

УДК 316.77:005.57:070:004.738.5(477)

Н. Д. Санакоєва, С. Г. Куц

МЕДІАХОЛДИНГИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

У статті досліджено актуальну тему становлення й розвитку медіахолдингів в інформаційному просторі України. Узагальнено та систематизовано інформацію щодо “великої п’ятірки” медіахолдингів України: StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media і MediaGroupUkraine. У синхронічному й діахронічному зрізах представлено глобалізаційні процеси в інформаційному просторі України. З’ясовано, що глобалізаційні процеси у сфері економіки сприяли тому, що інституційний простір мас-медіа також набув глобальних характеристик, та встановлено місце кожного з холдингів у всеукраїнському масмедійному просторі.

Ключові слова: медіахолдинг, медіаактив, рейтинг, StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media, MediaGroupUkraine.

I. Вступ

На сьогодні в науковому дискурсі потребують узагальнення та систематизації знання про всеукраїнський мас-медійний ринок, що й зумовило актуальність нашої статті. У світовій практиці наукових досліджень тема глобалізаційних процесів на мас-медійному ринку є популярною та обговорюваною. Так, окреслену проблематику розглядали О. Вартанов [2], Є. Макеєнко [5], Б. Місонжіков [6], Т. Якова [9]. Проте зазначеній темі в Україні приділено увагу лише в окремих публікаціях. Науковці переважно вивчають окремі медіахолдинги або ж певні аспекти їхньої діяльності: А. Бессараб [1], О. Зернецька [3], В. Ковалевський [4], Л. Мудрак [7], Н. Санакоєва [8].

II. Постановка завдання

Метою статті є з’ясування особливостей становлення й розвитку медіахолдингів в Україні в синхронічному та діахронічному зрізах. Для досягнення зазначеної мети поставлено такі завдання: дослідити умови становлення й розвитку провідних вітчизняних медіахолдингів; узагальнити інформацію щодо ролі та місця холдингових структур в українському медіасередовищі; систематизувати відомості про лідерів мас-медійного ринку у всеукраїнському інформаційному просторі.

III. Результати

На сьогодні в Україні серед лідерів виділяють такі медіахолдинги: StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media і MediaGroupUkraine, кожен із яких є складником не лише українського медіапростору, а й всі вони входять до топ-25 найбільших медіахолдингів країн СНД [13].

Так, за результатами рейтингу топ-25 медіакомпаній країн СНД у 2013 р., оприлюдненого інформаційним агентством “РБК”, в Україні найбільшими є StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media і MediaGroupUkraine. При складанні рейтингу враховано кілька критеріїв, зокрема: обсяг річного прибутку,

тижнева частка аудиторії, що показує діапазон медіаресурсу компанії, технічне покриття – доступність інформаційного контенту для споживача, а також інформаційний вплив – наскільки впливовим є цей ресурс і наскільки ефективно медіа кожної компанії здатні донести до споживача новинний контент [13].

Серед українських компаній найвище, 11-те місце рейтингу посів холдинг StarLightMedia з річним прибутком у \$224 млн. На 15-му місці в рейтингу та другому серед українських компаній виявилася UMH Group із прибутком у \$138 млн. На 17-му – Inter MediaGroup із прибутком у \$89 млн, на 21-му – 1+1 Media з \$43 млн і на 22-му – MediaGroupUkraine з \$51 млн [13].

Розглянемо детально кожен медіахолдинг шляхом аналізу оприлюдненої інформації, у тому числі на офіційних сторінках (сайтах) об’єктів нашого дослідження у глобальній мережі Інтернет.

Так, StarLightMedia – найбільша медіа група України, утворена 11 листопада 2009 р. Власником цього медіахолдингу є Віктор Пінчук. Керівником групи StarLightMedia з травня 2012 р. є керівник телеканалу СТБ Володимир Бородянский. До цього, з моменту створення, на цій посаді перебував керівник телеканалу “ICTV” Олександр Богуцький. Головою наглядової ради групи StarLightMedia є Олена Пінчук [23]. Телегрупа StarLightMedia входить до активів групи EastOne – міжнародної інвестиційно-консалтингової групи, що надає послуги у сфері стратегічного та інвестиційного управління диверсифікованим портфелем активів у широкому діапазоні галузей в усьому світі [17].

Активами цього холдингу є 6 телеканалів: “СТБ”, “ICTV”, “Новий канал”, “M1”, “M2”, “QTV”; газети “Факти”, “ІнвестГазета”, MMR і радіогрупа “Тавр медіа”, яка контролює шість національних радіостанцій: “Русское радио. Україна”, “Хіт FM”, “Kiss FM”, “Radio Rocks”, “Мелодія” та “Релакс”. До складу медіагрупи входять три сейлз-хаузи: StarLightSales (пря-

ма реклама на телеканалах групи), StarLightBrandContent (спонсорство і продакт-плейсмент на телеканалах групи), StarLightDigitalSales (онлайн-реклама на сайтах групи і партнерських сайтах). До послуг комерційних брендів – компанія з виробництва рекламних і спонсорських матеріалів StarLight-Commercial Production. У складі групи працюють дві продакшн-компанії – StarLightFilms і VavërkaProduction. Також функціонують компанії StarLightRental (оренда обладнання для відеозйомок) і StarLightScenery (виробництво сценічних декорацій і оформлення знімальних майданчиків). Розвитком інтернет-напрямку групи займається підрозділ StarLightDigital. Водночас, основу бізнесу StarLightMedia становлять три телеканали: “СТБ”, “ICTV” і “Новий канал” [26].

За останніми даними, що розміщені на офіційному сайті медіахолдингу, StarLight-Media має лідерські позиції за всіма основними цільовими аудиторіями й продовжує зростати. Сьогодні частка холдингу перевищує 30% ринку, відрив від найближчого конкурента – 52%, відрив за глядачем із середнім доходом і вище – 62%. Частка телевізійного інвентарю групи становить понад третину ринку [23].

UMH group (UnitedMediaHoldinggroup) – українська міжнародна мультимедійна група, виробник медіаконтенту, заснована Борисом Ложкіним наприкінці 1990-х рр. на базі газети “Теленеделя”. На сьогодні активом медіахолдингу є понад 50 брендів із лідерськими позиціями на ринках Інтернету, радіо та преси, що охоплюють ніші новин, політики, економіки та бізнесу, спорту, моди, життя зірок і ТБ.

За даними, оприлюдненими на офіційному сайті медіагрупи, до її структури входить видавничий бізнес (“Forbes”, “Vogue”, “Кореспондент”, “Теленеделя”, “Футбол”, “Комсомольская правда”, “Аргументы и факты”, “За рулём”), радіостанції (“Авторадіо”, “Ретро FM”, “Наше радіо”, “EuropaPlus”, “Радіо П’ятниця”, “Голос Столиці”, “Lounge FM”, “Джем FM”), інтернет-ресурси (Korrespondent.net, Forbes.net.ua, Vogue.ua, Football.ua, Bigmir).net, l.ua, Tochka.net, Dengi.ua, KP.ua, Аргументы и факты, Tv.ua, Vgorode.ua, iSport.ua, Gloss.ua) [28]. Із травня 2008 р. UMH перебуває у лістингу Франкфуртської фондової біржі з капіталізацією \$300 млн [12].

На початку листопада 2013 р. Б. Ложкін оголосив про укладення угоди з продажу 99,9% акцій UMH Group (за експертними оцінками, сума угоди становила \$450–500 млн) групі компаній СЕПЕК. Проект “Фокус” (журнали “Фокус” та сайт focus.ua) було продано окремо іншому українському медіахолдингу VertexUnited. Новим власником медіахолдингу став Сергій Курченко – власник групи компаній “Газ України”, власник і президент футбольного клубу “Металіст Харків”, голова наглядової ради ГК “СЕПЕК”.

голова наглядової ради ГК “СЕПЕК”. Для управління UMH Group було спеціально створено підрозділ СЕПЕК – компанія “СЕПЕК-медіа”. За оцінкою Forbes.ua, продаж UMH Group увійшов до 10 найбільших M&A-угод 2013 р. [15]. У вересні 2014 р. головою наглядової ради UMH Group була призначена депутат Верховної Ради України Олена Бондаренко, що вплинуло на медійну політику підконтрольних видань, а отже, і на інформаційне поле загалом [28].

Inter MediaGroup – українська медіагрупа, заснована у 2005 р. Із 2013 р. холдинг є власністю компанії GDF Medialimited, 80% акцій якої належить українському бізнесмену Дмитру Фірташу, а 20% – Сергію Львовочкіну. У лютому 2013 р. Валерій Хорошковський продав медіагрупу Д. Фірташу за \$2,5 млрд, що пов’язують з політичною ситуацією та проблемним відношенням з владою власника холдингу [18; 27].

З лютого 2015 р. компанії GDF Medialimited та Inter MediaGrouplimited, що входять до групи компаній Group DF Д. Фірташа, викупили міноритарні пакети акцій ПрАТ “Телеканал “Інтер”. Отже, 100% акцій телеканалу “Інтер” повністю контролюють компанії, власниками яких є Д. Фірташ (мажоритарний пакет) і С. Львовочкін (міноритарний пакет) [10;14]. Сьогодні група володіє такими активами, як: ПАТ “Телеканал “Інтер”, “Кіно-ТБ” (телеканал “Enter-фільм”), “Музика-ТБ” (телеканал “Піксель”), телеканали “К1”, “К2”, “Мега”, “НТН”, “Zoom”, інформаційне агентство “Українські Новини” та інші [18].

Медіахолдинг 1+1 Media був утворений у 2010 р. шляхом злиття холдингу “Главред-медіа” та Central European Media Enterprises Ltd (CME). На момент об’єднання 100% обох холдингів зосереджувались у Ігоря Коломойського. Холдинг “Главред-медіа” був створений у 2007 р. І. Коломойським та О. Третьяковим на основі УНІАН, “Главред-медіа” і “Газета по-київськи”. Сьогодні власником 1+1 Media є група компаній “Приват” (І. Коломойський) [24].

Згідно з інформацією, висвітленою на сторінках офіційного сайту, до складу 1+1 Media входить 8 всеукраїнських телеканалів – “1+1”, “2+2”, “ТЕТ”, “ПЛЮСПЛЮС”, “1+1 International”, “УНІАН ТБ”, “UkraineToday” та “Бігуді” [10]. Ще однією складовою групи є інформаційно-новинні платформи tsn.ua, УНІАН і Главред.info, які є одними з найбільш відвідуваних порталів України. Інтернет-сайти www.telekritika.ua та Дуся пропонують останні новини вітчизняного та зарубіжного шоу-бізнесу. Супутнім бізнесом є інтернет-видання “Главред”, група адаптації телепродукту (відповідає за україномовний дубляж та озвучування), кейтерингова компанія “Ефір” (організація виїзних банкетів, фуршетів, кава-брейків та інших заходів на професійному рівні). Також структура групи містить виробничі департаменти, які відповідають за створення власних та адаптацію міжнародних форматів різномані-

тних жанрів для телеканалів групи: “1+1 продакшн”, департамент журналістських розслідувань (створення власних програм, спецпроектів та документальних фільмів у жанрі журналістських розслідувань), управління спортивних проектів, служба інформаційного мовлення (створення інформаційно-аналітичних проектів телеканалів) [16].

Медіахолдинг MediaGroupUkraine – управляюча компанія, що об’єднує телевізійні, видавничі та newmedia-проекти АТ “Систем Кепітал Менеджмент”, головним акціонером якого є Рінат Ахметов. Стратегічне завдання – створення інтегрованої системи, в якій усі активи холдингу доповнюють один одного. Холдинг є професійним інвестором у медіа індустрію України, розвиває такі напрями, як бродкастинг, продакшн, сейлз-хаус, інтерактивне цифрове ТБ, newmedia [20; 22].

Засновником і власником медіахолдингу MediaGroupUkraine є АТ “Систем Кепітал Менеджмент”. АТ “СКМ” управляє медіа-холдингом через Наглядову раду, головою якої є директор із розвитку медійного напрямку бізнесу СКМ – Олександр Баринів [19; 21].

Активи холдингу: телебачення (ефірне: ТРК “Україна”, телеканал “НЛО TV”, телеканал “Індиго TV”; оплатне: тематичні телеканали “Футбол 1”, “Футбол 2”; регіональна медіагрупа: регіональний телеканал “Донбас”, регіональний “34 канал”, регіональний телеканал “Сигма”), Newmedia (“ДіджиталСкрінз” (OLL.TV), OLL.TV), інтернет-медіа (segodnya.ua, vecherka.donetsk.ua, dnews.donetsk.ua, pr.ua, gorod.dp.ua) [21; 25]. Також до активу входять iPad-журнал “Мій уїк-енд” та багатофункціональна прес-студія “Сьогодні Мультимедіа”, продакшн (“Теле Про”, FrontCinema, “Допоможемо ТБ”), а також сейлз-хаус “Медіапартнерство”. ПрАТ “Сьогодні Мультимедіа” працює у видавничому бізнесі з 1997 р. “Сьогодні Мультимедіа” видає всеукраїнську щоденну суспільно-політичну газету “Сьогодні”, а також низку регіональних видань: “Донецькі новини”, безкоштовне щотижневий видання “Кур’єр”, суспільно-політичну газету “Вечірній Донецьк”, телегід “РІО”, телегід “Вечерком”, газету “Приазовський робочий”, “Неделя. Аргументы, факты, события”, “Дом Советов”, “Привет, ребята!”). Також власні виробничі потужності – газетна друкарня у Вишгороді [21; 25].

Відповідно до оприлюднених Індустріальним телевізійним комітетом (далі ІТК. – Н. С., С. К.) рейтингів топових передач телеканалів виділено цільові аудиторії та описано особливості наповнення сітки каналів [11]. За вказаними показниками шістька лідерів (“Інтер”, “1+1”, “Україна”, “СТБ”, “Новий канал”, “ICTV”) протягом останніх чотирьох років не змінилася. Усі канали демонстрували відносно стабільність, конкурували між собою, проте не впустили нових.

Отримані ІТК засвідчують, що канали “Інтер” і “Україна” орієнтовані на людей стар-

шого віку (за 50 років). При цьому більшість каналів воліють працювати з широкою віковою аудиторією; так, наприклад, у каналу “СТБ” частка людей у віці від 15 до 64 років перевищує середню частку каналу загалом, а у каналів “1+1” та “ICTV” – відповідно людей у віці від 15 до 54 років [11].

IV. Висновки

Отже, український медіаринок представлений “великою п’ятіркою” лідерів: StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media і MediaGroupUkraine. Вагомим чинником трансформації простору масмедіа є глобалізація суспільства. Глобалізаційні процеси у сфері економіки сприяли тому, що інформаційний простір України також набув глобальних характеристик. Суттєвим недоліком українського медіаринку є відсутність потужних державних медіакомпаній, які могли б протистояти комерційним утворенням. Маючи абсолютну владу в медійному просторі, власники дедалі частіше з’ясовують стосунки за допомогою власних медіаактивів, витрачаючи багато ресурсів на міжособні конфлікти, що потребує подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Бессараб А. О. Роль українських медіахолдингів у популяризації читання / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2013. – № 3–4. – С. 56–61.
2. Вартанова Е. Л. Медиаиндустрии в Европе: современные вызовы / Е. Л. Вартанова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2012. – № 5. – С. 12–35.
3. Зернецька О. Політична складова антикризових стратегій глобальних медіаконгломератів / О. Зернецька // Політичний менеджмент. – 2012. – № 4–5. – С. 254–265.
4. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіасфери України / В. Ковалевський // Політичний менеджмент. – 2009. – № 5(38). – С. 109–119.
5. Макеєнко Е. І. Ведущие медиакорпорации США в 2005–2006 гг. [Электронный ресурс] / Е. И. Макеєнко. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/50>.
6. Мисонжников Б. Я. Современный медиахолдинг: генезис, состояние и перспективы развития [Электронный ресурс] / Б. Я. Мисонжников. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n-sovremennyy-mediaholding-genezis-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya>.
7. Мудрак Л. М. Конвергентні нові медіа за особливих умов в Україні в період листопада 2013 – квітня 2014 років / Л. М. Мудрак // Вісн. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – 2014. – № 4. – С. 122–129.
8. Санакоєва Н. Д. Репрезентація транснаціональних рекламних холдингів в Україні. – 2015. – № 3. – С. 12–17.

9. Якова Т. С. Медіаландшафт Швейцарії: слияния и поглощения на фоне кризиса [Електронний ресурс] / Т. С. Якова. – Режим доступу: https://vernysky.ru/pubs/5376/Cobytyiya_poslednih_let_v_mediasfere_Shveytsarii_na_osnove_materialov_onlayn_izdaniya_Nasha_Gazeta?view_mode=text.
10. Фірташ Д.: [офіційний вебсайт] / Події [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.dmitryfirtash.com/event/1184>.
11. Індустріальний телевізійний комітет: [офіційний вебсайт] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.-mediabusiness.com.ua/component/option,com_rating/Itemid,55/lang,ru/
12. Інтернет-портал “Медіабізнес”. Український медіахолдинг: [офіційний вебсайт] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mediabusiness.com.ua/?option=com_companies&id=29&Itemid=127
13. Інтернет-портал “lb.ua”: [офіційний вебсайт] / В топ-25 крупнейших медиакомпаний попали пять украинских холдингов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://economics.lb.ua/state/2013/04/12/196380_top25_krupneyshih_mediakompaniy.html
14. Телеканал Інтер: [офіційний вебсайт] / GroupDFконсолідувала 100% акцій ПрАТ “Телеканал Інтер” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inter.ua/uk/news/2015/02/03/5790>.
15. Українська правда: [офіційний вебсайт] / Добрим словом і пістолетом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2013/06/27/6993118/?attempt=1>
16. 1+1 Media: [офіційний вебсайт] / Про групу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.1plus1.ua/ua/group>
17. EastOne: [офіційний вебсайт] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eastonegroup.com/rus/about_company.php.
18. Inter MediaGroup: [офіційний вебсайт] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uaimg.com/ua/about.html>.
19. MediaGroupUkraine: [офіційний вебсайт] / Акціонери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mgukraine.com/-about/act/>
20. MediaGroupUkraine: [офіційний вебсайт] / Інформація про компанію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mgukraine.com/>
21. MediaGroupUkraine: [офіційний вебсайт] / Кадрові зміни в “Сьогодні Мультимедіа” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inter.ua/uk/news/2015/02/03/5790>.
22. MediaGroupUkraine: [офіційний вебсайт] / Про медіахолдинг. Історія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mgukraine.com/about/history/>
23. StarLightMedia: [офіційний вебсайт] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.starlightmedia.ua/>
24. UkrainianBusinessResource: [офіційний веб сайт] / Портрет. Компанії (UBR) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bp.ubr.ua/uk/profile/ctudiia-11>.
25. UkrainianBusinessResource: [офіційний веб. сайт] / Портрет. Компанії (UBR) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bp.ubr.ua/profile/media-gruppa-ukraina>.
26. UkrainianBusinessResource: [офіційний веб. сайт] / Портрет. Компанії (UBR) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bp.ubr.ua/profile/starlightmedia>.
27. UkrainianBusinessResource: [офіційний веб сайт] / Портрет. Особистості (UBR) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bp.ubr.ua/uk/profile/horoshkovskii-valerii-vanovich>.
28. UMH Group: [офіційний вебсайт] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.umh.com.ua/ru/company/history>.

Стаття надійшла до редакції 28.09.2015.

Санакоева Н. Д., Куш С. Г. Медіахолдинги в інформаційному просторі України
В статті досліджена актуальна тема становлення і розвитку медіахолдингів в інформаційному просторі України. Обобщена і систематизована інформація о “большой пятерке” медіахолдингів України: StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media і MediaGroupUkraine. В синхронічному і діахронічному ракурсах представлені глобалізаційні процеси в інформаційному просторі України. Определено место каждого холдинга во всеукраинском масс-медийном пространстве. Установлено, что глобалізаційні процеси в сфері економіки способствовали тому, что институциональное пространство масс-медиа также приобрело глобальные характеристики.

Ключевые слова: медіахолдинг, медіаактив, рейтинг, StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media, MediaGroupUkraine.

Sanakoyeva N., Kushch S. Media Holdings in the Informational Space of Ukraine

The article deals with the theme of formation and development of media holdings in mass media sphere. It is summarized and classified information concerning to “big five” media holdings of Ukraine: StarLightMedia, UMH Group, Inter Media Group, 1+1 Media and Media Group of Ukraine. It is represented the globalization process in the information space of Ukraine by synchronistic and diachronic review. It is found the place of each holding in Ukrainian mass media sphere. It is found that globalization in the economy contributed to the institutional mass media sphere, acquired global characteristics.

The scientific exploration highlights the main stages in the development and establishment of the largest Ukrainian media companies, their transformation and conversion. So, today media holdings like StarLightMedia, UMH Group, Inter Media Group, 1 + 1 Media and Media Group of Ukraine have the great power not only in Ukrainian media, but also in the media market of the CIS.

Much attention is given to the formation of asset holdings, to the changing of the editorial policy concept. The basic aspects of positioning the Ukrainian media holdings are presented internationally.

The article in the asset holdings of research focuses on TV channels. So, the main assets of StarLightMedia are the channels STB, ICTV, NovyKanal, M1, M2, QTV; Inter Media Group own the channels Inter, Enter-film pixel, K1, K2, Mega, NTN, Zoom; 1+1 Media: 1+1, 2+2, TET, PLYUSPLYUS, 1+1 International, TV UNIAN, Ukraine Today and Bigudi; Media Group Ukraine is broadcasted: TRK "Ukraine" TV, "UFO TV", channel "Indigo TV"; requiring payment: thematic channels "Football 1", "Football 2"; Regional Media Group, a regional TV channel "Donbass", regional "34 channel", regional TV channel "Sigma". Media holdings UMH Group hasn't got any TV channels in its ownership, its main asset is the publishing business ("Forbes", "Vogue", "Correspondent", "Telenedelya"), radio station ("Autoradio", "Retro FM", "Nashe Radio", "Europa Plus") and Internet resources (Korrespondent.net, Forbes.net.ua, Vogue.ua, Football.ua, Bigmir.net, l.ua, Tochka.net, Vgorode.ua).

It was systematized the information about the structure of media holdings outside dimensions of electronic media.

It was found that globalization in the economy contributed to the institutional space of the media also acquired global characteristics.

Key words: *media holding, media asset, rating, StarLightMedia, UMH Group, Inter MediaGroup, 1+1 Media, MediaGroupUkraine.*