

Маніпуляції ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ ЗА ДОПОМОГОЮ

# Маніпуляції

ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ  
ЗА ДОПОМОГОЮ

# ЗМІ

# ЗМІ

У ході виборчої кампанії 2004 р. Школою політичної аналітики при Національному Університеті «Кієво-Могилянська академія» підготовлено п'ять просвітницьких брошур:

- Прийди і проголосуй!
- Вибери одного. Читаємо програми кандидатів в Президенти України
- Виборчі права громадян. Посібник для виборця
- Адміністративний ресурс на виборах та методи протидії
- Маніпуляції громадською думкою за допомогою ЗМІ

Маніпуляції

Маніпуляції

ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ ЗА ДОПОМОГОЮ

ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ ЗА ДОПОМОГОЮ

Школа політичної аналітики при НаУКМА

**МАНІПУЛЯЦІЇ  
ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ  
ЗА ДОПОМОГОЮ ЗМІ**

Київ 2004

**Маніпуляції громадською думкою за допомогою ЗМІ.** — К.: Факт, 2004.  
— 24 с.

Автори:

**Олександр Чекмишев**, заст. директора Інституту журналістики Київського університету ім. Т.Шевченка, голова Комітету «Рівність можливостей»;

**Галина Усатенко**, виконавчий директор Фонду «Європа — XXI».

З електронною версією видання можна ознайомитися на інтернетівських сторінках Школи політичної аналітики при Національному Університеті «Києво-Могилянська академія» за адресою [www.spa.ukma.kiev.ua](http://www.spa.ukma.kiev.ua)

Для безкоштовного розповсюдження.

ISBN

© Школа політичної аналітики при НаУКМА, 2004

## ЗМІСТ

Пропаганда замість новин .....	4
Основні типи маніпуляцій .....	6
Домінують новини про Януковича .....	8
Кандидати-аутсайдери .....	10
Недовіра залишиться .....	11
Головна мішень — Ющенко .....	12
«Киевские ведомости» проти «України молоді» .....	17
Яйця? Каміння? Тупі предмети? .....	20
Щоб рішення було вашим .....	23

## ПРОПАГАНДА ЗАМІСТЬ НОВИН

Із засобів масової інформації люди дізнаються про більшість новин: як змінився курс валют, які закони ухвалив парламент, як поживають зірки шоу-бізнесу, результати футбольних матчів тощо. У цьому і полягає головна функція ЗМІ — розповідати про події та проблеми, тобто інформувати. Також медіа, висвітлюючи діяльність влади, фактично контролюють її від імені суспільства. А ще преса, радіо й телебачення допомагають порозумітися різним об'єднанням та групам людей.

Журналісти інформують громадян з допомогою **новин** (простого викладу фактів), **аналітики** (факти аналізуються і коментуються) та **публіцистики** (автор розповідає про своє ставлення до тих чи інших подій, фактів, людей). Журналіст добре виконує свою роботу, якщо не перекручує факти, не видає бажане за дійсне, не змішує в одному матеріалі різні жанри — новину, аналітику і публіцистику. На жаль, в Україні це — звичайне явище. В результаті читач, глядач або слухач під виглядом журналістського продукту отримує продукт пропагандистський чи рекламний.

Звичайно, помиляються не тільки журналісти. Лікарі рятують людей, але ставлять і неправильні діагнози; військові захищають Батьківщину, а водночас направляють ракету на житловий будинок; винороби виготовляють прекрасний напій, однак трапляється брак...Аби його мінімізувати, представники кожної професії виробили певні стандарти. Журналістські стандарти передбачають ретельну перевірку фактів; нейтральне та пропорційне представлення основних точок зору; відокремлення фактів від коментарів; надання змоги тому, кого критикують, оприлюднити свою позицію; нерозголошення джерел інформації, якщо того вимагає той, хто її надав; невикористання професійних можливостей в особистих цілях; відокремлення журналістських матеріалів від реклами та пропаганди.

У демократичних країнах відступи від загальноприйнятих стандартів дуже жорстко оцінюються колегами, громадськістю, але насамперед ринком. Тому, приміром, в Англії або Польщі вони є винятком, а не правилом, як у сучасній Україні. Адже прибутки газети або телекомпанії залежать від кількості читачів та глядачів і обсягів реклами, яку розміщують підприємці. Писати чи показувати неправду не вигідно. Після кожного такого випадку читачів або глядачів у газети чи телекомпанії стає менше, а значить і доходи падають. Тому для італійців звична справа, що ЗМІ, які належать сім'ї прем'єра Сільвіо Берлусконі, оприлюднюють неприємні для нього факти і навіть критикують главу уряду. Йому вигідніше стерпіти крити-

ку, ніж рубати гілку, на якій сидить — втрачати прибутки від того, що спочатку читачі та глядачі, а потім і рекламодавці відвернуться від брехливих медіа.

Є сфери, де вітчизняні ЗМІ працюють бездоганно. Наприклад, коли оприлюднюють прогноз погоди від Гідрометцентру: інформація подається коротко, точно, зрозуміло. Так само неупереджено медіа повинні висвітлювати інші події, зокрема виборчу кампанію: всі кандидати мають отримати рівні можливості проінформувати громадян про свої програми, погляди, дії. Однак протягом липня — вересня 2004 року ми бачимо, як деякі факти замовчуються, інші — навпаки, вип'ячуються або перекручуються; один кандидат не сходить з екранів телевізорів, а інші якщо й потрапляють туди, то лише в негативному світлі або для того, щоб покрити колегу.





## ОСНОВНІ ТИПИ МАНІПУЛЯЦІЙ

Їх чотири: підміна журналістських жанрів, порушення професійних та етичних стандартів, використання замість журналістських форм поширення інформації нежурналістських, застосування спеціальних ефектів.

Коли відбувається **підміна журналістських жанрів**, в одному матеріалі поєднуються новини, аналітика і публіцистика. Замість простого, лаконічного викладу інформації або зіставлення фактів, їх неупередженого аналізу й коментування глядачі, слухачі й читачі отримують факти вперемішку з оцінками й емоціями. Нерідко факти відсуваються на задній план, а то й взагалі ігноруються. Натомість журналіст висловлює своє бачення подій і проблем, ілюструючи його емоціями й оцінками своїх однодумців та не даючи протилежної точки зору чи не повідомляючи фактів, які суперечать логіці автора. Такі матеріали вирізняються тим, що в них, як правило, когось відверто хвалять, а когось постійно критикують або користуються однозначно позитивними чи негативними визначеннями на зразок: «деструктивні сили», «непримиренна опозиція», «олігархічне оточення» або «конструктивна позиція більшості», «видатні досягнення кандидата» тощо.

При **порушенні професійних та етичних журналістських стандартів** факти подаються неточно, перекручуються; глядачам, слухачам і читачам не дається можливості порівняти різні точки зору, побачити — де факти, а де оцінки й коментарі автора тощо.

Коли відбувається **підміна журналістських форм поширення інформації нежурналістськими**, матеріали за формою є інформаційними, аналітичними чи публіцистичними, однак насправді вони стають рядком пропаганди, прихованої реклами.

Журналістська практика знає більше десятка так званих **спеціальних ефектів**, з допомогою яких автор нав'язує читачу (глядачу, слухачу) свою позицію. Наприклад, метод **останнього слова**: журналіст залишає останній коментар за собою і стає на бік однієї із сторін дискусії або цитує того, хто йому більш симпатичний.

Або метод **читання думок**, коли журналіст робить вигляд, що переказує думки різних людей, узагальнюючи від окремої особи до мільйонів.

Інший поширений метод — **виключення інформації**: журналіст не допускає того, аби в газетному матеріалі чи в ефірі з'явилися думки, які не подобаються йому особисто.

Застосовуючи метод **непрямої атаки**, журналіст спрямовує критику не на того, кого хоче критикувати, а на його оточення: мовляв, подивіться — які його друзі, такий і він.

Журналіст прямо чи опосередковано пов'язує різні негативні явища з тим, кого критикує, хоча вони не мають до цієї людини жодного відношення — так використовується метод **асоціативної атаки**.

Метод **атаки за допомогою подвійного стандарту** передбачає, що до співрозмовників застосовуються різні правила: одним надається більше часу, а інших перебивають, не даючи висловитися.

Застосовуючи метод **«неможливості фрагментації»**, журналіст подає інформацію так, що глядачу чи слухачу практично неможливо виокремити певний факт, думку, позицію. Тема забалакується або використовується така кількість наукових понять, цифр, абревіатур, термінів, що в цьому неможливо зорієнтуватися і щось зрозуміти.

Ще один метод — **дозування інформаційної бази**. У цьому випадку журналіст на одні факти звертає особливу увагу, а інші не помічає. Або, приміром, з одним із співрозмовників телеведучий ділиться попередньою інформацією, щоб той був значно підготовленішим за інших.

Застосовуючи метод **контрасту слів і зображення**, журналіст на тлі промови «свого» політика показує красиві, розумні обличчя; коли ж говорять інші, на екрані демонструють, приміром, бомжів та п'яниць.

Метод **акценту та несимпатичних деталей особистості** передбачає виставлення людини у непривабливому світлі. Наприклад, крупним планом показують бородавку, шрам, фізичну ваду тощо.

Застосовуючи метод **порядку запитань і відповідей**, журналіст дає «своєму» політику більше часу обдумати відповідь і висловитися останнім, бо така інформація запам'ятовується найкраще.

Метод **відволікання уваги** застосовується для того, щоб новина, про яку не можна не сказати, залишилась непомітною. Відразу після її оприлюднення журналіст наводить низку сенсаційних фактів чи картинок, на тлі яких «основна» новина виглядає далеко не основною.

Застосовуючи **метод роздмухування деталі**, журналіст чіпляється до дрібниць, робить із мухи слона.

Є й інші методи, за допомогою яких журналісти, більшою чи меншою мірою, фактично дезінформують глядачів, слухачів або читачів.



## ДОМІНУЮТЬ НОВИНИ ПРО ЯНУКОВИЧА

З самого початку президентської кампанії було зрозуміло: якщо не станеться дива, переможе хтось із Вікторів — чинний прем'єр В.Янукович або колишній глава уряду, а нині лідер опозиційного блоку «Наша Україна» В.Ющенко. Тому ЗМІ розповідали насамперед про діяльність цих кандидатів. Більш-менш регулярно їхню увагу привертали також лідер Соціалістичної партії Олександр Мороз і головний комуніст Петро Симоненко, особливо коли вони критикували Ющенка. Час від часу на екранах телевізорів і сторінках газет з'являлись голова Прогресивної соціалістичної партії Наталя Вітренко та экс-прем'єр Анатолій Кінах, який називає себе представником «третьої сили» (не влада і не опозиція). Інші кандидати не приховують, що змагаються за олімпійським принципом: головне — не перемога, а участь.

Улітку 2004 року на загальнонаціональних та регіональних телеканалах домінував Віктор Янукович. Цьому сприяло те, що він виступав **водночас у трьох іпостасях: прем'єр-міністра, голови Національного олімпійського комітету і кандидата в Президенти**. За даними моніторингу, що здійснюється в рамках проекту «Український монітор за свідомий вибір» (див. [www.prostir.org/monitor](http://www.prostir.org/monitor)), у період з 30 серпня по 5 вересня в телевізійних повідомленнях, які стосувалися В.Януковича, 71% інформації було про його діяльність як керівника уряду, 15 — як кандидата у Президенти, 5 — як голови Національного олімпійського комітету та 9% — одночасно як прем'єр-міністра і як кандидата у Президенти. В.Ющенко ж фігурував тільки як претендент на крісло Президента. Цим частково пояснюється те, що, наприклад, упродовж липня програма «Вісті» (УТ-1) присвятила В.Януковичу майже дві години, тоді як його основному опоненту — трохи більше 17 хвилин.

Телевізійні повідомлення супроводжуються синхронем та відеорядом. З 27 липня по 20 вересня інформаційні програми «Вісті» (УТ-1), ТСН (1+1) та «Подробиці» (Інтер) надали прем'єр-міністру понад 35, 12 та 24 хвилини синхрону, а Віктору Ющенку символічні 10, 0 та 24 секунди. Що стосується відеоряду, то у програмі «Вісті» В.Янукович мав понад 37 хвилин (проти 10 секунд у В.Ющенка), у ТСН — 15 хвилин проти 4 хвилин, а в «Подробицях» — 22 проти 6.

Синхрон та відеоряд В.Януковича супроводжувався закадровим текстом у нейтральній або позитивній тональності протягом 2 годин 20 хвилин у програмі «Вісті», понад 41 хвилину — у ТСН та понад 1 годину — у «Подробицях». Коли ж на екрані з'являвся В.Ющенко, переважав негативний закадровий текст: понад 33 хвилини у програмі «Вісті», понад 12-

у ТСН і 33 хвилини — у «Подобицях». Негативна тональність на адресу керівника уряду у закадровому тексті прозвучала лише у програмі «Подобиці» — за увесь період в обсязі 1 хвилини 5 секунд.

Місцеве телебачення так само явну перевагу, порівняно з іншими кандидатами, віддає прем'єру. Для прикладу: з 5 по 15 серпня телеканали північного регіону присвятили Віктору Януковичу більш ніж 85% інформації, де йшлося про вибори та кандидатів, західноукраїнські телеканали — 62%.

Значно більший плюралізм спостерігається у пресі. Особливо це стосується західноукраїнських газет, які про основних претендентів на переомогу пишуть приблизно порівну.



## КАНДИДАТИ-АУТСАЙДЕРИ

Переважна більшість кандидатів у Президенти, як свідчать соціологічні опитування, не зможуть набрати навіть 1 відсотка голосів виборців. Тому вони особливо не ображаються, що медіа ігнорують їх. Дехто (як столичний міський голова Олександр Омельченко) балотується, щоб не підтримувати когось із фаворитів кампанії, дехто (як лідер партії «Громадянський контроль» Василь Волга) сподівається, що це — перший крок на шляху утвердження себе як політика загальнонаціонального масштабу. Однак більшість з них бере участь у перегонах з двома цілями: по-перше, направити своїх представників до виборчих комісій, щоб таким чином допомогти або завдати одному з лідерів; по-друге, робити заяви, які ускладнюватимуть кампанію В.Ющенку чи В.Януковичу.

Проти прем'єра борється лідер партії «Яблуко» Михайло Бродський. Він звинувачує нинішню владу в тому, що та розподілила національні багатства між 10 сім'ями, інтереси яких надалі відстоюватиме нинішній прем'єр — у випадку перемоги на виборах. Єдиний спосіб відновити справедливість, на думку М.Бродського, — підтримати опозиційного кандидата Віктора Ющенка.

Інші так звані технічні кандидати працюють проти лідера «Нашої України». Дехто з них під час прес-конференцій та інших акцій створює інформаційні приводи, які потім активно експлуатуються медіа. Наприклад, Роман Козак висловив сумнів, чи Віктор Ющенко має моральне право боротися за президентство у зв'язку з тим, що у його дружини — Катерини Чумаченку — американське громадянство. Олександр Базилук запевняє, що виборча кампанія В.Ющенка фінансується американцями, зокрема відомим фінансистом Джорджем Соросом. Ніяких підтверджень не наводиться, однак інформація активно гуляє частиною ЗМІ. Ще один кандидаг-аутсайдер Дмитро Корчинський переконує, що немає жодної різниці між нинішньою владою і опозицією: мовляв, більш удачливі олігархи борються проти тих, хто накрив менше.

В попередніх кампаніях теж були кандидати, які не претендували на перемогу. 1991 року Левко Лук'яненко, Ігор Юхновський закликали українців не так голосувати за себе на виборах, як за незалежну державу на референдумі; 1999 року Василь Онопенко, Володимир Олійник та інші дбали про власну розкрутку. **Нинішні вибори перші, коли більшість кандидатів агітують не за себе, а проти одного з фаворитів перегонів (і здебільшого проти Ющенка).** Фахівці не пригадують іншої країни, де б півтора десятка політиків висувалися кандидатами в Президенти лише для того, щоб у цьому статусі сказати кілька неприємностей про одного з колег.

Все це певною мірою ускладнює роботу ЗМІ і відволікає увагу суспільства від фаворитів перегонів та основних питань, на які має відповісти нинішня кампанія.

## НЕДОВІРА ЗАЛИШИТЬСЯ

Наприкінці серпня — на початку вересня громадська організація «Комітет «Рівність можливостей», спираючись також на дослідження Фонду «Демократичні ініціативи» та центру «Социс», порівняв: яким кандидатам більше симпатизують засоби масової інформації, а яким — виборці. Висновок: **симпатії загальнонаціональних телеканалів і більшості їхніх глядачів не співпадають.** Так, програмі ТСН (1+1) Віктор Янукович подобається майже вчетверо більше, ніж людям, які дивляться цю програму. Водночас рівень симпатій виборців до Віктора Ющенка майже втричі перевищував позитивну інформацію про нього служби новин телеканалу 1+1. Аналогічно виглядає баланс симпатій ЗМІ та громадян на УТ-1, Інтері, Новому каналі, ICTV, СТБ, ТРК «Україна».

Це зменшує рівень довіри громадян як до цих телеканалів, так і, певною мірою, до засобів масової інформації взагалі. Президентська кампанія закінчиться, а недовіра залишиться.



## ГОЛОВНА МІШЕНЬ – ЮЩЕНКО

На телебаченні маніпуляційні технології використовуються переважно щодо Віктора Ющенка. На його адресу припадає **80% усієї негативної інформації**. Це стосується насамперед Інтера, 1+1, Першого національного, ТРК «Україна».

Діяльність інших опозиційних кандидатів — О. Мороза та П. Симоненка — висвітлюється менш активно, зате досить збалансовано, без негативного забарвлення. Колишнього прем'єра Анатолія Кінаха телеканали здебільшого ігнорують.

Про кандидата від влади Віктора Януковича на загальнонаціональних каналах іде або позитивна, або нейтральна інформація.

### «Вісті» (Перший національний)

*19 серпня*, сюжет про передвиборну поїздку В.Ющенка до Цюрупинська Херсонської області. Кандидата в Президенти запитують, чи відомо йому про інцидент із звалтуванням дівчинки та чи знає він підозрюваного у скоєнні злочину. Екс-прем'єр відповідає: ні, але обіцяє в разі підтвердження злочину «запроторити його в тюрму».

Майже відразу підозрюваний Олексій Журавко звертається до Генпрокуратури. Він вимагає, щоб Віктор Ющенко вибачився, оскільки у цій справі немає його, О.Журавка, вини, а лідер «Нашої України» обманює, кажучи, що не знає його. За твердженням О.Журавка, він кілька років працював у В.Ющенка.

Така ж інформація прозвучала того дня у програмі «ТСН» (1+1).

*4 серпня*, на виборчу тематику йде шість сюжетів:

1. Леоніда Кравчука запитують: чому він підтримує В.Януковича? Колишній Президент України розповідає про позитиви прем'єра і не радить тому підписувати угоду про чесні вибори з В.Ющенком, бо це, мовляв, суто популістський крок.

2. Віктор Ющенко заявив про намір підписати таку угоду з лідером Компартії Петром Симоненком. Прес-служба штабу останнього запевняє: *«Заява Ющенка про те, що він працює з чесними бізнесменами та бізнес-структурами, носить винятково передвиборно-популістський характер і не витримує жодної критики, — вважає кандидат у президенти Петро Симоненко. Сьогодні воточенні В.Ющенка бал правлять ті, хто різко процвітав в роки його прем'єрства...»*

3. Олександр Мороз, перебуваючи на Сумщині, критикує програму В.Ющенка у частині, що торкається земельного питання.

4. «Янки — в Освенцим!» — скандували перед резиденцією посла США прихильники Дмитра Корчинського. На їхню думку, Сполучені Штати настільки очевидно підтримують Віктора Ющенка, що маніфестанти запропонували американському дипломату самому стати кандидатом у Президенти.

5. У повідомленні про передвиборні рейтинги кандидатів наголошується: 46% опитаних вважають, що президентом стане Віктор Янукович, 16,5% — Віктор Ющенко.

6. Столичні правоохоронці затримали підозрюваних у вандалізмі, які пошкодили агітаційні біг-борди одного з кандидатів у Президенти (на відео — плакат Віктора Януковича).

До кожного окремо взятого із наведених вище сюжетів можна пред'явити лише дрібні претензії. Але зверстані разом, в такій послідовності вони чітко працюють на одного і проти іншого кандидата.

### «Подробиці» (Інтер)

«Атака оточення» та «алогічне чергування сюжетів» — найбільш вживані маніпуляційні технології на телеканалі Інтер. У програмі «Подробиці» 19 серпня з десяти повідомлень про президентську кампанію у чотирьох ідеться про Віктора Януковича:

1. Під час зустрічі Леоніда Кучми та Віктора Януковича з президентом Російської Федерації Володимиром Путіним досягнуто домовленості про скасування ПДВ на експорт енергоносіїв з 1 січня 2005 року.

2. На відкритті Сорочинського ярмарку на Полтавщині глава уряду заявив про зниження найближчим часом ціни на хліб.

3. Сергій Тигипко — керівник виборчого штабу чинного прем'єра — на зустрічі з підприємцями в Донецьку запевнив, що і до виборів, і після гривня буде стабільною завдяки роботі уряду та росту економіки.

4. Виникло об'єднання демократичних сил на підтримку Віктора Януковича як кандидата у Президенти.

У цій же програмі основному опоненту діючого прем'єра Віктору Ющенку присвячено 2 повідомлення:

1. Розслідування подій, які відбулися на горі Ай-Петрі (стеження за кандидатом у Президенти) та на Херсонщині (інцидент з КамАЗом, який ніби-то не давав можливості нормально їхати машині, за кермом якої був лідер «Нашої України»), гальмується самим Віктором Ющенком.

2. Розповідь про конфлікт між народним депутатом членом «Нашої України» Василем Червонієм та редактором рівненського тижневика «Панорама» Миколою Кульчинським.

Відтак Віктору Януковичу у нейтральній та позитивній тональності приділено 3,6 хвилини, Віктору Ющенку — 32 секунди. Зате 3,3 хвилини про экс-прем'єра розповідали з негативним відтінком.

Інтер використовує різну інформацію як привід подати позицію В.Ющенка у негативному світлі. Наприклад, програма «Подробиці» 18 серпня помістила сюжет про заяву Генеральної прокуратури щодо кримінальної справи проти директора заводу «Ленінська кузня» Петра Бліндера, якого звинувачено в присвоєнні державних коштів. В матеріалі детально повідомляється про перебіг розслідування і про те, що у П. Бліндера є «високопоставлені заступники»: «... следствие тормозили депутаты из «Нашей Украины». Такой интерес к уголовному делу со стороны фракции объяснить несложно, если вспомнить, что один из крупнейших «нашеукраинских» олигархов — Петро Порошенко — является почетным президентом ОАО «Ленинская кузня». Впрочем, на сегодняшнем брифинге П.Порошенко не было, его с успехом заменял коллега по фракции Юрий Кармазин. Видимо, специально для депутата начальник следственного управления подчеркнул: никакой политики в деле нет, только криминал...».

Аналогічну інформацію на цю тему побачили і глядачі Першого національного у програмі «Вісті».

У серпні в «Подробицях» було чимало **«прихованої антиреклами»**.

13 числа кандидат у Президенти Юрій Збітнєв: «Сьогодні треба не стільки збирати сміття по горах, а скільки навести чистоту і порядок у своїх організаціях».

5 серпня лідер фракції «Регіони України» Раїса Богатирьова: «Пошкодження біг-бордів з портретом нашого кандидата Віктора Януковича говорять про кризу в стані наших опозиціонерів, в стані наших політичних опонентів, які сьогодні вичерпали аргументи, в яких немає фактів на свою політичну користь, і вони почали такий дев'ятий вал негативу нарощувати. Вони демонструють начебто на папері чесні вибори, а в діях роблять зовсім інше». Того ж дня цю цитату подала і програма «Вісті» (Перший національний).

Інтерв'євська інформаційно-аналітична програма «Подробиці тижня» у серпні вийшла в ефір лише один раз — 29 числа. Короткий огляд новин передвиборних перегонів розпочався з висвітлення агітаційний поїздок Віктора Ющенка. Згадали про всі конфліктні ситуації, де звучало його прізвище: «У Мелітополі «нашоукраїнці» надавали по голові двом журналістам, один з яких виявився кореспондентом місцевої газети Соцпартії; на Ай-Петрі вполювали міліціонера в штатському — за словами колег-міліціонерів, у нього струс мозку; а в херсонських степах під «гарячу руку» соратників Ющенка потрапив водій вантажівки, який не поквапився звільнити дорогу кандидатському кортежу...».

Канал регулярно ігнорує основні журналістські стандарти: одному з кандидатів приділяє уваги значно більше, ніж іншому; діяльність одного



висвітлює позитивно, другого — переважно негативно; одному надає можливість пояснити свою позицію, другому — як правило, ні.

### **ТСН (1+1)**

9 серпня, редактор тижневика «Киевский телеграф» Володимир Скачко презентує книгу «Журналіст проти месії». Скачко: *«І Ющенко, і його блок, і його політичні спекуляції не прийнятні для мене, бо це спекуляції на ідеях національної демократії».*

13 серпня, заступник глави Адміністрації Президента Василь Базів коментує заяви В.Ющенка про стеження за ним правоохоронців у Криму: *«Треба страхувати виконавців таких виборчих трюків».*

### **«Події» (ТРК «Україна»)**

19 серпня, російський політолог Гліб Павловський каже, що *«Ющенко, из которого не выходит триумфального победителя, теперь готовится к статусу жертвы нелегитимных выборов».*

### **«Репортер» (Новий канал)**

Журналісти «Нового каналу», принаймні у серпні, висвітлювали президентські перегони інакше, ніж більшість колег. У випусках новинінформації про Віктора Ющенка було майже вдвічі більше, ніж про Віктора Януковича. Діяльність і першого, і другого подавалась досить об'єктивно. Однак «Репортер», по-перше — час від часу демонструє сюжети-замальовки про главу уряду, по-друге — журналісти використовують порівняння, які засвідчують симпатії до одного з кандидатів, а саме В. Януковича. Приміром, 27 серпня у сюжеті про вибухи на столичному ринку «Троещина», перелічуючи вилучені у підозрюваних речові докази, журналістка ставить в один ряд *«фашистську літературу та проющенківські листівки».*

### **«Час» (5 канал)**

Підсумкова програма 5-го каналу традиційно критикує діяльність Віктора Януковича. В останній місяць літа інформації про лідера блоку «Наша Україна» було у сім разів більше, ніж про прем'єр-міністра. Крім того, кожна друга інформація про В.Януковича була негативною.

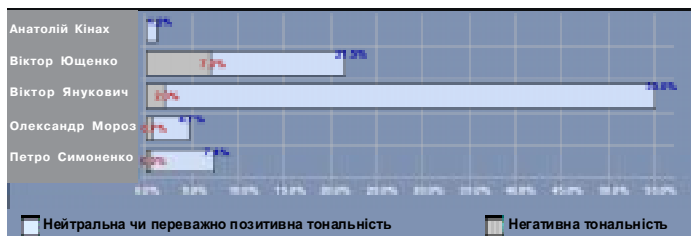
31 серпня, ведучий Андрій Шевченко: *«Кандидат у Президенти В.Янукович сьогодні відкрив у Києві так званий «Русский клуб», який, за задумом, має бути місцем для неформального спілкування впливових українців та росіян. Цілком характерний зоряний склад гостей відкриття — окрім українського прем'єра В.Януковича, глава Адміністрації Президента В.Медведчук та його російський колега Д.Медведев. Таке товари-*

ство дозволило деяким спостерігачам знову заговорити про те, що росіяни гуртують своїх технологів задля допомоги Віктору Януковичу на президентських виборах. Офіційне завдання «Російського клубу» значно скромніше — прояснення для українців позиції Кремля».

У той же час слід зазначити, що 5 канал подає різні точки зору, у тому числі критику щодо Ющенка, запрошує на прямий ефір представників різних політичних сил, тобто у цілому його редакційна політика є збалансованішою порівняно з каналами, підконтрольними владі.

Загальнонаціональні канали можна поділити на дві групи: до першої належать УТ-1, 1+1 та Інтер, до другої — ICTV, Новий канал і СТБ. Всі представляють кандидатів незбалансовано. Однак новини ICTV, Нового каналу та СТБ значно об'єктивніші. Крім того, вони, на відміну від першої трійки, не використовують так званих «темників» і лише час від часу вдаються до маніпуляційних технологій.

Таким чином з певною натяжкою можна сказати, що ICTV, Новий канал та СТБ дорожать своїм глядачем та власною репутацією і розвиваються насамперед як бізнес-структури. А УТ-1, 1+1 та Інтер значною мірою використовуються не як ЗМІ, а як пропагандистський інструмент.



## «КИЕВСКИЕ ВЕДОМОСТИ» ПРОТИ «УКРАЇНИ МОЛОДОЇ»

Преса значно плюралістичніша, ніж телебачення. Так, упродовж серпня загальнонаціональні газети оприлюднили однакову кількість негативної інформації стосовно фаворитів перегонів — по 12%. Вона чітко розподіляється між виданнями, що симпатизують тому чи іншому кандидату. Негативну інформацію про Віктора Ющенка зазвичай подають «Киевские ведомости», «2000», які асоціюються з СДПУ(о), про Віктора Януковича — «Україна молода» (симпатизує В.Ющенку) та «Сільські вісті» (підтримують О.Мороза).

Діяльність Олександра Мороза в основному висвітлювалася «Сільськими вістями». Заявам Анатолія Кінахаприділяла увагу «Україна молода».

Кілька прикладів застосування маніпуляційних технологій.

### «Киевские ведомости»

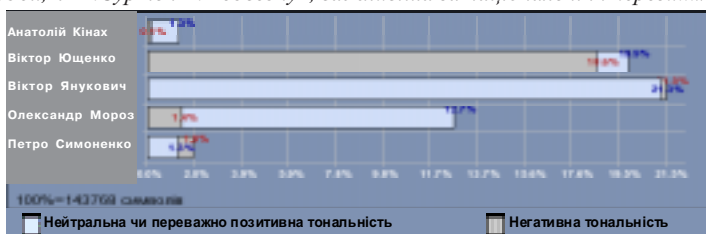
11 серпня газета вмістила матеріал «Игроки и статисты», в якому вкотре згадується скандальна заява народного депутата Олега Тягнибока: *«И хотя Виктор Ющенко демонстративно попытался откреститься от представителя своей фракции, уволив его из своих рядов, «коричневый окрас», по выражению Натальи Витренко, ему вряд ли удастся смыть. Тем более что плечом к плечу к Олегу Тягнибоку стоял на митинге родной брат Виктора Андреевича, также член фракции «Наша Украина» — Петр Андреевич, призывавший Всевышнего вспомнить «в царстве тех мучеников, которых мы сегодня вспоминаем».*

### «День» і «2000»

«День» 18 серпня надрукував статтю «Грузія, Україна та США» координатора невливової американської неурядової організації «Комітет НАТО з питань Східної Європи та Росії» Айри Строса з посиланням на інтернет-сайт «ИноСМИ.Ru». Через два дні газета «2000» вміщує розлогий матеріал Сергія Лозунька «США поставили на Ющенко. Признание Айры Строса». Автор намагається переконати читачів у тому, що Віктор Ющенко — маріонетка США: *«Не могу еще раз не обратить внимание на лексику: «заставить своих фаворитов — Саакашвили и Ющенко»... «Заставить»!!! Ни больше и ни меньше! Очевидно, что «заставить» можно только вассала или подчиненного (не хочется употреблять вовсе уж обидное — «марионетка»)*. Причому С.Лозунько стверджує, що це — офіційна позиція Вашингтона, бо Строс, мовляв, близький до адміністрації Джорджа Буша-молодшого: *«Условно говоря, что у Белого дома на уме — то у Айры Строса на языке»*. Однак журналіст некоректно називає Айру Строса *«известным американским политиком»* — на відміну від газети «День», що вважає позицію Строса *«неофіційною»*, оскільки той представляє неурядову організацію, але *«відвертою»*.

### «Україна молода»

10 серпня з'явилась стаття «Динамо»-машина. Як Суркіс, Медведчук і Янукович зробили з української народної команди пересічний клуб із Віргінських островів». Автор матеріалу старається пов'язати В.Януковича з махінаціями довкола футбольного клубу: «Сьогоднішній прем'єр, який приміряється у Президенти, — Віктор Янукович — також спокійно спостерігає, як у державі відбирають національне надбання. Адже він досі не втрутився у ситуацію і не наказав підлеглому міністру внутрішніх справ, котрий за посадою опікується товариством «Динамо», дати по руках спритникам... Ця позиція свідчить, що для В.Януковича підтримка таких людей, як Г.Суркіс і В.Медведчук, важливіша за національні інтереси...»



### Регіональне телебачення

Протягом серпня місцеві телекомпанії давали про Віктора Януковича майже виключно позитивні та нейтральні матеріали. В.Ющенка ж навпаки — переважно критикували. Особливу активність відзначались телекомпанії північних областей України: вони згадували экс-прем'єра у негативній тональності у 8 випадках з 10 — в основному у зв'язку із страйком сумських студентів. На Півдні діяльність лідера «Нашої України» висвітлювали значно менше, однак також здебільшого критично. Інші кандидати якщо й потрапляли на екран телевізора, то в незначних обсягах.

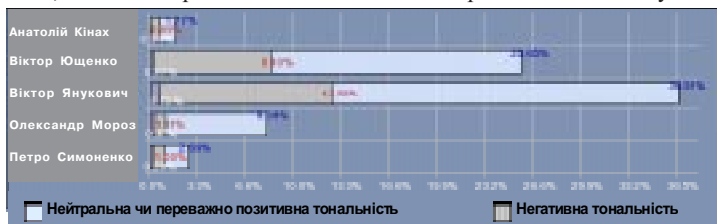


### Регіональна преса

Упродовж серпня західноукраїнські газети продемонстрували, як потрібно висвітлювати президентську кампанію: вони опублікували близько 30% позитивної інформації та близько 10 негативної стосовно обох основних претендентів на перемогу. У північних областях газети активно критикували Віктора Януковича (23%), в той час як на

Сході майже не подавали про нього негативної інформації.

Про Олександра Мороза писали переважно на Півночі і Заході у зв'язку з його передвиборним туром. Про Петра Симоненка, Анатолія Кінаха, Наталю Вітренко та інших кандидатів преса майже не згадує.



### Радіо

Інформаційна політика УР-1, а також обласних державних радіокомпаній нагадує лінію УТ-1. Найбільше уваги приділяється діяльності керівника уряду, причому виключно з позитивного боку. В.Ющенка стараються не помічати, коли ж згадують, топереважає негативна тональність.

Комерційні радіостанції обмежуються, як правило, короткими випусками новин в нейтральному ключі.

Якісно вирізняється радіо «Ера». В його ефірі присутні як плюралістичні новини, так і аналітичні програми, де звучать різні точки зору.

### Інформаційні агентства

Провідні інформагентства — УНІАН, «Інтерфакс-Україна», «Українські новини» — намагаються працювати неупереджено та збалансовано, з дотриманням основних професійних стандартів.

Водночас інформаційна стрічка агентства «Укрінформ» нагадує випуски новин державних телерадіокомпаній, де домінує офіційна точка зору.

### Інтернет

Інтернет-сайти здебільшого відверто симпатизують тому або іншому кандидату. Отож, **щоб отримати якісну інформацію, дізнатися про різні позиції і точки зору, необхідно звертатися до кількох джерел.** При цьому кожний сайт демонструє різну ступінь плюралізму. Так, «Українська правда», «Главред» у своїх коментарях не приховують симпатій до Віктора Ющенка, однак прагнуть не замовчувати будь-які важливі події — незалежно від того, що і з ким відбувається. Натомість, приміром, сайт «Неделя» є класичним прикладом використання Інтернету для поширення маніпуляційних інтерпретацій — як правило, проти лідера «Нашої України». Об'єктивної інформації про хід виборчої кампанії тут просто немає.

Інша особливість Інтернету: з'явилося багато сайтів, покликаних «відмивати» інформацію. Тобто, якість повідомлення з'являється на сайті, а потім цитується телеканалами і газетами. Таким чином, у глядача або читача складається враження, що інформація перевірена, їй можна довіряти.

## ЯЙЦЯ? КАМІННЯ? ТУПІ ПРЕДМЕТИ?

Типовим стало висвітлення інциденту під час візиту Віктора Януковича до Івано-Франківська 24 вересня 2004 року.

1. Вранці агентство УНІАН повідомило: *«У п'ятницю в Івано-Франківську скоєно напад на прем'єра Віктора Януковича. При виході з автобуса біля Прикарпатського університету імені Стефаника невідомі почали кидати яйцями в В.Януковича. Він упав. Охоронець переніс прем'єра в інший автомобіль, який одразу поїхав від університету. В.Янукович перебуває в Івано-Франківську у рамках чотириденної робочої поїздки по регіонах України.»*

2. Близько 11-ї години агентства поширили детальнішу інформацію та коментар прес-секретаря пави уряду Ганни Герман: *«Прем'єр-міністр України Віктор Янукович знаходиться в лікарні після інциденту в п'ятницю ранком в Івано-Франківську. За словами прес-секретаря прем'єра Ганни Герман, у нього було зроблено два кидки, один з яких — твердим предметом. Людина, що атакувала В.Януковича, затримана. Проводиться дізнання. Як стверджує Г.Герман, загрози життю В.Януковича немає. Раніше вона заявила, що «радикально налаштована частина представників блоку «Наша Україна» поводитися агресивно, що змусило охорону прем'єра захищати його». Як каже прес-секретар прем'єра, він продовжить поїздки... За словами людей, що спостерігали ситуацію віддала, автобус із прем'єром і його супроводом... зустрів пікет прихильників блоку «Наша Україна». Люди скандували «Ющенко». Тут же були і прихильники В. Януковича. При виході з автобуса прем'єр спіткнувся, охорона підхопила його під руки і перевела в автомобіль, який відразу ж від'їхав.»*

3. Після 12-ї години «Інтерфакс-Україна» публікує спростування, яке одразу поширюється через Інтернет-сайти, зокрема «Українську правду»: *«Міністерство внутрішніх справ України заявляє, що «ніяких важких і тупих предметів» у прем'єр-міністра Віктора Януковича в Івано-Франківську не кидали. «Було тільки яйце», — повідомила агентству глава департаменту по зв'язках із громадськістю міністерства Тетяна Подошевська. За її словами, МВС вивчає обставини інциденту з прем'єром, кримінальна справа поки не порушена. Т.Подошевська повідомила, що затримано 17-літнього сина декана одного з прикарпатських вузів, що знаходився в рядах групи підтримки В.Януковича і кинув у нього яйце (друге яйцезалишилося в кишені штанів юнака)».*

4. О 12-35 «Українська правда» поширює інформацію, отриману від інформагентств: *«Радикально налаштована частина представників блоку «Наша Україна» поводитися агресивно, що змусило охорону прем'єра*

захищати його», — повідомила прес-секретар глави уряду Ганна Герман. За її словами, прем'єр заявив, що продовжить поїздки... Як повідомлялося, автобус із прем'єром і особами, які його супроводжували, прибув до Прикарпатського університету імені Стефаника... За версією агентства «Інтерфакс-Україна», при виході з автобуса прем'єр втратив рівновагу, охорона підхопила його під руки і перевела до автомобіля, який відразу ж від'їхав. Як стверджує агентство УНІАН, при виході з автобуса невідомі почали кидати яйцями в В.Януковича. Він упав. Охоронець переніс прем'єра до іншого автомобіля. Як повідомляє Прикарпатське інформагентство «Піар», В.Януковича госпіталізовано в Івано-Франківську обласну лікарню. Попередній діагноз «колатпідний стан внаслідок поранення гострим предметом». За даними агентства, на місці інциденту затриманий син декана природничого факультету Прикарпатського університету. Колатпідний стан — це зниження артеріального тиску, який може супроводжуватися запамороченням та втратою свідомості.

5. О 13-23 наступне повідомлення: «Народний депутат Володимир Колоніарі з «Регіонів України» загрожує відплатою «Нашій Україні» за інцидент з прем'єром Віктором Януковичем в Івано-Франківську. «Ви, Ющенко і нашоукраїнці, виховали відморозків, банду», — заявив В.Колоніарі з трибуни парламенту, відзначивши, що «Наша Україна» це за це заплатить. «Ви хочете Україну, якою ви її запланували?! Мало вам не буде здаватися! Ви її отримаєте!» — додав він. В.Колоніарі розповів, що В.Януковича «закидали важкими предметами і йому дотепер надають допомогу». Також, за словами В.Колоніарі, поранений охоронець В.Януковича. У відповідь на це депутат з «Нашої України» Микола Томенко заперечив причетність блоку В.Ющенка до провокації... У той же час управління МВС в Івано-Франківській області повідомило агентству «Інтерфакс-Україна», що в В.Януковича потрапили два важких предмети — в груди і голову. Там також сказали, що люди, які кидали, були членами «Союзу молодих націоналістів». У даний момент В.Янукович знаходиться в обласній лікарні... Вийшовши з лікарні, він має намір продовжити робочу поїздки областю.

6. О 14-30 — нове повідомлення: «Міліція порушила кримінальну справу у зв'язку з нападом на прем'єр-міністра Віктора Януковича — за статтею 296, повідомляє «Інтерфакс-Україна». Слідство встановило, що затриманий 17-літній Дмитро Романюк мотивував свої дії тим, що не хоче, аби В.Янукович став Президентом. Співрозмовник агентства сказав, що студент є прихильником Віктора Ющенка, хоча до жодної партії не входить... За інформацією обласного УМВС, під час інциденту в В.Януковича були кинуті два важких предмети. Прем'єр знаходиться в лікарні.»



7. Майже одночасно пройшло повідомлення про те, що *«під час інциденту в Івано-Франківську в прем'єр-міністра Віктора Януковича кинули пристрій від відеокамери. Про це повідомив заступник керівника пресслужби уряду Олександр Тернавській, передає УНІАН. В той же час керівник Івано-Франківського штабу В.Ющенко Зиновій Шкутяк зібрав пресконференцію і заявив, що «команда В.Ющенко не має жодного відношення до інциденту»...*

Потім були коментарі керівника виборчого штабу прем'єра Сергія Тігіпка, виступ Віктора Януковича на УТ-1 о 17-00, мітинги на підтримку Януковича в Донецьку та Дніпропетровську, коментарі Тараса Чорновола — народного депутата і консультанта прем'єра... Однак найпоказовішою є динаміка висвітлення події: спочатку новини ніхто не контролював, вони були не в усьому точними, але журналісти прагнули бути об'єктивними, давати різні точки зору. Проскочило навіть уточненнямліції, що «було лише яйце». Пізніше, у міру того, як інформаційний потік коригували, з'явилась інформація про «тупі і гострі» предмети, про крапельницю, під якою лежить прем'єр, про батарею від відеокамери, про звинувачення в націоналізмі та мітинги протесту.

Івано-франківський напад на прем'єра — одна з найцікавіших і малопередбачуваних подій нинішньої кампанії. ЗМІ зреагували на неї надзвичайно показово: хтось помилявся, однак намагався бути об'єктивним, а хтось свідомо дезінформував суспільство.

Схоже висвітлювалась інша знакова подія — раптова хвороба (отруєння?) Віктора Ющенко.

## ЩОБ РІШЕННЯ БУЛО ВАШИМ

Чому більшість вітчизняних ЗМІ не дотримуються прийнятих демократичних країнах журналістських стандартів? Найочевидніша відповідь: тому що Україна поки не стала демократичною. Якщо ж конкретніше, то можна вирізнити дві причини. По-перше, давати заангажовані, односторонні матеріали журналістів змушують господарі ЗМІ. По-друге, більшість вітчизняних журналістів ніколи не працювали так, як їхні європейські чи американські колеги. Тому навіть коли є можливість подати вважену, з різними точками зору інформацію, не всі до цього готові.

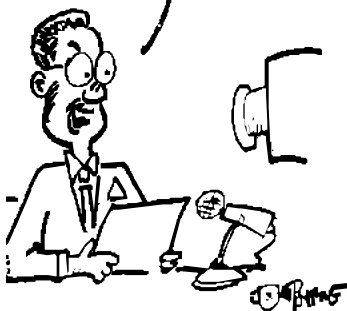
В результаті український виборець не отримує об'єктивної інформації про кандидатів, їхні програми і дії. Однак день голосування 31 жовтня — не за горами. Як за таких умов зробити правильний, усвідомлений вибір?

Перше: зважаючи на те, що в Україні майже немає ЗМІ, які б працювали згідно з журналістськими стандартами, **читайте (дивіться, слухайте) газети (телеканали, радіо), які підтримують різних кандидатів.** І вже тоді, порівнявши кілька точок зору, робіть висновок.

Друга: **радіться з людьми, яким довіряєте.** Співставляйте факти, оцінки, а лише потім вирішуйте.

Головне — аби це рішення було вашим, усвідомленим, ґрунтувалося на реальних фактах, а не на маніпуляціях.

*А тепер знову головні новини:  
голосуйте за нашого кандидата!  
Тільки за нашого! Тільки за нашого!*



*Редактор Ю.Луканов  
Комп'ютерна верстка Т.Мосієнко  
Коректор Т.Небесна*

**Маніпуляції громадською думкою за допомогою ЗМІ. —  
К.: Факт, 2004. — 24 с.**

Підписано до друку 27.09.2004.  
Формат 60x84/16  
Гарнітура Ukrainian Times  
Підготовка до друку, друк — видавництво «Факт»  
Наклад 2000

Віддруковано з оригінал-макета  
Зам. №