>)</p>
<b>Окремі зауваження</b>	<p>Газета «Сегодня» - одна із найпопулярніших та тиражних газет (наклад 106 000)</p> <p>Канал «Україна» спочатку створювалася як донецька компанія, яка згодом переросла у загальнонаціональну, станом на</p>

**Політичні  
преференції**

вересень 2010 року перебуває на п'ятій позиції рейтингу GfK Ukraine.  
На цьому каналі виходить політичне ток-шоу «Свобода Савіка Шустера».

У теленовинах – лояльні до влади. У ток-шоу Савіка Шустера представлені позиції і влади і опозиції.

Газета «Сьогодні», незважаючи на загальну лояльність до нинішньої влади, буває у деяких питаннях достатньо критичною, не замовчує гострі теми (які замовчують інколи телеканали); проте часто публікує статті одіозних політиків та журналістів, які критикують помаранчеві сили, євро-атлантичний вектор України, деякі сторінки історії, зокрема ОУН-УПА.

**Група Ігоря Коломойського**

**ЗМІ, якими володіє**

Телеканал «1+1»;  
Телеканал «2+2»;  
Телеканал СІТІ;  
Телеканал ТЕТ;  
Телеканал «Кіно»  
Щоденне видання «Газета по-киевски»;  
Новинний журнал «Главред» та група сайтів Glavred.info, VIP.Glavred, Stars.Glavred, Inozmi.Glavred, Sport.Glavred, Stolitsa.Glavred;  
Новинний журнал «Профіль»;  
Тижнева газета «Новая»;  
Сайт «Телекритика»;  
Частина акцій щоденної газети «Известия в Украине»  
Також група «Приват» (належить Коломойському) володіє акціями в окремих друкованих проектах Українського Медіа холдингу, зокрема в газеті «Комсомольская правда в Украине» (51%).

**Окремі зауваження**

Група побудована за останні кілька років. Остаточно угода по купівлі «1+1» була завершена на початку цього року. Канал займає третє місце у рейтингу GfK Ukraine за вересень 2010 року. Також у цьому році була реалізована угода по купівлі частини друкованих видань у Олександра Третякова. «Главред» та «Профіль» входять у п'ятірку основних новинних журналів України.

**Політичні  
преференції**

Канал «1+1» відмовився від політичних ток-шоу. У новинах більшою мірою некритичний до влади.  
Більшість друкованих та інтернет видань надають можливість висловитися як владі, так і опозиції; допускають критичні матеріали щодо влади.

**Група Віталія Гайдука та Сергія Тарути «Еволюшен медіа»**

**ЗМІ, якими володіє**

Газета «Экономические известия»  
Аналітичний тижневик «Коментарі»,  
Журнал «Kyiv Weekly»,  
Журнал «Експерт-Украина»,  
Сайт «proUa»

<b>Окремі зауваження Політичні преференції</b>	Фото агентство PHL
	-----
	Збалансована політика. У всіх проектах можна знайти інколи й критичні публікації щодо влади.

### КР Media (Джед Санден)

<b>ЗМІ, якими володіє</b>	Журнал «Кореспондент»; Сайти: Korrespondent.net; Politorg.net; Novynar.com.ua, Afisha.ua, BigMir.net Нішеві видання як от журнал «Ідеї вашого дому» тощо
<b>Окремі зауваження</b>	Журнал «Кореспондент» - є найвпливовішим та найтиражнішим новинним журналом. На порталі BigMir.net розташований основний рейтинг on-line медіа в Україні.
<b>Політичні преференції</b>	«Кореспондент» зберігає баланс у висвітленні політичних новин; надає слово і владі, і опозиції; друкує також критичні публікації щодо влади.

### Медіа, які потребують окремої уваги

<b>Сайт «Українська правда»</b>	Сайт заснований ще Георгієм Гонгадзе. Сьогодні власник і головний редактор – Олена Притула. Провідне українське інтернет-видання (близько 100 тисяч відвідувачів у день). Займає відверто опозиційну позицію щодо нинішньої влади. Проте варто зазначити, що «УП» була критичною і до представників «помаранчевої» команди.
<b>Тижневик «Дзеркало тижня»</b>	Впливове видання. Тираж 52 000. Власники – родина Мостових (батько Володимир та донька Юлія). Критично налаштовані до Президента Януковича та Партії регіонів.
<b>Журнал «Український тиждень»</b>	Власник - ЕСЕМ Media gmbh (Швейцарія), хоча експерти припускають, що реальний власник – український, ховається за офшорними компаніями. 30 000 тираж. Займає радикально опозиційну щодо нинішньої влади позицію. Відверто симпатизує Юлії Тимошенко.
<b>5 канал</b>	Належить Петру Порошенку. Новинний канал, який завоював свою аудиторію під час Помаранчевої революції шляхом представлення альтернативної інформації. Надає можливість висловитися у студії і владі, і опозиції. Але у коментарях буває критичним до влади.

Як зазначалося вище, медіа не є основним бізнесом для названих власників. Як правило, більшість крупних медіавласників володіють підприємствами у різних галузях промисловості (нафтопереробній, хімічній, важкого машинобудування тощо) і тому часто лояльні до чинної влади, аби зберегти свій бізнес. Це впливає на редакційну політику медіа. Окрім того в останні роки медіа активно перепродувалися. Цей процес продовжиться і в найближчі роки, в період президентства Віктора Януковича. Таким чином структура медіа власності в Україні не є сталою, вона динамічно змінюється залежно від політики (більш демократичної, чи

менш демократичної) чинної у конкретний момент влади та від здатності медіа власників шукати компроміс із владою.

#### **Використані джерела:**

1. Дуцик Д. Політична журналістика. – К.: Видавничий дім Києво-Могилянська Академія, 2005.
2. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – К.: Критика, 2010.
3. Лещенко С. Орбіти політичних медіа: сфера впливу Пінчука, Ахметова, Порошенка, Ющенко... // [http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/12/6/4409790/view\\_print/](http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/12/6/4409790/view_print/)
4. Наєм М., Лещенко С. Олігархічні війни: як продавали канал «Інтер»// <http://www.pravda.com.ua/articles/2008/07/29/3503640/>
5. Стан прозорості медіа власності в Україні // <http://www.medialaw.kiev.ua/analitcs/140/http://www.medialaw.kiev.ua/analitcs/140/>
6. <http://www.nrcu.gov.ua>
7. <http://dzmi.informjust.ua>
8. <http://www.gfk.ua>
9. <http://www.kppublications.com>
10. <http://www.umh.com.ua/ukraine/ru/>
11. <http://www.uaimg.com/ua/>
12. [http://www.e-media.com.ua/index\\_ru.html](http://www.e-media.com.ua/index_ru.html)