

Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах

Друкується з 1998 року

ЗАСНОВНИКИ:  
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, Центр соціально-політичних досліджень

Свідоцтво КВ № 15981-4453ПР від 13.11.09

Редакція не завжди поділяє думки авторів та не відповідає за фактичні помилки, яких вони припустилися.

Передрук - тільки з дозволу редакції.

АДРЕСА:  
вул. Чкалова, 25,  
Дніпропетровськ,  
Україна, 49000  
Тел.: +38(056)744-38-35  
Факс.: +38(056)744-42-39  
E-mail:  
almagrani@i.ua  
almagrani@list.ru  
www.grani.org.ua

<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b>	<b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b>	<b>Нікілев О.Ф.</b> Формування виробничої інтелігенції українського села середини 1940-х – середини 1960-х рр.: сучасний погляд на проблему 3
		<b>Козерод О.В.</b> Єврейське жіноцтво України в період 1920-х років: історіографія проблеми 7
		<b>Архирейський Д.В.</b> Кадрові аспекти діяльності митних структур України в 1925-1928 роках 12
		<b>Лисак В.Ф.</b> Сільська рада в громадсько-політичному житті України у 1950 – 1960-х рр. 18
<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b> <b>С</b> <b>У</b> <b>Ф</b>	<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b> <b>С</b> <b>У</b> <b>Ф</b>	<b>Панфілов В.О.</b> Космізм як прояв духовної творчості в поезії Тютчева 23
		<b>Александрова О.С.</b> Суспільна злагода як результат оптимальної взаємодії конкуренції та партнерства в процесі становлення середнього класу в Україні 27
		<b>Халапсис А.В., Халапсис В.С.</b> Будущее человечества: цивилизационные конфликты или переход к ноосфере? 32
		<b>Мозговий Л.І.</b> Філософські аспекти дослідження специфіки культурної спадщини суфізму 36
		<b>Бескаравайный С.С.</b> Приходы и общины 40
		<b>Громов В.Е.</b> Человек, его сущность и смысложизненные искания в неустойчивом мире свободной причинности 44
		<b>Дутчак В.В.</b> Трансцендентально-антропологічні підстави категоріального визначення влади. «Влада у межах тільки розуму» (Частина 1) 48
		<b>Кострюков С.В.</b> Культура – гарант виховання особистості 51
		<b>Чайка І.Ю.</b> Проблема інформації в синергетичній парадигмі: соціально-філософський аналіз 54
		<b>Погребная В. Я.</b> Постмодернистский дискурс: специфика прочтения (интерпретации) 57
		<b>Хоменко Ю.С.</b> Здоров'я як цінність людини та складова культури 60
		<b>Каранфилова Е.В.</b> Девиантность как предмет философского анализа 63
		<b>Голубенко О.В.</b> Дигресивне авторство та авторство (транс)дискурсивності 68
		<b>Гринечко О.І.</b> Концепція людини у філософській спадщині Миколи Шлемкевича 73
		<b>Абдо-Ясіньска Л.І.</b> Концепція джихаду в ідеології ісламського фундаменталізму 78
		<b>Молокова О.В.</b> Составляющие когнитивизма в контексте социального конструктивизма 81
<b>Шевченко М.Ю.</b> Институционализация маргинальности в концепции субъекта М. Фуко 84		
<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b> <b>С</b> <b>У</b> <b>Ф</b>	<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b> <b>С</b> <b>У</b> <b>Ф</b>	<b>Щербина В.В.</b> Модерністський раціоналізм як підґрунтя класичних ідеологічних концепцій 89
		<b>Познанська К.В.</b> Соціологія як поліпарадигмальне знання про соціальні спільності і соціальні процеси 93
		<b>Снін М.Н.</b> Вплив організаційної структури ЗМІ на місцевий виборчий процес в Україні 97
		<b>Огаренко Т.О.</b> Правовий захист громадян у сучасній Україні: пошук індикаторів його соціальної ефективності 103
		<b>Масальський В. І., Скородумов Д.С.</b> Зміни у соціальній структурі України в 1998-2011 рр.: досвід наукового аналізу 107
		<b>Комих Н.Г.</b> Економічна культура: методологічні проблеми дослідження 111
		<b>Швец Д.Є.</b> Концептуалізація моделі управління вищою освітою в США 114
		<b>Безрукова О.А.</b> Социологическое прочтение принципа ответственности Ганса Йонаса 118
		<b>Мохаммад Луай Фейсал</b> Проблеми дослідження соціального життя студентів-іноземців в Україні 123
		<b>Лановенко О.А.</b> Надання соціальних послуг уразливим групам населення як компенсаційний процес 127
<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b> <b>С</b> <b>У</b> <b>Ф</b>	<b>К</b> <b>Я</b> <b>Ю</b> <b>І</b> <b>О</b> <b>С</b> <b>У</b> <b>Ф</b>	<b>Северишук В.М.</b> Нікколо Макіавеллі та сучасне розуміння «елітарності» політичної поведінки 131
		<b>Сергєєв В.С.</b> Мережі довіри як різновид мереж державної політики 136
		<b>Лукач У.Р.</b> Політико-правовий ракурс гендерної асиметрії в Україні 140
		<b>Торяник В.М.</b> Споживчий бойкот як інструмент політичного консумеризму 144
		<b>Стародуб Т.С.</b> Сучасна архітектура загальноєвропейської системи безпеки: тенденції, виклики та перспективи інституціоналізації 149
		<b>Добродум О.В.</b> Православне в политической жизни России 154
		<b>Проценко О.В.</b> Політична партиципація громадян як індикатор якості демократії 158
		<b>Фатула Р.С.</b> Мадяризація освіти на Закарпатті в кінці ХІХ – на початку ХХ століть 162
<b>Дерев'янчук Ж.М.</b> Процес впливу політичних технологій на прийняття масових рішень 165		

<b>HISTORY</b>	<b>Nikilev O.Ph.</b> Forming of Production Intelligentsia of Ukrainian Village in the Middle of 40s – 60s of the 20th: Contemporary View of the Problem 3
	<b>Kozerod O.V.</b> Jewish Women of Ukraine during 20s of the 20th: Historiography of the Problem 7
	<b>Archireis'ky D.V.</b> Trained Aspects of Activity of Customs Structures of Ukraine in 1925–1928 12
	<b>Lysak V.Ph.</b> Village Soviet in Civil-Political Life of Ukraine in 1950–1960 18
<b>PHILOSOPHY</b>	<b>Panfilov V.A.</b> Cosmism as Manifestation of Spirituality in the Tyutchev's Poetry 23
	<b>Alexandrova O.S.</b> Social Consensus as the Result of Optimal Interaction of Competition and Partnership of the Ukrainian Middle Class 27
	<b>Halapsis A.V., Halapsis V.S.</b> Mankind's Future: Civilization Conflicts or the Way to Noosphere? 32
	<b>Mozkovyj L.I.</b> Philosophical Aspects of Researching of Specifics of Cultural Heritage of Suphism 36
	<b>Beskaravajnyj S.S.</b> Congregations and Communities 40
	<b>Gromov V.E.</b> Human, His Issue and Existential Researching in Changeable World of Free Causality 44
	<b>Dutchack V.V.</b> Transcendental-Anthropological Foundations of Categorical Definition of Power. 'Power in Limits of Mind' (Part I) 48
	<b>Kostruykov S.V.</b> Culture as Guarantee of Bringing Up of Personality 51
	<b>Chajka I.Yu.</b> Problem of Information in Synergetic Paradigm: Social-Philosophical Analysis 54
	<b>Pogrebnaya V.Ya.</b> Postmodern Discourse: Specifics of Interpretation 57
	<b>Homenko Yu.S.</b> Health as Human Value and Part of Culture 60
	<b>Karanfilova E.V.</b> Deviation as the Subject of Philosophical Analysis 63
	<b>Golubenko O.V.</b> Digressive Authorship and Authorship of Trans-Discourse 68
	<b>Grinechko O.I.</b> Conception of Human in Philosophical Heritage of Mychola Shlemkevych 73
	<b>Abdo-Yasyns'ka L.I.</b> Conception of Dzhihad in Ideology of Muslim Fundamentalism 78
	<b>Molokova O.V.</b> Parts of Cognitivism in the Context of Social Constructivism 81
..... 84	
<b>SOCIOLOGY</b>	<b>Shcherbina V.V.</b> Modern Rationalism as Basis of Classical Ideological Conceptions 89
	<b>Poznans'ka K.V.</b> Sociology as Polyparadigm Knowledge about Social Unions and Social Processes 93
	<b>Enin M.N.</b> Influence of Organization Structure of Mass-Media on Local Election Process in Ukraine 97
	<b>Ogarenko T.O.</b> Law Protection of Citizens in Contemporary Ukraine: Researching of Indicators of Its Social Effectiveness 103
	<b>Masal'sky V.I., Skorodumov D.S.</b> Changes in Social Structure of Ukraine in 1928–2011: the Experience of Scientific Analysis 107
	<b>Komyh N.G.</b> Econometrical Culture: Methodological Problems of Researching 111
	<b>Shvets' D.E.</b> Conceptualization of Model of Management of High Education in the USA 114
	<b>Bezrukova O.A.</b> Sociological Interpretation of the Principle of Responsibility of Hans Jonas 118
	<b>Mohammad Luaj Fejsal</b> Problems of Researching of Social Life of Foreign Students in Ukraine 123
	..... 127
<b>POLITICAL SCIENCE</b>	<b>Severynyuok V.M.</b> Niccolo Machiavelli and Contemporary Comprehension of 'Elite' Political Behavior 131
	<b>Sergeev V.S.</b> Nets of Trust as Variety of Nets of State Policy 136
	<b>Lukach U.R.</b> Political-Law Perspective of Tender Asymmetry in Ukraine 140
	<b>Toryanyek V.M.</b> Consumer's Boycott as the Way of Political Consumerism 144
	<b>Starodub T.S.</b> Contemporary Architecture of Europe-Union System of Safety: Tendencies, Responses and Perspectives of Institutionalisation 149
	<b>Dobrodum O.V.</b> Orthodox Measuring in Political Life of Russia 154
	<b>Protzenko O.V.</b> Political Participation of Citizens as Indicator of Quality of Democracy 158
	<b>Fatula R.S.</b> Hungarisation of Education on Transcarpathia in the End of the 19th – the Beginning of the 20th 162
	<b>Derev'yanchuck Zh.M.</b> Process of Influence of Political Technology on Making Mass Decisions 165

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Волков Ю.Г. Социология [Текст] / Ю. Г. Волков. - Москва: «Гардарики», 2003. - 315 с.
2. Волков Ю.Г. Социологические парадигмы [Текст] / Волков Ю.Г., Добренков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. // Социология. [Издание второе]. - Москва: «Гардарики», 2004. - 511 с.
3. Городяненко В.Г. Соціологія [Текст] / В. Г. Городяненко. - Київ: «Академія», 2006. - 544 с.
4. Добренков В.И. История зарубежной социологии [Текст] / В. И. Добренков, А.И Кравченко. - М.: Академический проект, 2005. - 704 с.
5. Иванов Д. Б. Парадигмы в социологии: учебное пособие [Электронный ресурс] / Д. Б. Иванов – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 72 с. Режим доступа: <http://studentam.net/content/view/83/19/>
6. Кравченко С.А. Социология: парадигмы через призму социологического воображения [Текст] / С. А. Кравченко. Учебное пособие для вузов. - Москва: «Экзамен», 2002. - 511с.
7. Краткий словарь по социологии. - Москва: «Издательство политической литературы», 1988. - 478 с.
8. Кун Т.С. Структура научных революций [Электронный ресурс] / Т. С. Кун; пер. с англ. И.Э.Налетова. - М., 1975. Режим доступа: <http://www.psylib.ukrweb.net/books/kunts01/index.htm>
9. Немировский В. Универсальная парадигма в российской социологии [Текст] / В. Немировский // Социология на пороге XXI века: Основные направления исследований. / Под ред. С.И. Григорьева (Россия), Ж. Кознен-Хуттера (Швейцария). [3-е изд., доп. и перераб.] - М., 1999. С. 84-87.
10. Категории социологии: образ мышления и словарь исследования [Текст] / Ольховиков К.М., Орлов К.М. // СоцИс. - 2002. - №9 - С. 3-16.
11. Осипов Г.В. Социология: основы общей теории [Текст] / Осипов Г.В., Москвичев Л.Н - Москва: «Норма», 2002. - 889 с.
12. Піча В.М. Соціологія. Загальний курс [Текст] / В. М. Піча. - Київ: «Каравела», 2000. - 248 с.
13. Социология - мультипарадигмальная наука? [Текст] / А. Благос // СоцИс. - 2002. - №7 - С 22-30.
14. Социология как метапарадигмальная наука [Текст] / А. А. Давидов // СоцИс. - 1992. - №9 - С. 85-87.
15. Танчин І.В. Соціологія [Текст] / Танчин І.В. Навчальний посібник [Друге видання, перероблене і доповнене] - Київ: «Знання», 2007. - 352 с.

УДК 316.774: [316.334.3:324]

М.Н. ЄНІН

## ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЗМІ НА МІСЦЕВИЙ ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС В УКРАЇНІ

**Єнін Максим Наїмович** – кандидат соціологічних наук, старший викладач кафедри філософії та соціології Луганського національного університету ім. Т. Г. Шевченка

У статті автор доходить висновку, що організаційна структура ЗМІ в Україні, а також нерозвиненість публічної сфери в Україні ускладнюють демократичний політичний дискурс. Проведене емпіричне дослідження виявило тенденції лідерства телебачення в полі масової комунікації, домінування місцевих телекомпаній і газетних видань над загальнонаціональними, диференціацію населення за віком у користуванні каналами масової комунікації під час місцевого виборчого процесу.

**Ключові слова:** засоби масової інформації, канали масової комунікації, елітні групи.

В статье автор приходит к выводу, что организационная структура СМИ в Украине, а также неразвитость публичной сферы в Украине осложняют демократический политический дискурс. Проведенное эмпирическое исследование также выявило тенденции лидерства телевидения в поле массовой коммуникации, доминирование местных телекомпаний и газетных изданий над общенациональными, дифференциацию населения по возрасту в использовании каналов массовой коммуникации во время местного избирательного процесса.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, каналы массовой коммуникации, элитные группы.

The author reaches a conclusion that organization structure of mass media and underdevelopment of public sphere in Ukraine complicates the democratic political discourse. The research which has been carried out also discovers the tendencies of television leadership in the field of mass communication, domination of the local television companies and newspaper issues over the national ones, people differentiation according age in use mass communication channel during of the local electoral process.

**Key words:** mass media, mass communication channel, elite groups.

© М. Н. Єнін, 2011

Діяльність ЗМІ спрямована на виконання цілої низки важливих суспільних функцій: інформаційної, освітньої, комунікативної, рекламної, інтеграційної. Зважаючи на масштабність цього впливу, а також амбівалентність його наслідків, дослідженням ЗМІ зайнято чимало науковців. У колі наукових проблем щодо вивчення розвитку та функціонування ЗМІ серед вітчизняних учених займаються Н. Костенко, С. Макеев, Т. Рудницька, В. Кулик, І. Кононов, серед російських – О. Єляков, В. Іва-

нов, С. Кара-Мурза, В. Коломієць, Т. Науменко, М. Назаров, І. Полуехтова, серед зарубіжних дослідників наразі найбільш відомими є Ж. Бодрійяр, Ю. Габермас, Л. Джеймс, К. Кетлін та Г. Роберт, Дж. Томпсон, Д. Хелд, Г. Шіллер.

У рамках даної статті розглядалась проблема впливу організаційної структури ЗМІ на місцевий виборчий процес. Мета статті – по-перше, відповісти на запитання, чи сприяє організаційна структура сучасних ЗМІ в Україні демократично-

му політичному дискурсу під час проведення виборчих кампаній на місцевому рівні; по-друге, виявити, з яких джерел мешканці Луганської області найчастіше отримують інформацію про вибори у місцеві органи влади. Емпіричну базу для вирішення поставленої мети становили дані, отримані: по-перше, на сайті Міністерства юстиції України (інформація про власників друкованих ЗМІ) і Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (інформація про засновників та власників електронних медіа); а також деякі дані експертних опитувань на сайтах; по-друге, у ході соціологічного дослідження «Луганськ – 2010: місцеві вибори і міська громада», що проводилося колективом кафедри філософії та соціології Луганського національного університету ім. Т. Шевченка (всього було опитано 671 респондента, методом стандартизованого інтерв'ю, вибірка випадкова).

Під час виборчих кампаній вплив ЗМІ на суспільство стає особливо відчутним. Через них відбувається жорстка конкурентна боротьба між елітними групами за ключові позиції в органах влади. Через ЗМІ елітні групи намагаються з одного боку, вплинути на ціннісно-світоглядні орієнтації аудиторії, а з іншого – спонукають людей до мотивації деякого типу політичної поведінки.

Медіа являють собою важливий ресурс у політичній боротьбі та залученні фінансових ресурсів, тому в усьому світі елітні групи намагаються економічно, а по можливості й політично, їх контролювати. Розвиток приватних і комерційних ЗМІ (особливо телебачення) в останні три десятиліття на Заході – яскраве цьому підтвердження. Глобальна лібералізація економіки, зменшення регулюючої ролі держави з усією очевидністю проявляються і в ЗМІ. Уряди дуже часто віддають пріоритет розвитку комерційного медіа, тоді як можливість для розвитку суспільних медіа скорочуються. Про це пишуть західні дослідники. Наприклад, Е. Гіденс, посилаючись на Д. Хелда, вказує на збільшення концентрації власності ЗМІ, через що міжнародні ЗМІ керуються невеликою кількістю впливових корпорацій, а також на тенденцію переходу від суспільної власності до приватної у багатьох країнах світу [1, 413-414]. У всьому світі намітилась тривожна тенденція монополізації інформаційного простору, в зв'язку з чим формуються гігантські медійні корпорації.

В Україні після проголошення незалежності теж відбулась трансформація ЗМІ. У період існування СРСР мас-медіа функціонували перш за все як ідеологічний інститут і були під контролем держави та КПРС. Перехід від планової економіки СРСР до вільного ринку змусив медіа знаходити альтернативні державним джерела фінансування. Середина 90-х рр. – час появи великих власників, які накопичували різними, не завжди легальними, шляхами власний капітал. Цей процес завершився формуванням великих фінансово-промислових груп, які зосередили у своїй власності значні медіа-активи. Розпочалась концентрація медіаресурсів, що продовжується й дотепер.

Розгорнуту інформацію щодо організаційної структури ЗМІ в Україні відповідно до їх позицій

у провідних елітних групах було опубліковано в газеті «Наше завтра» у 2004 році [2]. Автори публікації в ролі головних діючих фігур у цих елітних групах включили найбільш багатих бізнесменів, що накопичили багатомільйонні активи в різних секторах економіки: дніпропетровської елітної групи – В. Пінчука, київської – В. Медведчука і Г. Суркіса, донецької – Р. Ахметова. Ця інформація представлена нами у табличній формі.

Таблиця 1

Організаційна структура ЗМІ в Україні відповідно до їх позицій в провідних елітних групах станом на 2004 рік.		
Дніпропетровська	Донецька	Київська
Телеканал «ICTV»	ТРК «Україна»	«Інтер»
Телеканал «СТБ»	Газета «Вечірній Донецьк»	«Тет»
Газета «Аргументи і факти в Україні»	Видавничий дом «Сьогодні»	«Студія «1+1»
Інформаційне агентство «Українські новини»	Газета «Сьогодні»	УТ-1
Радіо «Прем'єр» (Дніпропетровськ)	«Інвест-газета»	Українське радіо
Телекомпанія «Приват-ТБ Дніпро» (9-й канал Дніпропетровськ)	Інтернет-видання «Форум»	Газета «Київські відомості»

Під поняттям «організаційна структура ЗМІ» мається на увазі розподіл власності в секторі ЗМІ та їх територіальна локалізація. Елітні групи аналізуються нами з точки зору статусно-функціонального підходу, в якому їх головною ознакою є соціальний статус, місце і роль у системі владних структур, у прийнятті рішень і реалізації управлінських функцій. Вони певним чином структуровані, тобто мають територіальну прив'язку та розподіляються в соціальному просторі по різних полях соціального простору в залежності від об'єму і розміщення капіталу. Провідні елітні групи – соціальні агенти, які, маючи найбільший сукупний капітал, актуалізований у вигляді влади, матеріального багатства, авторитету й престижу, займають найвищі позиції в різних полях соціального простору, зокрема в політичному і економічному.

Міністерство юстиції України з 10 грудня 2008 року відкрило доступ до отримання емпіричних даних про власників друкованих ЗМІ [3], а інформацію про засновників та власників електронних медіа (ТВ та радіо) можна знайти на сайті Національної ради з питань телебачення та радіомовлення [4]. На основі цих емпіричних даних, а також позицій експертів можна скласти уявлення про структуру медіавласності в Україні станом і на 2010 рік. Так, до державних ЗМІ наразі належать Перший національний канал (УТ-1); Національна радіокомпанія України; ДТРК «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення»; ДТРК «Культура», Дирекція телерадіопрограм Верховної Ради України; Обласні державні телерадіокомпанії.

нії (ОДТРК); газета «Урядовий кур'єр» (видання Кабінету міністрів); газета «Голос України» (видання Верховної Ради) та деякі інші. Медіа-група U. A. Inter Media Group Limited (на думку експертів, фактично підконтрольна В. Хорошковському) контролює телеканали «Інтер», «Ентер Фільм»; «К1», «К2», «НТН». Дніпропетровська медіа-група (на думку експертів, фактично підконтрольна В. Пінчуку) контролює: телеканал «Новий»; телеканал «ICTV»; телеканал «СТБ»; газета «Факты»; газета «События и люди»; газета «Дело», журнал «Інвест-газета» та інші видання. Дніпропетровська медіа-група Ігоря Коломойського контролює: телеканал «1+1»; телеканал «2+2»; телеканал «ТЕТ»; телеканал «Кіно»; «Газета по-киевски»; новинний журнал «Главред»; новинний журнал «Профіль»; тижнева газета «Новая»; газета «Известия в Украине»; «Комсомольская правда в Украине». У структуру власності донецької медіа-групи (на думку експертів, фактично підконтрольна Рінату Ахметову) входять: телеканал «Україна»; газета «Сьогодні»; інтернет-видання «Форум», «Інвест-газета», газета «Вечірній Донецьк». Власником «5 каналу» та газети «Правда України» є П. Порошенко. Власниками газет «Экономические известия», тижневика «Коментарі», журналу «Kyiv Weekly»; журналу «Експерт-Україна», сайту «proUa» є В. Гайдук та С. Тарута [3; 4; 5].

Таблиця 2

Організаційна структура ЗМІ в Україні відповідно до їх позицій в провідних елітних групах станом на 2010 рік.		
Дніпропетровська	Донецька	Київська
Телеканал «ICTV»	ТРК «Україна»	Телеканал «Інтер»
Телеканал «СТБ»	Газета «Вечірній Донецьк»	Телеканал «Ентер Фільм»
Телеканал «1+1»	Видавничий дім «Сьогодні»	Телеканал «К1»
Телеканал «2+2»	Газета «Сьогодні»	Телеканал «К2»
Телеканал «ТЕТ»	«Інвест-газета»	Телеканал «НТН»
Телеканал «Кіно»	Інтернет-видання «Форум»	Українське радіо
Газета «Аргументи і факти в Україні»	Газета «Экономические известия»	Газета «Київські відомості»
Інформаційне агентство «Українські новини»	Журнал «Kyiv Weekly»	Газета «День»
Радіо «Прем'єр» (Дніпропетровськ)	Тижневик «Коментарі»	
Телекомпанія «Приват-ТБ-Дніпро» (9-й канал Дніпропетровськ)	Журнал «Експерт-Україна»	

Газета «События и люди»	Сайт «proUa»	
Газета «Дело»	Сайт «КІД»	
Журнал «Інвест-газета»		
Газета «Известия в Украине»		
Газета «Факты»		
Новинний журнал «Главред»		
Новинний журнал «Профіль»		
«Газета по-киевски»		
Газета «Новая»		
«Комсомольская правда в Украине»		

Внесемо деякі пояснення щодо запропонованої нами структури елітних груп. До групи дніпропетровців нами віднесено дві елітні групи, які нерідко знаходяться в стані політичної та економічної боротьби одна з одною. У першій групі головною фігурою є В. Пінчук – керівник ФПГ «Інтерпайп», що контролює десятки підприємств переважно у сфері трубно-промислової та металургії. Вона сформувалась навколо колишнього Президента Л. Кучми, пізніше підтримувала кандидатуру В. Януковича на президентських виборах. У другій дніпропетровській елітній групі головною дійовою особою є І. Коломойський – керівник ФПГ «Приват», що контролює декілька відомих банків, металургійні і феросплавні заводи, нафтодобувні та нафтопереробні підприємства. Політичні орієнтири І. Коломойського пов'язані з Блоком Юлії Тимошенко. Донецька елітна група гуртується навколо Р. Ахметова – голови компанії System Capital Management, С. Тарути і В. Гайдука – лідерів Індустріального союзу Донбасу, В. Януковича. Ключовими фігурами київської елітної групи є В. Медведчук і Г. Суркіс, що накопичили багатомільйонні активи в різноманітних секторах економіки, головним чином у фінансово-промисловому концерні «Славутич». У сфері політики вони були одними з найбільш запеклих опонентів В. Ющенка, підтримуючи на президентських виборах В. Януковича.

Порівняно з 2004 роком, відзначимо тенденцію поступового збільшення медіавласності у всіх елітних групах, особливо це стосується дніпропетровської еліти, яка має серед інших найбільш потужні медіа-активи. Це свідчить про прагнення українських елітних груп економічно та політично контролювати інформаційний простір. Так, наприклад, у власності співвласника групи «Приват» – І. Коломойського опинилися такі телеканали: «1+1», «2+2», «ТЕТ» (придбаний у братів Суркісів), «Кіно». «Інтер», один з найбільш популярних українських телеканалів, опинився у власності В. Хорошковського. Процес зміни власника супроводжувався низкою скандалів всередині політичної еліти. Була навіть створена спеціальна парламентська комісія, яка вивчала це питання, його

обставини, що зайвий раз доводить, що великий медіабізнес в Україні не існує поза політикою та перебуває під сильним тиском її поля [6].

Таким чином, масштабний процес приватизації українських мас-медіа призвів до утворення потужних інформаційних холдингів. У структуру цих холдингів дуже часто входять не тільки центральні, але й регіональні ЗМІ. Так, на Луганщині найбільш значимі для населення місцеві ЗМІ контролюються впливовими представниками регіональної еліти. Наприклад, телеканал ЛКТ через ЗАО «Фонд» (що контролює завод «Луганськ-емаль», Лисичанський завод гумових технічних виробів, Стахановський завод технічного вуглецю), належить одному з найбільших місцевих бізнесменів, депутату Партії регіонів О. Кисельову. Ще один з найбагатших людей із регіональної бізнес-еліти Луганщини, депутат Партії регіонів, В. Ландик (власник Старобельського механічного заводу, багатьох об'єктів торгової нерухомості) контролює телеканал «Ірта» і газету «Вечірній Луганськ» [7]. Телеканал ЛОТ є державним, хоч за критичними висловлюваннями деяких громадських діячів, функціонуючи за рахунок бюджетних коштів, його інформаційне наповнення орієнтоване на відстоювання інтересів партії влади – Партії регіонів і критику політичних опонентів [8].

Газетні видання також часто контролюються представниками великого бізнесу та політики. Газетне видання «Вечірній Луганськ» – регіонала В. Ландика; «Жизнь Луганска» – Луганської міської ради та Луганського міського голови; «Молодогвардеец» – народного депутата від БЮТ – А. Ягоферова; «Реальная газета» (адреса сайту – [www.realgazeta.com.ua](http://www.realgazeta.com.ua)) належить і фінансується депутатом від фракції БЮТ – Н. Королевською; комунальне видання облради «Наша газета» – М. Северіном, він же контролює інформаційний портал «Ракурс плюс» ([www.rakurs.pl.ua](http://www.rakurs.pl.ua)) та газету «Ракурс»; керівником газети «XXI век» (адреса сайту – [www.xxi.com.ua](http://www.xxi.com.ua)) є Ю. Юров (права на видання газети належить медіа-корпорації «Новий Донбас», яка контролюється лідером обласної організації партії «Єдиний центр» В.Дзюном); газета «Свободный репортер» (адреса сайту – [www.freereporter.com.ua](http://www.freereporter.com.ua)) утворена і функціонує за рахунок місцевого підприємця, функціонера БЮТ і лідера місцевого «Народного фронту» – Г. Пригеби; «Коммунист» є власністю КПУ (лідер – П. Симоненко); «Жизнь региона» – Партії регіонів; «Восход» – ПСПУ (адреса сайту <http://voshod.ucoz.ua/>). Інформаційне агентство «Паралель-медіа» ([parallel-media.com.ua/](http://parallel-media.com.ua/)) фінансується місцевим підприємцем В. Даніеляном, членом бюро обласного БЮТ; газетне видання «Свобода» – ВО «Свобода» (адреса сайту <http://www.luhansk.svoboda.org.ua/>) [там же].

Отже, конфігурація системи ЗМІ в Україні в цілому відповідає конфігурації відносин між елітними групами. Така організаційна структура ЗМІ перетворює їх на знаряддя елітних груп. Доречним з цього приводу є зауваження І. Кононова про те, що вони мають синдром позитивного висвітлення діяльності конкретних підприємств та тих,

хто їх очолює на фоні економічної кризи в країні, що є наслідком примусу еліти по відношенню до ЗМІ [9, 330-360]. На думку українського вченого, який за допомогою соціологічних методів вивчав обласну пресу, наслідком цього є слабка вираженість інтересів мешканців області у місцевих ЗМІ, перебування останніх поза сутнісним дискурсом про майбутнє країни, відсутність у них спроб вироблення раціонального розуміння міжетнічних та регіональних відносин в Україні, незначний вплив громадськості на цей процес.

Тепер подивимось на те, як самі мешканці на Луганщині користуються інформацією стосовно виборів у місцеві органи влади. Нижче, в таблиці 3, наведені дані щодо джерел інформації, якими користуються на Луганщині.

Таблиця 3

Джерела одержання інформації щодо майбутніх виборів у місцеві органи влади респондентами (%)

№ п/п	Варіанти відповідей	Частота	Відсоток до кількості опитаних N=671
1.	Газети	379	56,5
2.	Телебачення	526	78
3.	Інтернет-сайти	67	10
4.	Радіо	134	20
5.	Особисте спілкування з людьми	77	11,5
6.	Зустрічі з кандидатами та інші спеціальні заходи до виборів	11	1,6
7.	Вулична реклама	105	15,6
8.	Листівки	153	22,8
9.	Інше	14	2,1
10.	Важко відповісти	19	2,8
11.	Не відповіли	7	1

Примітка: респонденти мали можливість вибирати декілька відповідей.

На основі табличних даних помітна тенденція лідерства телебачення в полі масової комунікації. Саме його використовує більшість мешканців Луганщини (78% опитаних) як головне джерело політичної інформації. Відчутна в цьому значенні й роль газет. В якості джерела інформації щодо виборів у місцеві органи влади ними користувались 56,5% опитаних респондентів. Далі по убаванню йдуть листівки (22,8%), радіо (20%), вулична реклама (15,6%), особисте спілкування з людьми (11,5%), Інтернет-сайти (10%), зустрічі з кандидатами та інші спеціальні заходи до виборів (1,6%) побіжно вказує на кризовий стан публічної сфери, що є симптоматичним для України в цілому. Дискусії між

людьми та їх участь у дебатах з кандидатами на офіційні політичні посади – важливий показник розвиненості політичної культури та демократії. Їх відсутність призводить до спотворення демократії, виродження її в імітативні форми, адже сфера публічного за таких умов стає фікцією: політика, репрезентована лише через мас-медіа, розігрується у парламенті як своєрідна п'еса, а суспільна думка формується не за допомогою відкритої і раціональної дискусії, а здебільшого – через маніпулювання та контроль над інформаційними каналами. Ю. Габермас, до речі, вважає кризу публічної сфери загальною тенденцією розвинутого капіталізму, коли сфера публічності дедалі більше й більше підпорядковується владним структурам, які втрачають свою прозорість [10, 165-166].

З таблиці 4 помітна тенденція розподілу каналів масової комунікації як джерела інформації щодо виборів серед мешканців Луганщини за віком. У більш старших вікових групах люди частіше схильні звертатись до газет, телебачення і радіо як джерела політичної інформації, навпаки у використанні Інтернету помітна зворотна тенденція – у більш старших вікових групах до нього звертаються все менше. Серед тих опитаних, хто використовує Інтернет, 24,9% складає молодь від 18 до 30 років, 12,1% опитаних віком від 31 до 45 років, 8% опитаних віком від 46 до 60 років (таблиця 4).

Таблиця 4

Джерела одержання інформації щодо майбутніх виборів у місцеві органи влади респондентами (%)

№ п/п	Варіанти відповідей	Вік			
		18-30	31-45	46-60	61-100
1.	Газети	33,9%	48,2%	61,4%	68,6%
2.	Телебачення	63,3%	80,9%	84,1%	85,5%
3.	Інтернет-сайти	24,9%	12,1%	8%	1,4%
4.	Радіо	14,7%	16,3%	21%	24,5%
5.	Особисте спілкування з людьми	11,9%	14,9%	15,9%	6,4%
6.	Зустрічі з кандидатами та інші спеціальні заходи до виборів	0,9%	0,9%	2,3%	2,4%
7.	Вулична реклама	27,5%	19,1%	15,9%	8,6%
8.	Листівки	28,4%	19,9%	26,7%	19,5%
9.	Інше	2,8%	1,4%	3,4%	2,8%

Примітка: респонденти мали можливість вибрати декілька відповідей.

Якщо звернутися до телевізійних аудиторій, то можна помітити, що під час місцевих виборчих кампаній мешканці Луганщини для отримання політичної інформації до місцевих телекомпаній

звертаються частіше, ніж до загальнонаціональних (таблиця 5).

Таблиця 5

Джерела одержання інформації щодо майбутніх виборів у місцеві органи влади респондентами (телекомпанії) (%)

№	Варіант відповіді	Число виборів	% виборів
1.	ІРТА	8	29.6
2.	ЛКТ	7	25.9
3.	Інтер	7	25.9
4.	ЛОТ	12	44.4
5.	Свобода слова	1	3.7
6.	1-й канал	3	11.1
7.	1+1	3	11.1
8.	ТРК Україна	2	7.4
9.	СТБ	1	3.7
10.	ІСТV	2	7.4
11.	5-й канал	2	7.4
	Всього	48	177.6

Примітка: респонденти мали можливість обирати декілька варіантів відповідей.

Ця ж сама тенденція спостерігається й при аналізі газетних видань. В обслуговуванні місцевого політичного дискурсу головну роль відіграють обласні, міські та районні газети. Саме вони виступають основними каналами масового впливу на суспільну свідомість. До загальноукраїнських газет звертаються набагато менше (таблиця 6). Відмітимо й незначний інтерес мешканців Луганщини до ЗМІ, які відображають інтереси та політичні позиції окремих політичних сил або кандидатів.

Таблиця 6

Джерела одержання інформації щодо майбутніх виборів у місцеві органи влади респондентами (газети) (%)

№	Варіант відповіді	Число виборів	% виборів
1.	Луганская правда	4	7.7
2.	Вечірній Луганськ	2	3.8
3.	Факты Луганска	1	1.9
4.	Наша газета	2	3.8
5.	Известия	6	11.5
6.	Ведомости Луганщины	3	5.8
7.	Жизнь Луганска	6	11.5
8.	Молодогвардеец	6	11.5
9.	Искра	1	1.9
10.	Экспресс-клуб	1	1.9
11.	Экспресс-новости	3	5.8
12.	Вечерний город	1	1.9

13.	Ракурс	9	17.3
14.	Луганськ	2	3.8
15.	Труд	1	1.9
16.	Жизнь региона	1	1.9
17.	Факты	2	3.8
18.	Коммунист	3	5.8
19.	Фокус	1	1.9
20.	Городской вестник	1	1.9
21.	Агітаційні газети	4	7.7
22.	XXI век	8	15.4
	Всього	68	134

Примітка: респонденти мали можливість обирати декілька варіантів відповідей.

Висновки. В результаті проведеного дослідження, по-перше, виявлено організаційну структуру сучасних ЗМІ в Україні відповідно до їхніх позицій в елітних групах. У фокусі нашої уваги опинилися, перш за все, всеукраїнські ЗМІ, а також ті, які діють у Луганській області. По-друге, виявлено, з яких джерел мешканці Луганської області найчастіше отримують інформацію про вибори у місцеві органи влади. Це становило певну новизну нашого дослідження. На нашу думку, існуюча організаційна структура ЗМІ не сприяє демократичному політичному дискурсу щодо майбутнього країни під час проведення виборчих кампаній як на національному, так і на місцевому рівнях. Порівняно з 2004 роком спостерігається тенденція до збільшення частки власності в секторі ЗМІ у найбільш

потужних елітних групах. Утворення потужних інформаційних холдингів, у структуру яких часто входять не тільки центральні, але й регіональні ЗМІ, під час приватизації українських мас-медіа, призвело до їх перетворення в організаційні відділи найбільш впливових патрон-клієнтельних груп. У цьому зв'язку, вони обслуговують інтереси політичних партій або організацій, які борються за створення «своїх» депутатських представництв у центральних і в регіональних органах влади. Інтереси мешканців українських областей в такому разі не можуть бути повноцінно актуалізовані через ЗМІ, народні маси перебувають поза сутнісним дискурсом про майбутнє країни, вони виступають, перш за все, як об'єкти маніпуляційного впливу, чому сприяє й нерозвиненість публічної сфери в Україні. Емпіричне дослідження «Луганськ – 2010: місцеві вибори і міська громада» виявило наступні тенденції: лідерство телебачення в полі масової комунікації, значну при цьому й роль газет. Для отримання політичної інформації до місцевих телекомпаній звертаються частіше, ніж до загальнонаціональних. Ця ж сама тенденція спостерігається і при аналізі газетних видань: в обслуговуванні місцевого політичного дискурсу головну роль відіграють обласні, міські та районні газети. Відмітимо й незначний інтерес мешканців Луганщини до партійних ЗМІ, які відображають інтереси та політичні позиції окремих політичних сил або кандидатів. У більш старших вікових групах люди схильніші звертатись до газет, телебачення і радіо як джерел політичної інформації, навпаки у використанні Інтернету помітна зворотна тенденція – у більш старших вікових групах до нього звертаються все менше.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Гидденс Э. Социология / При участии К. Бердсол: Пер. с англ. Изд. 2-е. – М. 2005. – 632 с.
2. Кто завладел Украиной // Наше завтра. – 2004. – 5 августа. – №158. – С. 3.
3. Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності <http://dzmi.informjust.ua>
4. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення <http://www.nrada.gov.ua/ua/derzhavniyreestr.html>.
5. Лещенко С. Орбіти політичних медіа: сфера впливу Пінчука, Ахметова, Порошенка, Ющенка... // [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/)
6. Наем М., Лещенко С. Олігархічні війни: як продавали канал «Інтер» // <http://www.pravda.com.ua/articles/2008/07/29/3503640/>
7. Самые богатые люди Луганщины // Форум Луганского общенародного движения «Единение» [http://edinenie.lg.ua/index.php?option=com\\_kunena&Itemid=5&func=view&id=147&catid=8](http://edinenie.lg.ua/index.php?option=com_kunena&Itemid=5&func=view&id=147&catid=8)
8. Кто кому чего... // [yadocent@livejournal.com](mailto:yadocent@livejournal.com)
9. Кононов І.Ф. Етнос. Цінності. Комунікація. (Донбас в етнокультурних координатах України). – Луганськ: Альмамагер, 2000. – 493 с.
10. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія. – К.: Лібра, 1999. – 488 с.