

## КОНТРОЛЬ НАД ЗМІ В ЕПОХУ КУЧМИ: РОЛЬ ОЛІГАРХІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНИ

**Сегеда Ростислав Антонович**

кандидат історичних наук,  
доцент кафедри історії та етнології України,  
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, м. Київ  
e-mail: r.a.seheda@npu.edu.ua  
<https://orcid.org/0009-0006-2334-3788>

**Бунчужна Софія Володимирівна**

студентка магістратури,  
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, м. Київ  
e-mail: bun4uzhnaya@gmail.com

***Анотація.** У статті аналізується та розкривається взаємозв'язок між Президентом України Леонідом Кучмою у 1990-х та початку 2000-х років та становленням олігархічної системи в Україні. Розглядається роль Кучми та його зв'язок з олігархічним кланом України часів його президентства. У дослідженні представлено поглиблений аналіз впливу олігархів на інформаційний простір України за часів президентства Кучми. Проаналізовано основні аспекти контролю над ЗМІ, володіння олігархами медіа-ресурсами та їхній вплив на формування інформаційної ситуації в Україні. Дослідження акцентує увагу на політичному та економічному контексті перших десяти років незалежності України, в якому Кучма відіграв важливу роль у здійсненні економічних реформ та приватизації і мав значний вплив на формування олігархічних структур. Особлива увага приділяється процесу приватизації та його впливу на появу олігархічних груп. Також проаналізовано вплив таких відомих олігархів, як Рінат Ахметов, Ігор Коломойський та Віктор Пінчук, на володіння та контроль над ЗМІ, а також на їхню редакційну політику. На основі всебічного аналізу історичних фактів і подій вдалось дійти висновку, що контроль олігархів над ЗМІ мав значний вплив на інформаційний простір України.*

***Ключові слова:** президент, Леонід Кучма, олігархія, медіаактиви, ЗМІ, приватизація.*

**Постановка проблеми.** За час перебування Леоніда Кучми на посаді Президента України, еліта, яка його оточувала, збагачувалась високими темпами. Відбулось створення такої категорії суспільства, як олігархат. Політика приватизація дозволила окремим групам людей зосередити у своїх руках велику кількість влади, що призводило до контролю ними всіх сфер суспільного впливу на громадську думку. Під контролем олігархічних кланів знаходилась більшість тогочасних газет, телеканалів та інших медіаактивів. У результаті у руках олігархічної системи, була зосереджена економічна та політична влада, контроль над якими підривав демократію та законність у країні.

---

**Мета** статті полягає в актуалізації знань впливу другого Президента України та його оточення на інформаційний простір України, контроль олігархату за мас-медіа та їх подальший вплив на загальний розвиток держави.

**Історіографічний та джерельний огляд.** Останнім часом тема другого й одночасно третього Президента України викликає все більшу зацікавленість у істориків, журналістів та політологів. В сучасній українській історіографії з'явилась низка робіт, присвячена дослідженню президентського впливу на формування олігархічних кланів та їх взаємозв'язком з сьогоденням країни. Вагомою частиною дослідження є вивчення періодичних видань на кшталт газет «Голос України», «День», «Україна молода» та ін. На їх сторінках чітко простежується розвиток та вплив проведених президентських реформ на творення олігархату в Україні.

**Виклад основного матеріалу.**

***Формування олігархічних структур у період Кучми.***

Обрання Леоніда Даниловича Кучми на позачергових виборах у липні 1994 року на президентську посаду дало початок новому етапу в процесі формування молоді незалежної української держави. Однак одразу після обрання глава держави зіткнувся з великим комплексом проблем у різних сферах суспільного життя та господарсько-промислового комплексу, і найскладніші з них очікували його в економічній сфері [Неклюдов, 2019, с. 198].

Леонід Кучма активно сприяв економічним реформам, спрямованим на становлення ринкової економіки та залучення іноземних інвестицій. Важливим елементом економічних реформ стала приватизація державної власності. Цей процес зміцнив ринкові відносини і сприяв формуванню нового прошарку суспільства – олігархії. Приватизація призвела до формування олігархічних груп, які контролювали великі компанії та взаємодіяли з політичною елітою.

Одна з ключових економічних реформ за часів президенства Л. Кучми, була програма приватизації державних підприємств та активів. Ця програма була спрямована на перехід з державної власності до приватної в меті покращення управління підприємствами та стимулювання їхнього розвитку. Кучма підтримував приватизацію, як засіб створення конкурентоспроможних підприємств.

Також, за Кучми, був реформований банківський сектор. Була проведена модернізація банківської системи та створення банківських норм і правил для підвищення фінансової стабільності. Важливим кроком було введення державної валюти – гривні, що сприяло стабілізації фінансового ринку та споживчої вартості грошей.

Кучма прагнув розвивати зовнішні економічні зв'язки України та залучати іноземні інвестиції в країну. Він активно співпрацював з міжнародними фінансовими організаціями, такими як МВФ і Світовий банк, для отримання фінансової підтримки та технічної допомоги.

Але не варто забувати, що кожна проведена реформа мала і зворотній бік медалі. Так процеси приватизації, та в цілому і інші реформи, часто супроводжувалися корупцією, і впливові бізнесмени та політики здобували контроль над ключовими підприємствами через недійсні угоди та корупційні схеми.

Леонід Кучма не жалів слів на обіцянки про проведення широкомасштабних реформ, які б зачепили всі сфери суспільного життя, проте багато з них так і не були виконані повністю або були здійснені неякісно, з затримкою.

---

Однією з найбільших вад часів президенства Кучми є формування олігархічних структур, які мали вплив (як і окремі олігархи) на політику і економіку країни. Цей вплив, впродовж двох каденцій Кучми супроводжувався лише посиленням та розповсюдженням своєю корупційної мережі.

У державі відбувалося стрімке зростання тіньових форм збагачення, зокрема й у відкрито кримінальних проявах. Л. Кучма у своїй доповіді «Шляхом радикальних реформ» заявив: «...Грубі прорахунки в економічній політиці спричинили загрозливе зростання тіньової економіки. На її основі в суспільстві утворилася напівкримінальна «п'ята влада», яка серйозно конкурує з державою. Так, нині майже третина грошей перебуває поза банківським обігом...» [Кучма, 2008, с. 59].

Уряд України приймав різні приватизаційні програми, спрямовані на передачу державних підприємств у приватні руки. Спочатку процес здійснювався через «купонну приватизацію» та програму «Малої Приватизації», але пізніше були реалізовані критичніші заходи – продаж великих об'єктів через аукціони та тендери у олігархічні кігті.

Найчастіше весь процес приватизації супроводжувався корупцією та доволі хитрими схемами. Багато впливових осіб, включаючи олігархів, використовували свій вплив для того, щоб отримати контроль над стратегічно важливими підприємствами за зниженими цінами.

Приватизація дозволила впливовим бізнесменам залучити до своєї власності ключові підприємства та активи, що лише посилювало їхній вплив на політичній арені. Олігархи володіли різними секторами економіки, такими як енергетика, металургія, медіа, що надавало їм великий вплив на політику та економіку країни.

Після окупації олігархами економічного сектору країни, було логічно перейти на засоби масової інформації, отримуючи таким чином можливість формувати та впливати на громадську думку. Це дозволяло їм контролювати інформаційний простір, а також підтримувати та просувати свої політичні та економічні інтереси. Вони вкладали кошти в партійні фонди, фінансували кампанії та забезпечували себе підтримкою ключових політичних діячів.

Партійні структури та фракції часто служили майданчиком для об'єднання бізнес-та політичних інтересів. Олігархи стали впливовими учасниками політичних структур та використовували їх для втручання в законодавчий процес.

Президент Л. Кучма в роки свого президентства працював з трьома основними олігархічними групами System Capital Managment (SCM) Ріната Ахметова (Донецьк), «Інтерпайп» Віктора Пінчука (м. Дніпропетровськ) і Київським кланом на чолі з Григорієм Суркісом і Віктором Медведчуком. Після "помаранчевої революції" провідні роль зачинають відігравати 214 чотири олігархічні групи: System Capital Managment, EastOne Group (колишній «Інтерпайп») і два створених після 2004 року: Індустріальний союз Донбасу на чолі з Віталієм Гайдуком та Сергієм Тарутою і Група Приват з Дніпропетровська на чолі з Ігорем Коломойським [Мацієвський, 2010, с. 553-570].

Найбільш впливові олігархічні клани: київський, дніпропетровський та донецький. Всі ці клани мали можливість впливу на політичну реальність України через інструмент, як власні засоби масової інформації (у тому числі преса, радіо і телебачення), і їх економічний потенціал [Kapuśniak, 2010, с. 523-524].

---

Це все призводило до контролю над владою з боку регіональних груп до перерозподілу медіапростору серед регіональних еліт. Дніпропетровська група на чолі з В. Пінчуком контролює ICTV, СТБ, Дніпропетровський 11-й ТК, Кіровоградське телебачення, частку ТК 1+1. Київська група, яка асоціюється з В. Медведчуком та Г. Суркісом, контролює ТК ТЕТ та Інтер. Андрій Деркач та Вадим Рабинович мали важелі впливу на ТК Ера, мережу ОНІКС. Донецька група на той час впливала на роботу журналістів ТК УТ-1 та УТ-2 і частково на «Інтер» у Донецькій області. Після того, як лідер фракції «Наша Україна» заявив про створення медіа холдингу, у 2003 р. створюється «5 канал», власником якого був Петро Порошенко, член партії «Наша Україна». Таким чином, приватний капітал, рівень статусу регіонального керівництва та рівень зв'язків з олігархами, а також використання бюджетних коштів вплинуло на розподіл медіапростору в країні. Головна мета – захист політичних інтересів своїх засновників за допомогою інформації [Мацшина, 2018, с. 71].

Донецький клан був найсильнішим в Україні, керівник групи – Рінат Ахметов, статки якого сягали 30 мільярдів доларів. Група контролювала всі великі компанії в Донецькій області та частині Луганської. Напрямки діяльності групи: металургія, газотранспорт, виробниче обладнання, хімічне виробництво. Група підтримувала Віктора Януковича і Партію Регіонів. Група мала такі ЗМІ: Телеканал «Україна», ТВ «Табачук», газета «Сегодня», ПіК, «Робітнича газета» [Jędraszczuk, 2010, с. 55-59].

Аналізуючи діяльність політичної еліти часів Л. Кучми можна виділити три групи, які мали певний вплив на характер зміни політичного режиму:

- правляча еліта: здебільшого складалася з колишніх партійних функціонерів та представники обласних, районних та підприємницьких партійних структур;
- тіньова еліта, яка мала великий вплив серед соціальних прошарків суспільства у регіонах та фінансово-олігархічні представники, які захищали інтереси бізнесу під час політичної дестабілізації;
- контреліта: політики, які втратили владу і політики, які йшли до більшої влади.

Особливо хочеться відзначити «олігархічне тріо» Кучми, яке було найактивнішим за часів його каденції. Ті, хто володіли найбільшими активами країни, приймали участь у найгучніших скандалах та корупційних схемах.

Далі вже більш детально розглянемо історію становлення та вплив трьох основних олігархів за цей період: Ріната Ахметова, Ігоря Коломойського та Віктора Пінчука.

#### ***Олігархи та власність над ЗМІ.***

У період президентства Л. Кучми в Україні олігархи володіли значною частиною медіа галузі, включаючи телеканали, газети, радіостанції та інші медіа-ресурси.

Рінат Ахметов виріс у східних регіонах України і вже в 90-х роках став одним із найбагатших людей країни. Економічні активи зосереджував на видобутку вугілля, металургії та енергетиці. Володів одним з найвпливовіших телеканалів країни – «Україна», завдяки якому налагоджував тісні зв'язки з політичними елітами, яких використовував в подальшому для захисту та розширення своїх бізнес-інтересів.

---

Ігор Коломойський активно інвестував у банківську галузь та промисловість, розвиваючи свою фінансову та промислову імперію. Його бізнес об'єднував активи в різних галузях, включаючи металургію та засоби масової інформації. Коломойський контролював телеканали 1+1 та 5 канал, що забезпечувало йому вплив на телебачення та інформаційний простір.

Віктор Пінчук, зять Президента Л. Кучми, володів телеканалом ICTV, що був також одним із найпопулярніших та впливових телеканалів в Україні. Використовував свої зв'язки для лобіювання своїх інтересів та створення сприятливих умов для свого бізнесу

Олігархи докладали чимало зусиль для корегування тематику публікацій ЗМІ. Це дозволяло їм впливати на інформацію, яку транслювали обрані телеканали, на спосіб подачі інформації, обираючи актуальні для себе теми для висвітлення. Таким чином вони створювали сприятливий образ для себе, для їхніх політичних та інших інтересів. В більшості випадків інформація була вибірковою та необ'єктивною.

Безпосередньо влада олігархів в ЗМІ впливала на свободу слова та демократії в Україні. До публікації в медіа-ресурсах не допускалась критика або розслідування щодо діяльності олігархів та їх оточення.

Особливо цікавими були методи здійснення контролю над ЗМІ та медіа-ресурсами: приватизація ЗМІ, фінансовий тиск, створення власних телеканалів, політичні зв'язки, концентрація влади. Олігархи залучали всі можливі методи контролю, щоб телеканали, газети, окремі журналісти боялись наслідків після своїх публікацій. Неодноразовими були випадки шантажу, переслідувань та навіть вбивств журналістів, які були «незручними» для влади.

Наприкінці 1994 року було створено Міністерство у справах преси та інформації, яке реєструвало друковані ЗМІ, забезпечувало інформаційну безпеку тощо. Протягом 1994 – 1995 років новостворена Національна рада з питань телебачення і радіомовлення провела процес обов'язкового ліцензування всіх телерадіокомпаній. В листопаді 1995 року було впроваджено жорстку ієрархічну вертикаль прес-служб усіх органів виконавчої влади, роботу яких координувала прес-служба Президента. Саме з останньою слід було узгоджувати підготовку тих матеріалів для ЗМІ, які «містять оцінки внутрішньої та зовнішньої політики держави, які можуть мати важливий суспільний резонанс» [Початки олігархізації, 2011, с. 20].

Дослідники підкреслюють, що в 1994 – 1998 роках на інформаційний простір «значно впливала політична конкуренція між Президентом (урядом) та парламентом, а точніше між Президентом та опозицією у парламенті» [Все про медіа регіонів України, 2000, с. 8]. Протистояння законодавчої і виконавчої гілок влади, поміж усім іншим, передбачало відповідь на запитання, яка з них контролюватиме інформаційну сферу. Політично спритнішим виявився Президент: йому вдалося переграти парламент, фактично підпорядкувати собі Міністерство інформації та забезпечити кращі умови свого висвітлення у ЗМІ.

---

### *Політичний вплив олігархів через ЗМІ.*

Високі тарифи на доставку преси, високе мито на поліграфічне обладнання й імпортований папір зробили державну структуру «Укрпошту» монополістом у розповсюдженні друкованої преси. А заробітна плата журналістів не дозволяла їм бути незалежними. Тому починають з'являтися замовні матеріали, компромати, особливо під час виборчих кампаній [Мацишина, 2019, с. 153].

Фінансування політичних партій та кандидатів – було найважливішим важелем впливу олігархів на політичне майбутнє країни. Вони просували цікавих їм кандидатів на ефірах приватизованих телеканалів, висвітлювали діяльність партій у проплачених рекламних виданнях, організовували різноманітні заходи для ще більшого просування вподобаного кандидата. Як наслідок, політичні сили, яких підтримували олігархи, мали значні фінансові ресурси для забезпечення свого успіху на виборах.

Володіючи великими медіа-активами, олігархи використовували цей ресурс для впливу на громадську думку, для контролю потрібних їм настроїв людей. Олігархи розглядали події та політичні рішення крізь призму власних інтересів і використовували ЗМІ для спотворення іміджу своїх конкурентів.

Економічна залежність ЗМІ від олігархів дозволила їм не лише задавати інформаційний тон, а й акцентувати увагу на конкретних подіях та проблемах. Це створило несприятливі умови для об'єктивного висвітлення подій і забезпечило вплив олігархів на загальну політичну реальність.

Фінансування олігархів впливало на редакційну політику та зміст публікацій, визначаючи, на яких питаннях медіа акцентують увагу, а які ігнорують. Редакційна політика визначалася не лише журналістською етикою, але й фінансовими інтересами олігархів. Це призводило до упередженого висвітлення подій та приховування інформації, яка могла зашкодити інтересам олігархів та їхній політичній підтримці.

Одним з прикладів є вплив олігарха Віктора Пінчука на вибори 1999 року, коли він активно сприяв створенню позитивного образу свого тестя, кандидата в Президенти України – Леоніда Кучми. Під створенням мається на увазі висвітлення Кучми в публікаціях та телепрограмах виключно з позитивного боку, перебільшуючи його здобутки.

На противагу стає Ігор Коломойський, який під час помаранчевої революції 2004 року, навпаки, використовував свої медіаактиви для підтримки опозиційних сил, як героїчних борців за демократію.

Медіаполе за часів 1994 – 2004 рр. було доволі суперечливим: з одного боку – жорсткий тиск влади на формування порядку денного, з іншого – відкриті декларації ЗМІ про незалежність та невідконтрольність такому тиску. На виході український споживач медіапродуктів отримав уявлення, що ЗМІ – самостійний учасник політичних процесів в країні, що відповідально надає інформацію про політику. Центр контролю над ЗМІ з боку власників бізнес-структур було перекрито дифузією інформаційних матеріалів, що будувалися на відносній критичності до влади та прихованим просуванням інтересів влади через медіадискурс [Мацишина, 2019, с. 155].

---

### *Цензура та редакційна політика.*

З приходом до керівництва Адміністрацією Президента В. Медведчука у середині цієї структури було створено управління інформаційної політики, яке очолив Сергій Васильєв. І саме у цей час починають з'являються т. зв. «темники» як символ диктатури влади, яка відкрито продемонструвала бажання контролювати інформаційні потоки в країні. «Прохання ігнорувати», – саме така резолюція стоїть практично біля всіх повідомлень про заплановані опозицією заходи в документі, авторство якого приписують Головному управлінню інформаційної політики Адміністрації Президента України. Опублікований на минулому тижні багатьма інтернет-виданнями, цей документ нібито призначається для керівників усіх центральних ЗМІ» [Україна молода, 2001]. У серпні 2002 р. депутат фракції Наша Україна Олег Рибачук оприлюднив цей документ, який містить конкретні вказівки щодо того, як мають реагувати газети і телеканали на політичні події в країні [Мацишина, 2018, с. 71].

В рік Помаранчевої революції все частіше «темники» ставали приводом для відкритих виступів журналістів. До тих, хто відмовлявся виконувати інструкцію про характер висвітлення новин, приймалися відповідні заходи. Переділ інформпростору завершився відлученням від ефіру радіо Свободи і закриттям радіо «Континент», на хвилях якого транслювалися новини українських редакцій авторитетних міжнародних радіо станцій – ВВС, Голос Америки, Німецька хвиля, Польське радіо. Так країну навмисно позбавляли інформаційних каналів, які діяли за правила журналістських стандартів, а не за принципом сили.

Але 28 жовтня 2004 р. в історії української журналістики сталася революція. Понад 40 журналістів і редакторів шести провідних телеканалів – ICTV, Нового, Тонісу, Інтера, 1+1 та НТН заявили про тиск влади на канали і висловили проти нього протест. «Тележурналісти пояснили необхідність своєї заяви “загрозою освітлення вирішального періоду виборів у спотвореному вигляді”. Вони взяли на себе ряд зобов'язань, зокрема, інформувати про всі важливі події і представляти всі важливі точки зору» [Мацишина, 2018, с.72].

Проблематика парламентських виборів у 1994 р., спричинила низку дебатів та критику проєктів майбутньої конституційної основи, що наповнили медіаресурси країни. Символами, що апелювали журналістські матеріали створюючи жваву інтерпретаційність, – були державні символи, статус російської мови, права власності, повноваження Президента та статус Криму. Щоб призупинити конституційну невизначеність, Л. Кучма вдався не до переконань, а до риторики загроз. Це була перша парламентська криза, що продемонструвала депутатам незламний характер Президента в питаннях, що для нього були важливі. Дослідники правління Л. Кучми зазначають, що тактика залякування була головною стратегічною ознакою Президента. Час від часу з'являлась тема референдуму з метою тиску на політичних опонентів, що зрештою перетворило символ волевиявлення народу на симуляцію, оскільки організація та контроль його проведення з боку влади створили бюджетні організації на головні майданчики так звані «ініціативи знизу», а медіадискурс імітував активну колективну свідомість. Наратив референдуму мав як мінімум три інформаційні хвилі, рівень інтерпретацій якого за допомогою ЗМІ формували у суспільстві керовані очікування, які влада могла використовувати на власний розсуд [Мацишина, 2019, с. 155].

---

Надмірна увага російській мові у політичному та медіапросторі призвела до конфліктів усередині країни, що свідомо поділялася політиками та медіа на російськомовну та україномовну. Наприклад, газета «Україна молода» дає замітку під назвою «Бойкот Наташі, яка співає пісні не наші»: «“Досить отруювати українську душу подвійною культурою!”», “На тернопільській сцені співаки співають або українською, або не співають узагалі!” – такими категоричними гаслами рясніють листівки-звернення до молодих українців, що віддруковано для “запуску” серед глядачів перед концертами естрадних виконавців. Першою “пощастило” нарватися на цей сюрприз Наталії Могилевській. І вже після першої пісні, виконаної нею на тернопільському концерті російською, в залі почали скандувати: “Геть російську мову!”» [Україна молода, 1999, с. 1]. А через півроку, 28 травня 2000 р. у Львові сталося вбивство українського композитора, народного артиста України Ігоря Білозіра після того, як він заважав співати групі відвідувачів російські пісні у одного львівському закладі.

Треба зазначити, що політичні локальні дискусії про державний статус російської мови та медійні оголошення через призму захисту російськомовного населення посилювалися офіційними політичними промовами російських політиків, що впливало на формування вітчизняного медіа поля. Депутат Держдуми Микола Лисенко демонстративно порвав український прапор перед камерами журналістів і ця фотографія була надрукована у багатьох європейських країнах. Замість того, щоб інформаційно протидіяти навіюванню образу знецінення України через демонстративне публічне знущання над державними символами, українські політики та представники ЗМІ не створили тактичних заходів захисту національної символіки країни в інтерпретаційному полі. Тому український глядач і не побачив фотографій Олега Вітовича та Юрія Тими, представників УНА-УНСО, які у парламенті розірвали російський прапор. З цього приводу Юлія Мостова написала: «Треба сказати, що кадри розчленування стиглого жита та блакитного неба обійшли весь світ. Примітно, що момент відповідного розполосування російського стяга у “куточку” українського парламенту не зафіксував ні один фотокор чи оператор».

Крім внутрішньополітичних конфліктів, олігархічний медіапростір намагався розпалити конфлікт у Криму, де активно розповсюджувалися чутки, що татари хочуть забрати кримську землю. Насамперед, це було потрібно місцевій еліті, яка користуючись землею, формувала одноосібну владу на місцевому рівні. Тому і в офіційних джерелах почались розбіжності, оскільки декларування політичних прав кримських татар суперечило їхньому реальному праву на землю, що сама політична еліта не поспішала виконувати. Звідси у інфопросторі українських видань поступово створюється образ Криму, як небезпечного міста, де високий рівень криміналітету. В газеті «Україна молода» у 1998 р. виходить багато статей про «кримінальний Крим». Наприклад, стаття про вбивство першого заступника голови Ради міністрів Криму, кандидата у народні депутати України Олександра Сафонцева надрукована під назвою «Не віддати Крим мафії» [Дзеркало тижня, 1995, с. 1]. А 14 березня 1998 р. виходить стаття і фото з підписом: «Москаль знищив найкрутіші банди Криму» [Україна молода, 1999, с. 1]. Таким чином, на зміну «донецького криміналу» ця газета починає використовувати образ «кримського криміналу»

---

### ***Вплив олігархів на інформаційний простір України.***

Одним з прикладів активного втручання олігархів в інфопростір України є вибори 1998 р., які продемонстрували що брудні технології можуть вплинути на перемогу. У цей час фіксується роздача круп, використовуються двійники (наприклад, двійник Вірки Сердючки агітує за партію СЛОН), відбирають паспорти у двірників для підписних листів, реєструються технічні кандидати з однаковими прізвищами (наприклад, Білоус та Бондаренко), розповсюджуються чутки. В'ячеславу Чорноволу доводилося всю свою агітаційну кампанію виправдовуватися за те, що його жінка «не приватизувала універмаг у Львові». Однакові запитання йому ставили як на Закарпатті, так і у Сумах. Використовувалися і погрози, як метод усунення політичного конкурента.

Ще один прийом, що почали використовувати через інфопростір з метою формування певного сенсу – це створення замовних документальних стрічок з метою дискредитації політичного конкурента. Наприклад, 16 березня 2002 р., телеканал ICTV показав документальну стрічку під назвою «PR», американського продюсера Пітера Пауелла. У фільмі надається протиставлення між США і Росією, а «касетний скандал» і «справа Гонгадзе», як можливість контролю Україною. Тому зроблений висновок, що Захід обрав В. Ющенка (на той час прем'єр-міністра) заради контролю над країною. Подання політика, який мав підтримку як з боку населення, так і з боку влади у ті часи, створювало з нього маріонетку, яка не залежить від власних успіхів.

Особливість саме такої реальної реальності в тому, що вітчизняні ЗМІ під впливом політичних агітацій перетворилися на потужний механізм більше маніпуляцій, а не інформування населення. А дискусії серед населення, що вони формували своїми каналами передачі інформації та інтерпретаційними полями, створював медіареальність. Розголошення виборчого процесу президентських виборів ще більше позначився на викривленні інформації, коли означення політичних фактів перетворювало їх на метафакти та формувало смислові пустощі всередині великого політичного тексту.

Головний слоган виборчої кампанії 1999 року Леоніда Кучми – «Обирай майбутнє!». На підконтрольних йому ЗМІ розгорнулася тема боротьби з корупцією, що репрезентувалася як наслідок радянської епохи. Саме на протиставленні «модерне / радянське» Л. Кучма вибудовував свою передвиборчу кампанію, що мала успіх. Газета «День» пише, що під час прес-конференції штабу Л. Кучми журналісти отримували листівки «в яких назвали тих громадян, котрі мають намір проголосувати за Марчука “сексистами і стукачами”» [День, 1999, с. 4].

**Висновки.** Епоха президентства Леоніда Кучми в Україні суттєво плинула на подальший розвиток країни. Творення олігархічних кланів – проблема, з якою досі бореться наша країна. Роль олігархів з початку президенства Л. Кучми була надзвичайно важлива, політика приватизація дозволила їм зосередити під своєю владою велику кількість державних об'єктів. Економічний вплив був суттєвим, але не меншим був вплив олігархів на політичне життя країни та контроль за інфо простором країни. Роль олігархів в цьому контексті була надзвичайно важливою, оскільки вони не лише володіли великими медіа-ресурсами, але й активно впливали на їхню редакційну політику, на зміст публікацій, контролювали навіть окремо журналістів.

---

Економічна та політична влада робила їхній вплив на ЗМІ більш суттєвим та масштабним. Редагування, вибірковість та спотворення інформації в матеріалах часто слугували не тільки комерційним, але і політичним цілям олігархів. Це призводило до виникнення ситуації, де ЗМІ відображали не лише об'єктивну реальність, а й стаючи під впливом олігархів, формували потрібний останнім вплив на суспільну думку, висвітлювали зручне для них ставлення до подій.

З концентрацією власності в руках окремих осіб інформаційний простір стає сприйнятливим до маніпуляцій і впливу на громадську думку. Це створює загрозу для розвитку демократії та свободи слова в Україні.

Наприкінці правління режиму Кучми інформаційна ситуація в країні перебувала під значним впливом олігархів, які визначали напрямки контролю над ЗМІ та інформаційними потоками. Така ситуація не лише становила загрозу об'єктивності та неупередженості інформації, але й створила необхідність удосконалення законів та механізмів, що регулюють власність над ЗМІ, щоб забезпечити вищий рівень незалежності та різноманітності в інформаційному просторі в майбутньому.

#### Список використаних джерел та літератури

- Jędraszczyk, K., 2010. Strategiczne partnerstwo ukraińskopolskie. Polska w polityce niepodległej Ukrainy, Poznań.
- Капуśniак, Т., 2010. Elity władzy, grupy oligarchiczne a społeczeństwo obywatelskie na scenie politycznej państwa, *Przywództwo, elity i transformacja w krajach WNP: problemy metodologii badań*, t. 2, Warszawa.
- Все про медіа регіонів України, 2000. Київ.
- День, 1999. № 172(709).
- Дзеркало тижня, 1995. № 14(27).
- Кореспондент, 2004. 6 листопада, 42(131).
- Кучма, Л. Д., 2008. *Кроки становлення національної економіки, 1994 – 2004 роки*, кн. 1, Київ: Либідь.
- Мацишина, І. В., 2019. *Конструювання політичної реальності України*, Вінниця: ТОВ «ТВОРИ».
- Мацишина, І. В., 2018. Регіональні еліти в контексті символізації (1994 – 2004 рр.), *Політичне життя*, 2, 68-74.
- Мацієвський, Ю., 2010. Еліти в Україні до і після «Помаранчевої революції», *Przywództwo, elity i transformacje w krajach WNP: problemy metodologii badań*, t. 2, Warszawa.
- Неклюдов, Є. С., 2019. Тіньова економіка: українські реалії та заходи протидії часів президента Л. Кучми, *Zaporizhzhia Historical Review*, 1(53), 197-203.
- Початки олігархізації, 2011. Український тиждень, 27.
- Україна молода, 1999. 11 грудня, № 232(1306).
- Україна молода, 2001. 2 листопада, 202(1765).
- Чиж, І., 2002. Перше і головне завдання – невідкладно сформувати і нормативно оформити парадигму розвитку інформаційної сфери, *Віче*, 4, 18-22.

#### References

- Chyzh, I., 2002. Pershe i holovne zavdannia – nevidkladno sformuvaty i normatyvno oformyty paradyhmu rozvytku informatsiinoi sfery [The first and main task is to urgently form and standardize the paradigm for the development of the information sphere], *Viche*, 4, 18-22. [in Ukrainian].
- Den, 1999. № 172(709). [in Ukrainian].
- Dzerkalo tyzhnia, 1995. № 14(27). [in Ukrainian].
- Jędraszczyk, K., 2010. Strategiczne partnerstwo ukraińskopolskie. Polska w polityce niepodległej Ukrainy, Poznań. [in Polish].

---

Kapuśniak, T., 2010. Elity władzy, grupy oligarchiczne a społeczeństwo obywatelskie na scenie politycznej państwa, *Przywództwo, elity i transformacja w krajach WNP: problemy metodologii badań*, t. 2, Warszawa. [in Polish].

Korespondent, 2004. 6 lystopada, 42(131). [in Ukrainian].

Kuchma, L. D., 2008. *Kroky stanovlennia natsionalnoi ekonomiky, 1994 – 2004 roky, kn. 1* [Steps in the formation of the national economy, 1994 – 2004, book 1], Kyiv: Lybid. [in Ukrainian].

Matsiievskyi, Yu., 2010. Elity v Ukraini do i pislia «Pomaranchevoi reoliutsii», *Przywództwo, elity i transformacje w krajach WNP: problemy metodologii badań*, t. 2, Warszawa. [in Ukrainian].

Matsyshyna, I. V., 2018. Rehionalni elity v konteksti symvolizatsii (1994 – 2004 rr.), *Politychne zhyttia*, 2, 68-74. [in Ukrainian].

Matsyshyna, I. V., 2019. *Konstruiuvannia politychnoi realnosti Ukrainy* [Elites in Ukraine before and after the “Orange Revolution”], Vinnytsia: TOV «TVORY». [in Ukrainian].

Nekliudov, Ye. S., 2019. Tinova ekonomika: ukrainski realii ta zakhody protydii chasiv prezidenta L. Kuchmy [Shadow economy: Ukrainian realities and countermeasures during the time of President L. Kuchma], *Zaporizhzhia Historical Review*, 1(53), 197-203. [in Ukrainian].

Pochatky oliharkhizatsii, 2011. Ukrainskyi tyzhden, 27. [in Ukrainian].

Ukraina moloda, 1999. 11 hrudnia, № 232(1306). [in Ukrainian].

Ukraina moloda, 2001. 2 lystopada, 202(1765). [in Ukrainian].

Vse pro media rehioniv Ukrainy, 2000. Kyiv. [in Ukrainian].

## CONTROL OVER THE MEDIA IN THE KUCHMA ERA: THE ROLE OF THE OLIGHARS AND THEIR INFLUENCE ON THE INFORMATION SPACE OF UKRAINE

**Rostyslav Sehed**

Candidate of Historical Sciences,

Associate Professor of the Department of History and Ethnology of Ukraine,

Drahomanov Ukrainian State University, Kyiv

**Sofiia Bunchuzhna**

Student,

Drahomanov Ukrainian State University, Kyiv

**Abstract.** The article analyzes and reveals the relationship between the President of Ukraine Leonid Kuchma in the 1990s and early 2000s and the formation of the oligarchic system in Ukraine. The role of Kuchma and his connection with the oligarchic clan of Ukraine during his presidency are considered. The study presents an in-depth analysis of the influence of oligarchs on the information space of Ukraine during Kuchma's presidency. The main aspects of media control, ownership of media resources by oligarchs and their influence on the formation of the information situation in Ukraine are analyzed. The study focuses on the political and economic context of the first ten years of Ukraine's independence, in which Kuchma played an important role in the implementation of economic reforms and privatization and had a significant impact on the formation of oligarchic structures. Special attention is paid to the process of privatization and its influence on the emergence of oligarchic groups. The influence of such well-known oligarchs as Rinat Akhmetov, Ihor Kolomoisky and Viktor Pinchuk on the ownership and control of mass media, as well as on their editorial policy, is also analyzed. Based on a comprehensive analysis of historical facts and events, it was possible to come to the conclusion that the control of the oligarchs over the mass media had a significant impact on the information space of Ukraine.

**Key words:** president, Leonid Kuchma, oligarchy, media assets, mass media, privatization.