

ПРЕС-РЕЛІЗ

Інтерфакс-Україна, 14 травня 2008 року

Контактна особа: *Олена Бондаренко*
тел. 483-03-72, 483-57-33

КИЇВСЬКІ КОМУНАЛЬНІ ЗМІ
ЛЕВОВУ ЧАСТКУ УВАГИ ПРЯСВЯЧУВАЛИ ЛЕОНІДУ ЧЕРНОВЕЦЬКОМУ

НАЙАКТИВНІШЕ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ БУЛИ ПРЕДСТАВЛЕНІ
ЛЕОНІД ЧЕРНОВЕЦЬКИЙ ТА ОЛЕКСАНДР ТУРЧИНОВ

ПРЕСА ВИСВІТЛЮЄ КИЇВСЬКІ ВИБОРИ ПЕРЕВАЖНО У ФОРМАТІ
„ДЖИНСИ” ТА „ІМІДЖЕВИХ” МАТЕРІАЛІВ

ФМ-СТАНЦІЇ ВІДНОВИЛИ МАНІПУЛЯЦІЇ

Телебачення

Телеканали **НТН, 1+1, 5 канал, ТРК «Україна», СТБ** практично ігнорували столичні вибори. У новинах були лише незначні згадки про політиків – здебільшого у контексті виконання ними посадових обов’язків (Леонід Черновецький, Олександр Турчинов).

5 каналів із 11 аналізованих не дали жодної інформації про виборчі програми кандидатів та політичні сили. Зокрема, 5.05.08 на **НТН у програмі „Вчасно”** був сюжет про нові експрес-автобуси в Києві з коментарем мера Леоніда Черновецького. 7.05.08 у новинах трьох телеканалів - **НТН, 1+1, 5-го** Олександр Турчинов як віце-прем’єр-міністр пояснював показники інфляції та критичні заяви Секретаріату Президента України на адресу уряду. **ТРК «Україна» у програмі «События» 5.05.08** інформувала про те, що Олександр Турчинов як віце-прем’єр-міністр коментував аварію вертольота Мі-8. Канал **СТБ у програмі “Вікна-новини”** подав два сюжети на тему виборів – 7.05.08 про те, що представники шоу-бізнесу критикують кампанії усіх кандидатів, мовляв їхні агітки схожі й позбавлені креативу, а 8.05.08 про те, що виборча кампанія стає багатою на "брудні" технології: БЮТівці ловлять "чорних" поштарів, які роздають підробні газети з компроматом на блок.

Телеканал Інтер у програмі «Подобиці» також пасивно висвітлював столичні вибори. Тричі за тиждень канал згадав Леоніда Черновецького та представників його блоку у контексті міських подій – страйк міжнародних перевізників, вибух кіоску на київському базарі, презентація нових комунальних автобусів-експресів. А у підсумковому випуску - **«Подобицях тижня» 11.05.08** журналісти проаналізували програми Леоніда Черновецького, Віталія Кличка, Олександра Турчинова, Віктора Пилипишина та Василя Горбала. Канал поцікавився чим вони відрізняються і що цікавить виборців, які підходять до агітаційних наметів.

Активно представляли інформацію про столичні вибори новини **ТРК «Київ», ICTV та Новий канал. ТРК «Київ»** подав інформацію незбалансовано, зокрема про діяльність столичної влади інформував активно і виключно схвально. Більшість сюжетів прямо не стосувалося виборів, але представляли Леоніда Черновецького та його політичний блок у позитивній тональності.

Про діяльність інших кандидатів у мери та політичні сили **ТРК «Київ»** практично не інформувала. А коли й згадувала, то виключно у негативній тональності.

Підсумкова програма **"Новини-тижневик" на ТРК "Київ"** повторила низку сюжетів, що вийшли упродовж тижня. У більшості згадувався Леонід Черновецький або його заступники – представники блоку Черновецького.

Найактивніше про програми кандидатів та політичних блоків інформували **ICTV та Новий канал.** Так у програмі **«Факти»** на каналі **ICTV** найбільше уваги приділялося Блоку Юлії

Тимошенко. Її було у 4 рази більше, ніж про Блок Черновецького. Майже однакові обсяги інформації було подано про Леоніда Черновецького та Олександра Турчинова.

Підсумкова програма на ICTV - "**Факти з Оксаною Соколовою**" представляла позиції майже усіх основних кандидатів. Зокрема в ефір вийшла підбірка сюжетів під назвою "Війна мерів".

Програма "Репортер" на Новому каналі інформацію про вибори подавала порівняно об'єктивно, але не цілком збалансовано. Найактивніше була представлена позиція Леоніда Черновецького. Про діяльність столичного голови було подано у 8 разів більше інформації, ніж про Віталія Кличка, і у 9 разів більше, ніж про Олександра Турчинова. Але ні очевидних симпатій, ані оціночних суджень журналісти "Репортера" не допускали.

Канал «СІТІ» змінив форму подачі виборчої інформації. Її подавали за блоком новин. До студії запрошувалися лідери блоків чи демонструвалися події дня за участю учасників перегонів. Загалом же за обсягами інформації лідером був Блок Леоніда Черновецького.

Перший національний висвітлював вибори пасивно, однак збалансовано. Зокрема подавалася інформація про Леоніда Черновецького, Віталія Кличка та Олександра Турчинова.

Радіо

На радіо третій тиждень моніторингу засвідчив зростання уваги до кандидатів та відновлення практики застосування маніпулятивних технологій. Так само, як і упродовж двох попередніх тижнів, подавалася інформація про результати соціопитувань та досліджень, відповідно до яких – за умови якби дострокові вибори відбувалися на вихідних – той чи інший кандидат міг би стати чільником столиці, а ті чи інші блоки мали шанси пройти до Київради. Окремі FM-станції продовжували систематично озвучувати передвиборчі обіцянки окремих кандидатів та блоків, зокрема **«Ренесанс»** (Віталія Кличка та його блок), **«Народне радіо»** (Віктора Пилипишина та Блоку Катеринчука), **«Русское радио – „Україна”»** (Блоку «НУ-НС»), не згадуючи інших.

Інші, зокрема **«Радіо Київ FM»** розповідали лише про діяльність міського голови, «забувши» про передвиборчі перегони. А от **«Радіо Ера»** або через неухважність, або з інших мотивацій зауважила у "підводці", що з новою силою розгорілася передвиборча кампанія, «кандидати обмінялися звинуваченнями у обкраданні київських земель і роздавали чергові обіцянки» (очікувалося, що у повідомленні йтиметься про усіх і про землю, але мова йшла лише про БЮТ та Блок Кличка в контексті так і не визначеного єдиного кандидата від демкоаліції).

Крім того більшість радіостанцій, як і раніше, не подавали коментарів протилежної сторони у таких повідомленнях, де представники політичних блоків чи кандидати на посаду мера „демонстрували скелети з шафи опонентів”.

Преса

Незважаючи на те, що газети не виходили з 9 травня, загальні тенденції залишилися незмінними. Центральні видання вкрай рідко інформували про вибори мера Києва чи Київради. Переважно матеріали на цю тему були „замовними” або ж „іміджевими”. Причому позначалися вони як рекламні вкрай рідко. Лише газета **«Сьогодні»** рубрикувала рекламу чітко і послідовно. **«Газета по-киевски»** усі замовні матеріали друкувала під рубрикою «Свободная трибуна», **«Комсомольская правда в Украине»** започаткувала аналогічну рубрику «Вибори-2008», хоча і поза нею подавала чимало іміджевих матеріалів. Причому в обох виданнях навіть рубрики не маркувалися як рекламні.

Муніципальні видання і надалі залишалися відправною точкою для поширення іміджевих матеріалів Блоку Черновецького. Такі матеріали спочатку друкуються у газеті **«Хрещатик»** чи **«Вечірній Київ»**, а потім „пускаються по колу” в інших виданнях. Такі матеріали мають ознаки застосування маніпулятивних технологій, а за обсягами газетної площі левову частку уваги у позитивній тональності присвячують Леоніду Черновецькому та його блоку. Натомість „негатив” подається на адресу БЮТ та Блок Кличка. При цьому зберігається тенденція ототожнення діяльності київської держадміністрації з особою мера, триває публікація різноманітних рейтингів на користь тих чи інших політичних сил з використанням маніпулятивної технології «спіраль замовчування».

Цікавим фактом є те, що замість газети **«Вечірній Київ»** упродовж тижня поширювався російськомовний додаток до газети **«Вечерний Киев плюс» (№ 5)** – з привітаннями Л.Черновецького з Днем Перемоги, іміджевими матеріалами про діяльність мера та його блок тощо. **«Газета по-киевски»** переважно не друкувала передвиборчих редакційних матеріалів (за окремими винятками). Більшість публікацій мали ознаки замовних і розташовувалися під рубрикою

«Свободная трибуна». Причому традиційні матеріали газети помітно дисонували із замовними публікаціями, як це сталося, приміром, коли було опубліковано рейтинг ворогів преси, в якому почесне місце посів Леонід Черновецький.

У «Газеті по-українськи» цього тижня не було виявлено матеріалів з ознаками замовних, інформації про вибори було достатньо мало, але подавалися вони максимально об'єктивно. «Сьогодні» упродовж тижня друкувала лише офіційно означену рекламу (переважно Леоніда Черновецького, менше – Олександра Омельченка). «Україна молода» практично не висвітлювала виборів. Було лише два редакційні матеріали про БЮТ щодо блоку-клона та фальшивої агітгазети. При цьому видання було далеке від об'єктивності.

«Факты и комментарии», як і раніше, активно друкували матеріали з ознаками замовних – вони були ідентичні матеріалам газети «Хрещатик» із незначними стилістичними змінами. При цьому вони не рубрикувалися як реклама. Найбільшою увагою користувався Леонід Черновецький та його блок. Також газета друкувала замовні соціопитування, ідентичні до оприлюднених у газеті «Хрещатик».

Інтернет

Найактивніше було представлено Леоніда Черновецького, Віталія Кличка та Олександра Турчинова. Лідером уваги був Леонід Черновецький. „Негатив” на його адресу поширювався переважно в коментарях представників блоків-опонентів та в авторських матеріалах інтернет-сайтів.

Діяльність Віталія Кличка та Олександра Турчинова висвітлювалася переважно у нейтральній тональності (більше таких матеріалів про Олександра Турчинова та БЮТ).

Що стосується решти кандидатів варто відзначити, що найбільш активно була представлена діяльність Олександра Омельченка та Віктора Пилипишина. При цьому на адресу останнього матеріалів негативної тональності не було.

„Главред” розмістив найбільше матеріалів про вибори та найбільше уваги приділив Леоніду Черновецькому (майже вдвічі, порівняно з інформацією про Віталія Кличка та Олександра Турчинова). При цьому кампанія чинного мера була представлена переважно в нейтральній тональності, а його оточення – переважно у негативній. На „Обозі” беззаперечним лідером був Леонід Черновецький, але переважно з огляду на „негатив”. На „Українській Правді” активно згадувалися Леонід Черновецький (переважно в негативній тональності), Олександр Турчинов (практично виключно в „нейтралі”) та Віталій Кличко (відчутно меншим обсягом та переважно у вигляді критики опонентів). „ProUa” як і раніше висвітлював вибори переважно у стрічці новин. Причому найактивніше представляв Леоніда Черновецького, Віталія Кличка та Олександра Турчинові. Найбільше матеріалів у „нейтралі” та „негативі” було про Леоніда Черновецького та Олександра Турчинова, а найпасивніше було представлено діяльність Миколи Катеринчука. „Кореспондент” також інформував про вибори виключно на стрічці новин. Цей сайт варто відзначити як відносно збалансований. „Позитив” простежувався лише щодо Леоніда Черновецького та Віталія Кличка. А от „негатив” був присутній у коментарях щодо більшості кандидатів. „Обком” висвітлював вибори найбільш пасивно та виключно у новинній стрічці.

Додаткова інформація

Загальноукраїнський моніторинг проводився за період з 5-11 травня 2008 року за методами контент-аналізу, експертного аналізу змісту інформаційних повідомлень. Ці методики є міжнародно визнаними саме як методики моніторингу висвітлення виборчих кампаній у мас-медіа та є аналогічними до тих, які впродовж 1998-2006 використовували моніторингові місії ОБСЄ в Україні, на Балканах, інших країнах пострадянського блоку й колишнього СРСР.

Об'єктом моніторингу були такі телепрограми:

„ТСН” (1+1), „ТСН. Підсумки” (1+1), „Новини” (Перший національний), „Факти” (ICTV), „Факти з Оксаною Соколовою” (ICTV), „Вчасно” (НТН), „События” (ТРК „Україна”), „События недели” (ТРК „Україна”), „Подробности” (Інтер), „Подробности недели” (Інтер), „Час новин” (5-й канал), „Новини” („Сіті”), „Новини” (ТРК „Київ”), „Новини-тижневик” (ТРК „Київ”), „Вікна-новини” (СТБ), „Репортер” (Новий канал),

Такі газети:

«Вечірній Київ», «Газета по-киевски», «Газета по-українськи», «Дзеркало тижня», «Комсомольская правда в Украине», «Сьогодні», «Україна молода», «Факты и комментарии», «Хрещатик».

Такі Інтернет-сайти:

«Українська правда», «Кореспондент», «Главред-столиця», «Обоз-Кияни», «Pro.UA», «Обком».

Такі FM-станції:

«Радіо Київ FM», «Радіо Ера», «Народне радіо», «Русское радио Украина», «Ренесанс», «Бізнес-радіо».

Докладнішу інформацію дивіться на <http://prostir-monitor.org>