

УДК 323.2:343.791:34.07(477)

Гринь Ілля Олегович

студент
Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022,
ilyagrin@ukr.net;
<https://orcid.org/0000-0003-1367-5472>

МАС-МЕДІА ТА КОРУПЦІЯ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Розглянуто таке явище, як корупція у засобах масової інформації, їх виникнення, формування та взаємовідношення з іншими сферами політичного життя. Проаналізовано роль корупції у політичному житті країни.

Виділено такі функції ЗМІ, як мобілізаційну, інформаційну, функцію соціалізації, функцію вираження інтересів суспільства та функцію формування громадської думки. Роз'яснено обов'язки, можливості засобів масової інформації, а також проблеми, що постають перед ними. Виділено найважливіші функції ЗМІ та порядок їх використання за умови різних політичних режимів, зокрема авторитарного, тоталітарного та демократичного. Проаналізовано особливості їхнього функціонування за умов демократичного режиму. Виокремлено такі основні недоліки ЗМІ, як заангажованість, замовність сюжетів, що відбивають політичні чи бізнесові розходження, та брак власних журналістських розслідувань. Підкреслено роль друкованих та електронних засобів масової інформації в політичному житті країни, особливо під час електоральних кампаній. При цьому пріоритет віддається ролі телебачення, радіомовлення та Інтернет- комунікацій.

Особливої уваги приділено визначенню рівня розвитку аналітики українських ЗМІ в оцінці міжнародних організацій, зокрема «Репортери без кордонів», та таких інформаційних центрів, як, наприклад, «Детектор Медіа», а також в оцінці подій у різних країнах. Вказані основні постачальники медіа-інформації та власники провідних ЗМІ. Розглянуто поняття «медіа-корупція», її роль у сучасному медіа-просторі України. Виділено особливості державних, муніципальних та комерційних засобів масової інформації. Проаналізовано, як саме вони впливають на формування «порядку денного», що в свою чергу, забезпечує ефективну комунікацію громадськості з управліннями.

Ключові слова: корупція, держава, засоби масової інформації, антикорупційна діяльність, засоби масової комунікації, медіа корупція, електронні ЗМІ, друковані ЗМІ.

Гринь Ілля Олегович

студент
Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна,
пл. Свободи, 4, Харків, 61022,
ilyagrin@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-1367-5472>

МАСС-МЕДИА И КОРРУПЦИЯ: УКРАИНСКИЕ РЕАЛИИ

Рассмотрено такое явление, как коррупция в средствах массовой информации, их возникновение, формирование и взаимоотношения с другими сферами политической жизни. Проанализирована роль коррупции в политической жизни страны.

Выделены следующие функции СМИ, как мобилизационная, информационная, функция социализации, функция выражения интересов общества и функция формирования

общественного мнения. Разъяснено обязанности, возможности средств массовой информации, а также проблемы, возникающие перед ними. Выделены важнейшие функции СМИ и порядок их использования при различных политических режимах, в частности авторитарном, тоталитарном и демократическом. Проанализированы особенности их функционирования в условиях демократического режима. Выделены следующие основные недостатки СМИ, как ангажированность, заказной характер сюжетов, которые отражают политические или бизнес различия, и недостаток собственных журналистских расследований. Подчеркнута роль печатных и электронных средств массовой информации в политической жизни страны, особенно во время электоральных кампаний. При этом приоритет отдается роли телевидения, радиовещания и Интернет коммуникаций.

Особое внимание уделено определению уровня развития аналитики украинских СМИ в оценке международных организаций, в частности «Репортеры без границ», и таких информационных центров, как, например, «Детектор Медиа», а также в оценке событий в разных странах. Указанные основные поставщики медиа-информации и владельцы ведущих СМИ. Рассмотрено понятия «медиа-коррупция», ее роль в современном медиа-пространстве Украины. Выделены особенности государственных, муниципальных и коммерческих средств массовой информации. Проанализировано, как они влияют на формирование «новостки дня», что в свою очередь, обеспечивает эффективную коммуникацию общественности с управленцами.

Ключевые слова: коррупция, государство, средства массовой информации, антикоррупционная деятельность, средства массовой коммуникации, медиа-коррупция, электронные СМИ, печатные СМИ

Іля Грын

BA student, Department of Political Science
V.N. Karazin Kharkiv National University,
4, Svoboda Sq., Kharkiv, 61022
ilyagrין@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-1367-5472>

MASS MEDIA AND CORRUPTION: UKRAINIAN REALITIES

Such phenomenon as a corruption in mass-media, its origin, formation and media relations with other spheres of political life of the country is considered. Their role in political life is analyzed. Such functions of them, as mobilization and informative ones, function of socialization, function of expression of interests of society and function of public opinion formation are distinguished. Duties, possibilities of mass media, and also problems that appear in front of them, are explained. The major functions of mass media and order of their use are distinguished for the different political regimes, in particular at authoritarian, totalitarian and democratic ones. The features of their functioning in terms of the democratic regimes are analyzed.

The main mass media weaknesses, such as its corruption, ordered media plots that reflect business or political divergences and lack of own journalistic investigations are determined. The role of printed and electronic mass media is distinguished. The priority attention to the television, broadcast and the Internet communication is given. The main attention is given to the determination of Ukrainian mass media development level in the estimation of international organizations, in particular Reporters without borders, and informative centers, for example, «Detector of Medias», and also the illumination of different countries' events in their reports. The main suppliers of media information, their owners are distinguished.

The concept of media corruption, its role in modern media space of Ukraine is considered. The features of state, municipal and commercial mass media are distinguished. The influence on forming of the «agenda», that provides efficient communication of publicity and executives is analyzed.

Keywords: corruption, state, mass media, anticorruption activity, facilities of mass communication, media corruption, electronic mass media, printed mass media.

Засоби масової інформації – це мережа інститутів, створена для поширення інформації про ті чи інші події, що відбуваються у світі. Сьогодні, ЗМІ – це установи, що направлені на оперативну, різноманітну та повну передачу певної інформації.

Дослідження ЗМІ, зокрема у політичному процесі є досить актуальними сьогодні. Так, цією проблемою займалися такі дослідники, як В. Бебик, В. Лісничий, В. Луговий, В. Мартиненко, Е. Мартиненко.

ЗМІ відіграють важливу роль у боротьбі з корупцією та її проявами. Водночас вони є важливим фактором, що впливає на їхню ефективність лише у разі, якщо дотримуються принципів прозорості, неупередженості та незаангажованості. За даними міжнародної організації «Reporters without borders», у 2018 році Україна посіла 101 місце у рейтингу свободи преси, піднявшись, порівняно з минулим роком, на одну сходинку (Media ownership monitor 2018).

Сьогодні існує ряд проблем, які постають перед засобами масової інформації у сфері протидії з корупцією. Однією з них є заангажованість, зумовлена перш за все тим, що більшість медіа є власністю приватних осіб. Зазвичай ці медіа (телеканали, журнали, газети, тощо) є певними проектами тієї чи іншої політичної сили. Ті ж ЗМІ, що знаходяться у власності держави, є зазвичай міськими чи муніципальними, до того ж не користуються високим попитом серед населення (Національне агентство з питань запобігання корупції).

Другою проблемою є те, що більшість антикорупційних сюжетів є замовними, що викликає справедливу підозру в тому, що вони відбивають певні бізнесові чи політичні протиріччя, а отже, є відлунням міжвидової боротьби. Сюди також можна віднести сюжети, що направлені на дискредитацію того чи іншого кандидата на посаду президента. Помічено, що зазвичай період їх «активізації» припадає на початок певних змін (проведення тендерів, закупівель, початок виборів, призначення на посаду тощо).

Третьою проблемою є те, що зазвичай ЗМІ рідко проводять власні журналістські розслідування (як правило це прерогатива окремих телепрограм), користуючись вже готовими зібраними та даними, проаналізованими громадськими організаціями, правоохоронними органами, фондами тощо. Досить часто наявні є факти маніпуляції

інформацією першоджерел (Національне агентство з питань запобігання корупції).

Згідно з результатами дослідження інформаційного центру «Детектор Медіа», 87,1% українців отримують інформацію з українських загальнонаціональних телевізійних мовників. У той час як з регіональних телеканалів інформацію отримують лише 13%. Інтернет ЗМІ зайняли третю сходинку за отриманням інформації після сім'ї, родичів і друзів, тощо (47,7%), отримавши показник 40,7%. Це свідчить про те, що основним «постачальником» інформації у 2018 році виступило саме телебачення (Джерела інформації 2017).

Важливим завданням, що постає перед засобами масової інформації, є формування «порядку денного». Це перелік проблем і недоліків, які має усунути уряд. «Порядок денний» є важливим інструментом комунікації громадськості з управліннями. Він сприяє формуванню поглядів суспільства на владу. Але у зв'язку з цим виникає загроза маніпулювання думкою громадськості, завдяки тому, що майже всі ЗМІ знаходяться у приватних руках. Власники мають змогу контролювати потік інформації та надавати перевагу тим чи іншим новинам, значно впливаючи на думку суспільства. Це повною мірою стосується і України, для якої ця проблема є вкрай гострою. Одним із можливих рішень цієї проблеми є створення суспільного мовника, який би не належав приватній особі та об'єктивно висвітлював новини та іншу інформацію. Але постає питання про фінансування такого мовника. Основними джерелами фінансування можуть бути гранти іноземних держав, кошти, зароблені за рахунок реклами та державна підтримка.

Отже, роль ЗМІ в українській політичній системі є доволі значною. Це помітно особливо в період проведення передвиборчих кампаній. Адже довіра до тих чи інших ЗМІ у цей час значно зростає, а, відповідно, зростає їхня роль у формуванні громадської думки. До того ж стрімким зростанням ролі електронних засобів масової інформації (радіо, телебачення, інтернет тощо) зазвичай користуються кандидати на посаду президента або політичні партії. Зокрема, передвиборча реклама є досить популярною в мережі Інтернет, адже, по-перше, вона не обмежується юридично, а по-друге, охоплює велику частину аудиторії, зокрема ту, яка знаходиться за кордоном (Дмитрієва 2004).

За сучасних українських умов ЗМІ є не лише важливим джерелом інформації для

населення, а й інструментом для творення суспільної думки. Але при цьому важливо не використовувати мас-медіа як інструмент пропаганди та популізму, адже це може мати негативні наслідки (Прохоров 2000: 137)

Останніми роками політична роль ЗМІ значно посилилась. Це виявилось насамперед в тому, що мас-медіа стають основним агентом політичної соціалізації та політичної мобілізації, розподіливши цю функцію між суспільством і пресою. Цим і користуються багато політиків. Наприклад, у виборчих кампаніях Росса Перо в США (1992 р), Бернара Тапі у Франції, або ж Сільвіо Берлусконі в Італії (1994 р.); досить широко використовувалось телебачення та друковані ЗМІ саме у політичних цілях (Мунчик, Ворона 2016).

У демократичних країнах сьогодні виділяють такі найважливіші функції ЗМІ як:

- Мобілізаційна. Пов'язана зі спонуканням громадськості до певних дій (чи бездіяльності) у політичному середовищі.
- Інформаційна. Одна із основних функцій, що полягає у подання певних політичних фактів та надання оцінок певним політичним подіям.
- Функція соціалізації. Вона полягає у формуванні певних політичних норм чи зразків.
- Вираження інтересів суспільства. Полягає у забезпеченні вираження власних думок, поглядів чи ідей різних громадських організацій, суспільних груп та об'єднання їх під спільною ідеєю.
- Формування громадської думки.

Однак, в авторитарних режимах, мас-медіа знаходяться у владі держави та режиму в цілому, тож більшість функцій, що стають перед ними при демократії цілком чи частково відпадають (Мунчик, Ворона 2016: 199).

Для правильного управління країною будь-яка влада повинна входити у спілкування з виборцями. Саме засоби масової інформації надають можливість такого діалогу. Причому цей діалог з виборцями має бути як за умови демократії, так і за умов авторитарії, коли ЗМІ використовуються як інструмент легітимації режиму та підтримки його «на плаву». Таким чином, наявність мас-медіа відіграють важливу роль для більшості режимів. Відзначимо ще одне завдання ЗМІ – це підтримка та поширення панівної ідеології. Адже такий ідеологічний інструмент, як пропаганда поширюється, в більшості випадків, саме завдяки ним (Карамурза 2002: 165-166).

Як уже зазначалося, важливим завданням засобів масової інформації є формування «порядку денного». Це перелік проблем та недоліків в управлінні державними справами, які має усунути уряд. «Порядок денний» є важливим інструментом комунікації громадськості з управліннями. Він сприяє формуванню поглядів суспільства на владу. Але водночас через приватну власність на майже всі ЗМІ виникає загроза маніпулювання думкою громадськості. Отже, можна констатувати, що роль ЗМІ в українській політичній системі є доволі значною, а подекуди й вирішальною. Це помітно особливо в період проведення передвиборчої президентської або парламентської електоральної кампанії.

Сьогодні доволі поширеного явища набула так звана медіа-корупція, або «джинса». Її особливістю є те, що реклама комерційного чи політичного характеру подається як унікальний журналістський матеріал. Саме слово «джинса» є сленговим. Воно вживається лише у певній журналістській спільноті. Така інформація порушує один із основних принципів журналістської етики – принципу неупередженості подачі журналістської інформації (Мунчик, Ворона 2016).

Основною проблемою цього явища в Україні є те, що воно виникає саме через те, що велика частина ЗМІ знаходяться в руках одних власників і перші є в повній економічній залежності. Так, згідно досліджень у рамках проекту Media ownership monitor, основними власниками медіа-продукту в Україні є Star Light Media, 1+1 Media, Inter Media і Media Group Ukraine вони становлять близько трьох чвертей усієї аудиторії. Щодо радіоефіру, то більшу частину аудиторії, а це 92% становлять такі групи як «Тавр Радіо Груп», «Український Медіа Холдинг», «Бізнес Радіо Груп» і «ТРК Люкс». Найбільшими власниками цих медіа-груп є найбагатші люди України, а саме – Віктор Пінчук, Ігор Коломойський, Дмитро Фірташ та Рінат Ахметов (Media ownership monitor).

ЛІТЕРАТУРА

“Media ownership monitor”, *Reporters without borders* URL: <https://www.mom-rsf.org> (дата звернення 1.12.2018)

Національне агентство з питань запобігання корупції. *Потенціал засобів масової інформації у протидії корупції*. 2017 URL: https://nazk.gov.ua/sites/default/files/docs/nazk_files/doslidzhennya/6.pdf (дата звернення 30.11.2018).

“Джерела інформації про стан справ в Україні. Соціологічне опитування” 2017, *Детектор медіа. Вплив пропаганди на суспільну думку в Україні*. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/yak_rosiyska_propaganda_vplivae_na_suspilnu_dumku_v_ukraini_doslidzhennya/ (дата звернення 1.12.2018)

Дмитрієва, Е. А. 2004. “Засоби масової інформації та ФПГ: заляті друзі?”, *Влада*. 7: 5-12.

Прохоров, Е. П. 2000. *Вступ до теорії журналістики: навчальний посібник*. Москва.

Мунчик, А. М., Ворона, П. В. 2016. “Роль засобів масової інформації у формуванні політичної системи (управлінський аспект механізму впливу)”, *Український науковий журнал «Освіта Регіону»*. Київ: 197-202.

Кара-Мурза, С. Г. 2002. *Маніпуляція свідомістю*. Москва.

УДК 324.342.8

Гнатенко Павло Геннадійович

аспірант кафедри політології

Харківський національний

університет імені В.Н. Каразіна,

майдан Свободи, 4, Харків, 61022,

gnatenko.pavlo@gmail.com;

<https://orcid.org/0000-0002-8904-870X>

МІСЦЕВІ ВИБОРИ ДО ОБЛАСНИХ ТА МІСЬКИХ РАД: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ

Аналізуються результати виборів до обласних рад та міських рад обласних центрів 2015 року в Україні в контексті трансформації виборчої системи. Основна увага зосереджена на таких показниках, як відсоток отриманих голосів, кількість та відсоток отриманих депутатських місць у відповідних радах. Окрім того, аналізуються такі показники, як кількість місцевих організацій партій, що пройшли до відповідних рад; підсумовується загальноукраїнська статистика відносно частки отриманих мандатів конкретними партіями, а також частота, з якою конкретні партії займали перше місце за кількістю отриманих мандатів в кожній з рад. Вказується на зростання регіоналізації політичної системи України, що пов'язано зі зростанням ролі місцевих політичних лідерів та їхнього впливу на регіональні політичні процеси. Отримані результати порівнюються на рівні обласних рад та міських рад обласних центрів, а також між політичними партіями різних рівнів. Робиться висновок про ефективність, з одного боку, локальних політичних проектів в умовах обласних центрів, з іншого боку – партій загальноукраїнського масштабу (або з очевидними відповідними амбіціями) на рівні областей. Виділяються «партії міст» та «партії областей», котрі значно відрізняються за своїм рівнем підтримки в рамках обласних центрів та областей в цілому; паралельно визначаються партії з відносно рівномірним рівнем підтримки. За сукупними показниками робиться висновок про те, що міські ради обласних центрів є більш успішними для стратегій балотування від непарламентських партій; з іншого боку, парламентські партії дають значну перевагу своїм представникам на рівні обласних виборів. За таких умов, відповідно, кандидати потребували різних стратегій для виборів до міських рад обласних центрів і до обласних рад; в багатьох випадках виграшною стратегією було балотування від партії, котру представляв діючий мер або інший місцевий кандидат з достатньою підтримкою та ресурсним забезпеченням. Вказується на послаблення традиційних для України геополітичних конфліктів, місце яких займають більш фрагментовані протистояння – наприклад, регіонального рівня.

Ключові слова: місцеві вибори 2015 року в Україні, міська рада, обласна рада, політична партія, регіоналізація.