

# Медіавпливи на електоральні потреби виборців в Україні

Аліна Петрушка

Кафедра журналістики, Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка С. Дем'янчука, УКРАЇНА м. Рівне, вул. акад. С. Дем'янчука, 4,  
E-mail: alina.stashko@gmail.com

*Main objective of the study is to analyze the activities and development tendencies of Ukrainian mass media on the eve of parliamentary elections of 2012. Methodology of the research is based on the use of historical and comparative-historical method in the analysis of the political content in mass media. The effect of information heredity as a factor of election functioning the mass media, organization specialties of the mass media, the effect of political content carriers of the mass media, specialties of a particular mass media group activities are analyzed. The methodology for complex analysis of the mass media in election conditions is proposed.*

Ключові слова – вибори, влада, мас-медіа, свобода, цензура.

## Вступ

Реалії сучасного українського політичного та мас-медійного просторів примушують шукати історичні паралелі з минулим, в якому “кувалися” проблеми сьогодення українських ЗМІ. Актуальність представленого дослідження зумовлена цілою низкою чинників, що узагальнено охоплені проблематикою інформаційної взаємодії мас-медіа і влади в передвиборний період. Аспекти проблематики інформаційної взаємодії мас-медіа і влади в передвиборний період стали об'єктом наукових зацікавлень. Окремі аспекти функціонування мас-медіа в передвиборний період аналізували українські вчені В. Різун, В. Іванов, О. Чекмишев, Г. Почепцов. Метою статті є аналіз тенденцій діяльності українських мас-медіа перед виборами до Верховної Ради України 2012 року, що потребує розв'язання завдань: проаналізувати ефект інформаційної спадковості як важливого чинника передвиборного функціонування ЗМІ; вивчити особливості організації ЗМІ в передвиборний період; систематизувати ефект носіїв певного політичного контенту мас-медіа; запропонувати аналіз конкретної групи мас-медіа в передвиборних умовах.

## Основна частина

Напередодні парламентських виборів 2012 року набули тотального характеру явища згортання контрольних функцій ЗМІ щодо поширення в суспільстві достовірної інформації про ситуацію в країні і світі, що було спричинено концентрацією основних засобів масової інформації в руках найбільших українських олігархів, використанням

інструментарію засобів масової інформації для боротьби з політичною і бізнесовою опозицією, керування та контроль засобів масової інформації з боку владних структур в потрібному їм напрямі, репресіями проти ЗМІ, відсутністю незалежного суспільного мовлення. Зрощення інтересів власників мас-медіа та органів влади призвело до розвитку таких негативних явищ, як зростання цензури держави та у самоцензурі журналістів та власників [1]. Найпопулярніші телеканали та друковані ЗМІ підтримували авторитет влади і утримувалися від жорсткої її критики, оскільки влада застосовувала такі інструменти управління мас-медіа, як накладання фінансових та адміністративних штрафів, надання вагомих преференцій провладним мас-медіа регуляторному сенсі. Напередодні виборів до Верховної Ради України відчутно збільшилася кількість порушень прав журналістів і свободи слова, медіа патології ставали все сильнішими, а суспільство мало доволі обмежений доступ до адекватної та достовірної інформації.

До ключових гравців медіа ринку напередодні парламентських виборів 2012 року належать телебачення, преса, Інтернет [2].

В Україні існував сегмент державних мас-медіа, але вони не відігравали суттєвої ролі. ЗМІ були зосереджені в руках кількох політичних і бізнес-груп. Симбіоз власників мас-медіа та органів влади призводить до розвитку негативних явищ: цензури держави, що виявлялася у тиску на власників ЗМІ та журналістів насамперед новинних програм, редакторів місцевих та регіональних газет; самоцензури журналістів та власників, що втілювалася як самостійний вибір журналістом тієї інтерпретації фактів, яка була вигідною для політичних чи економічних інтересів панівного середовища.

## Висновок

Методологія комплексного аналізу діяльності мас-медіа в передвиборних умовах ґрунтується на системному вивченні: інформаційної спадковості як важливого чинника передвиборного функціонування мас-медіа; особливостей організації мас-медіа в передвиборний період; специфіки реалізації певного політичного контенту мас-медіа; особливостей діяльності конкретної групи мас-медіа в передвиборних умовах.

## Література

1. Мітчук О.А. Українська ліберальна інформаційна культура в системі соціальних комунікацій : монографія / О.А. Мітчук. – Рівне, 2014. – 320 с.
2. Парсонс Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – М.: Академический проект, 2000. – 880 с.