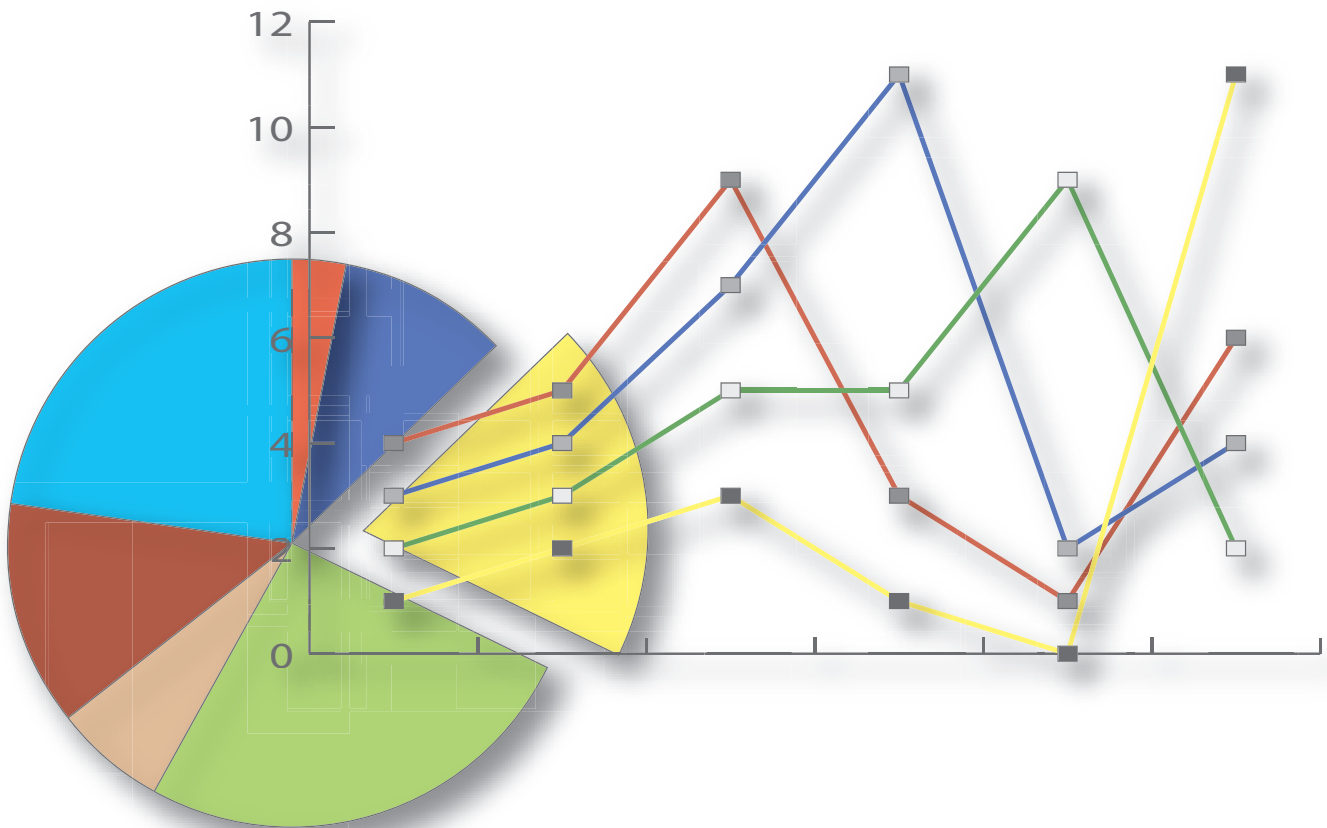


ЗВІТ

за результатами другої хвилі моніторингу
прихованої політичної реклами, прозорості
комунікації гілок влади, конституційного
процесу та суперечностей
між українськими регіонами
(вересень 2008 року)



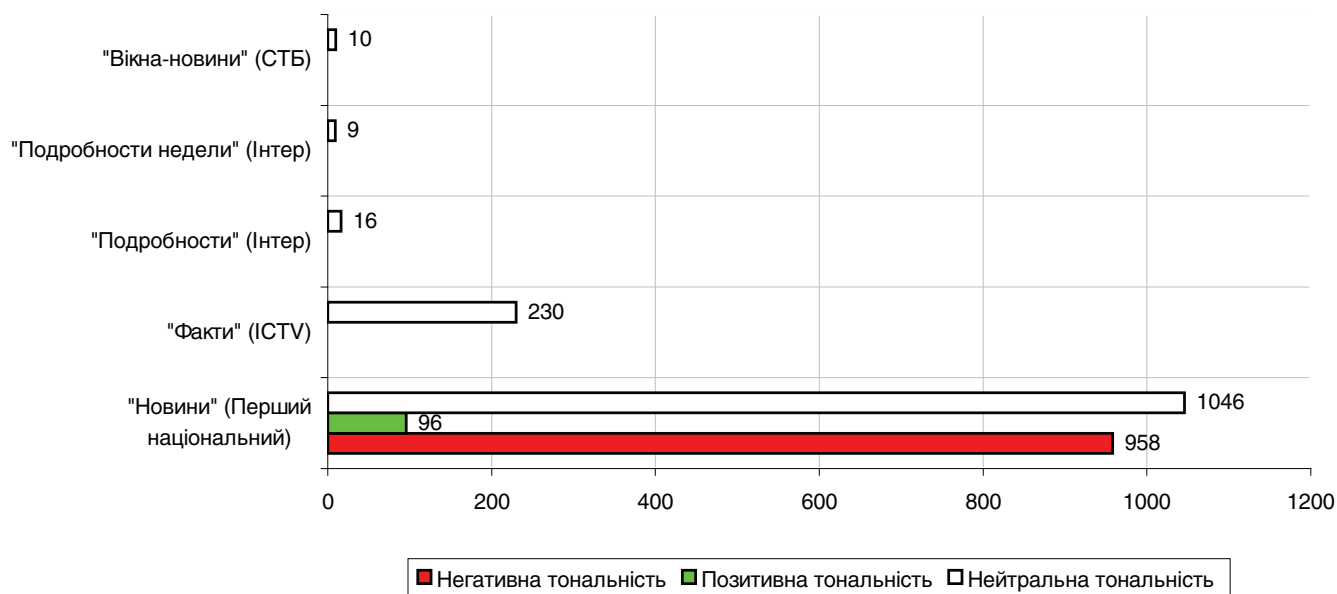
Телевізійний моніторинг інформаційних і підсумкових програм дев'яти вітчизняних телеканалів (1+1, Інтер, 5 канал, Новий канал, СТБ, ICTV, Перший Національний, ТРК «Україна», Тоніс) проводився за трьома напрямками:

- **прихована політична та економічна реклама**
- **Конституційний процес (прийняття змін до Основного закону)**
- **комунікація між Сходом і Заходом**

У результаті аналізу результатів другої хвилі моніторингу, який проводився впродовж вересня, силами наших експертів було встановлено:

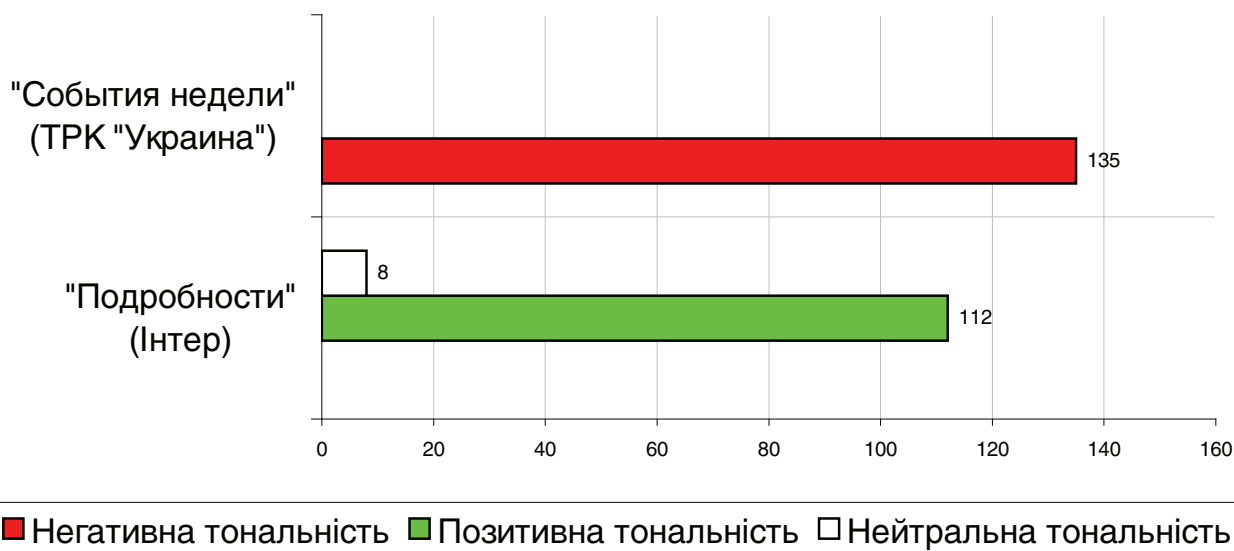
- Загалом тема конституційної реформи була представлена на українському телебаченні вкрай мляво. Діяльність парламенту в цьому контексті висвітлювалася лише у програмі «Новини» Першого Національного (майже однаковим обсягом ефірного часу в негативній та нейтральній тональності і лише з незначною часткою позитивної тональності). Також цю тему незначним обсягом у нейтральній тональності висвітлював телеканал ICTV та мінімальним – Інтер та СТБ.
- Слід також констатувати, що на відміну від 1-ї хвилі моніторингу тема конституційної реформи у різних її варіантах представлена не була. Зокрема, не була представлена позиція тих, хто раніше пропонував зміни до Конституції, які б закріплювали варіант «Президентська - республіка». Аналогічно не були представлені позиції прихильників суто парламентської чи змішаної парламентсько-президентської моделі.
- Що стосується способів внесення змін до Конституції, на українському телебаченні упродовж вересня не була представлена позиція тих, хто пропонував вносити такі зміни на новоствореній Конституційній раді. Аналогічно не була представлена позиція прихильників внесення змін за допомогою парламентської Конституційної комісії.

Представлення діяльності парламенту в контексті конституційної реформи



Таким чином із усіх варіантів внесення змін до Конституції, які пропонувалися раніше, у вересні українське телебачення представило лише ідею внесення змін за допомогою референдуму. При цьому ця ідея була представлена лише двома телеканалами – Інтером - переважно у нейтральній тональності та з незначною часткою позитивної тональності; та телеканалом «Україна» - виключно у негативній тональності.

Представлення варіанту внесення змін до Конституції через референдум

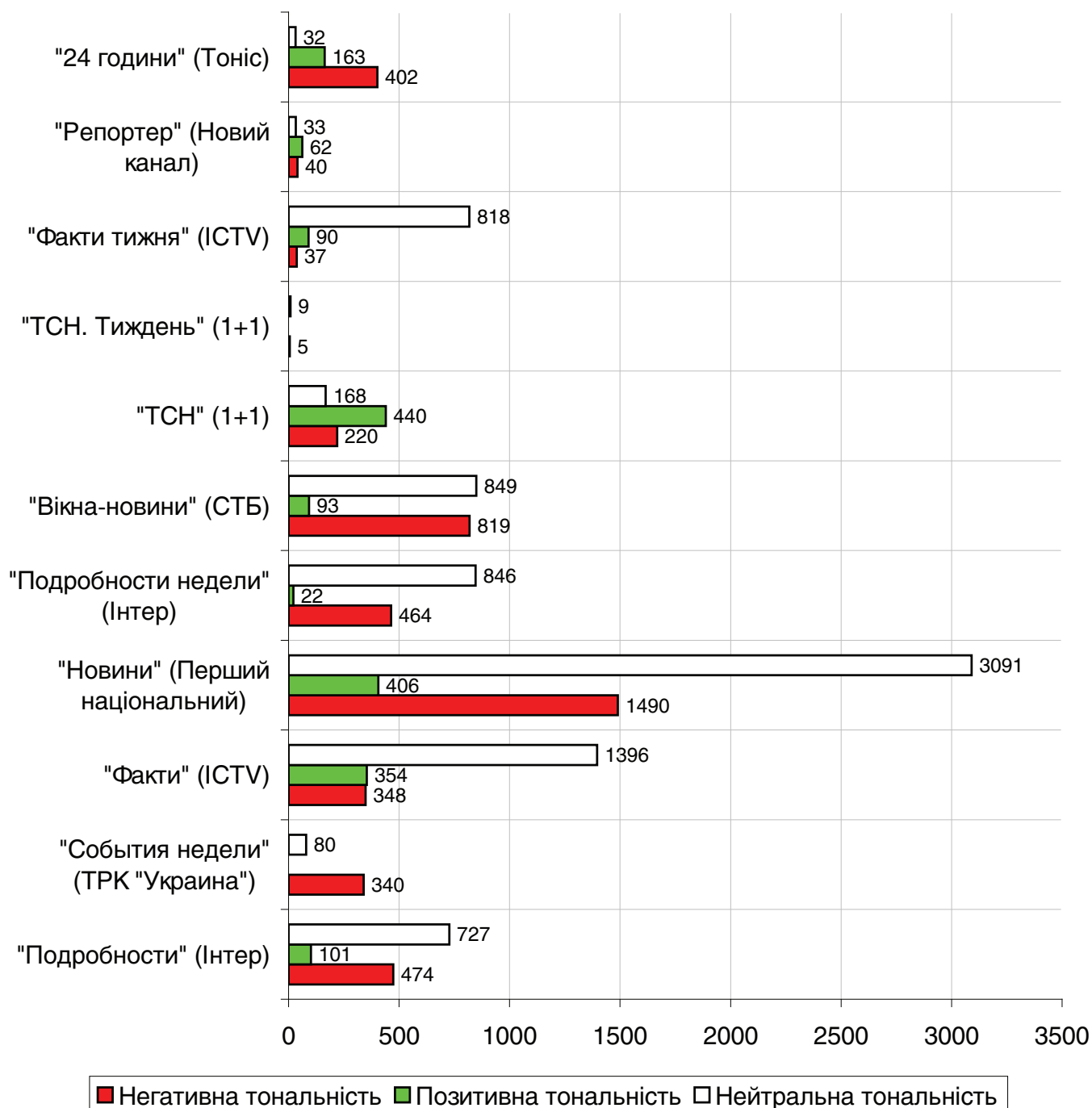


Найактивніше з усіх тем, які були предметом моніторингу, висвітлювалася діяльність основних гілок влади та їх взаємодія.

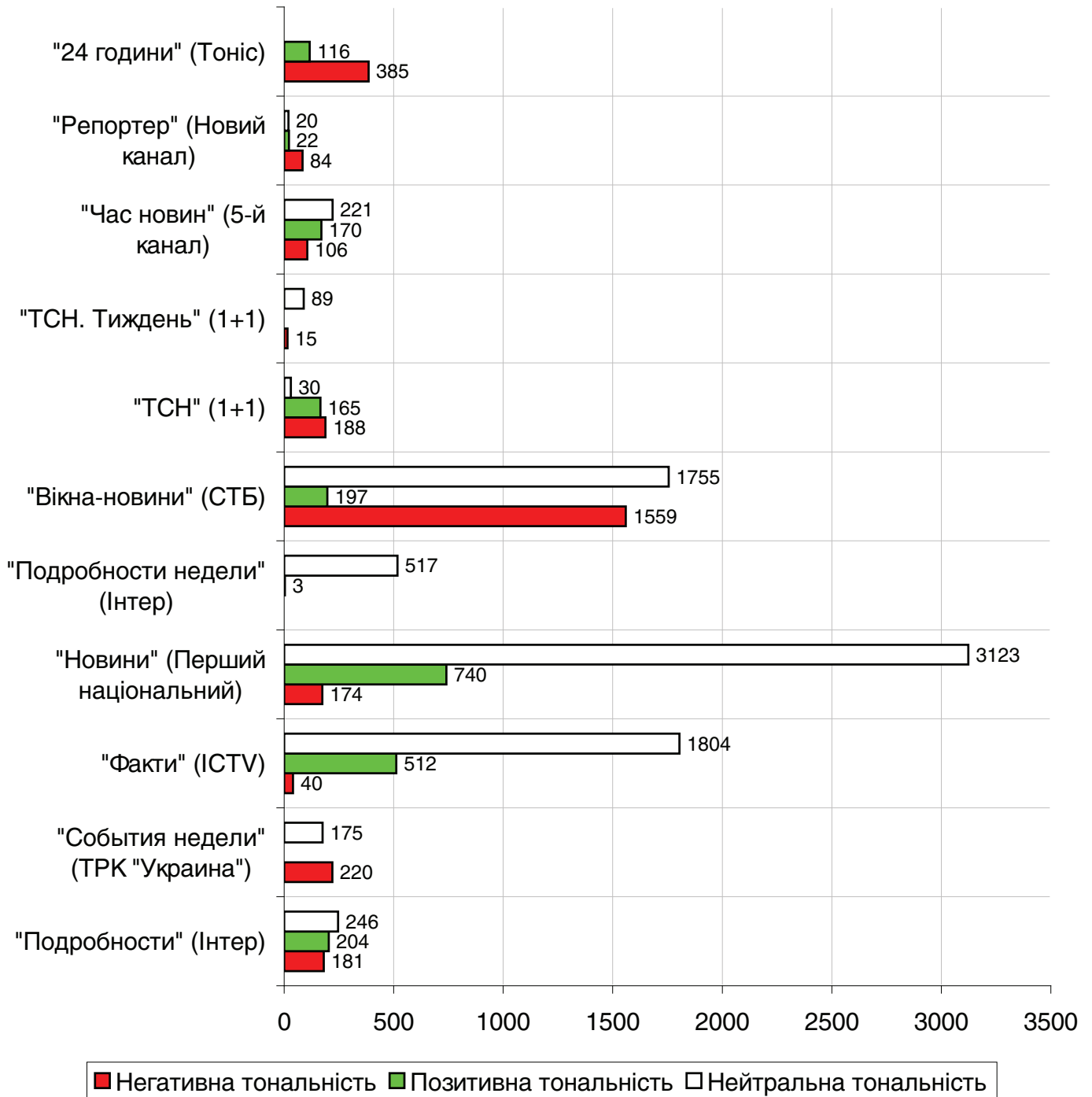
Діяльність парламенту, президента та уряду найактивніше представляли Перший національний, ICTV та СТБ.

При цьому на Першому національному діяльність парламенту була представлена у нейтральній тональності найактивніше, на другому місці – президент, на третьому – уряд. При цьому слід констатувати, що загалом цей канал висвітлював діяльність гілок влади у нейтральній тональності достатньо збалансовано. Що стосується негативної тональності – найбільше її було, у програмах Першого національного, на адресу уряду.

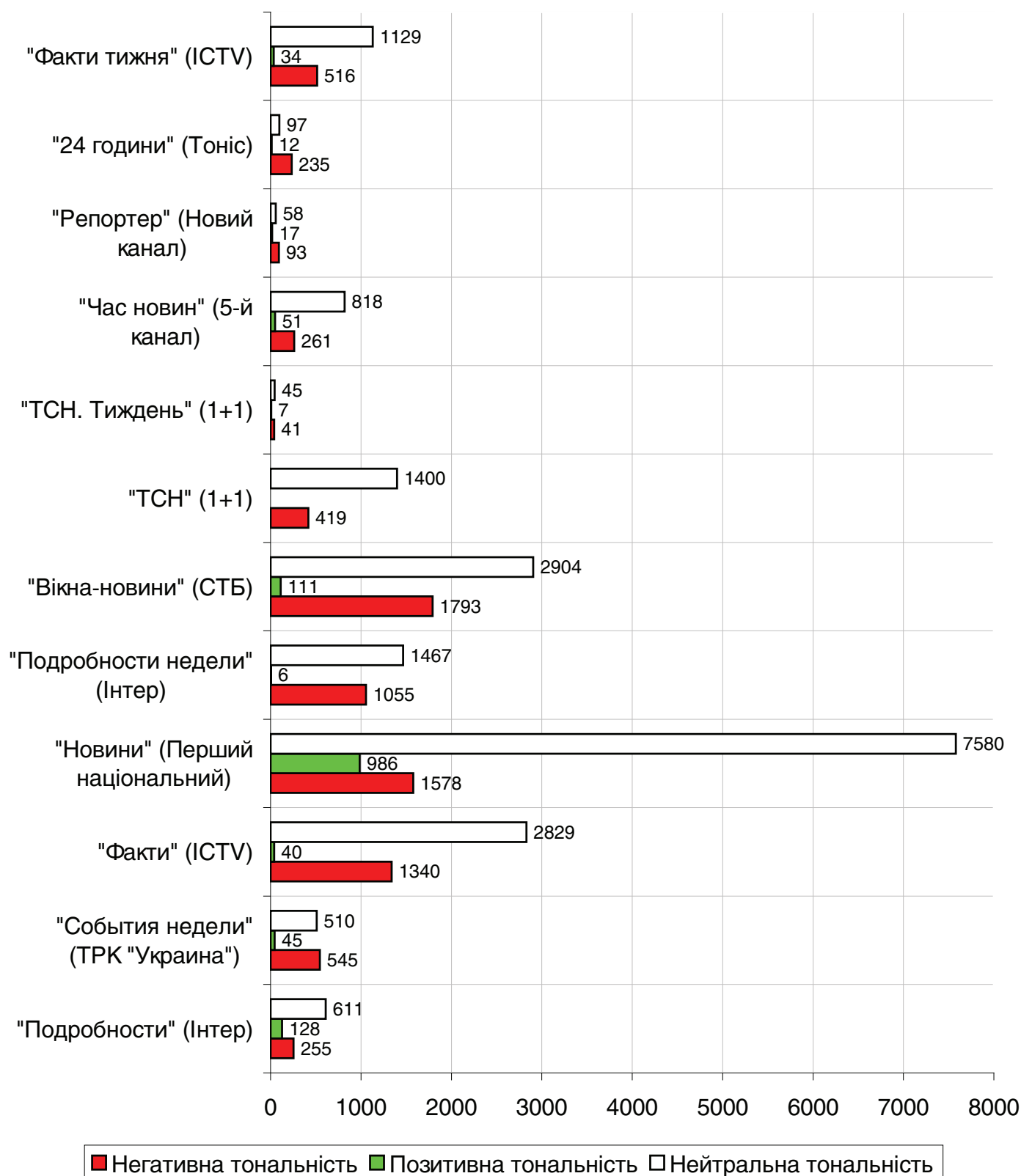
Представлення уряду



Представлення президента



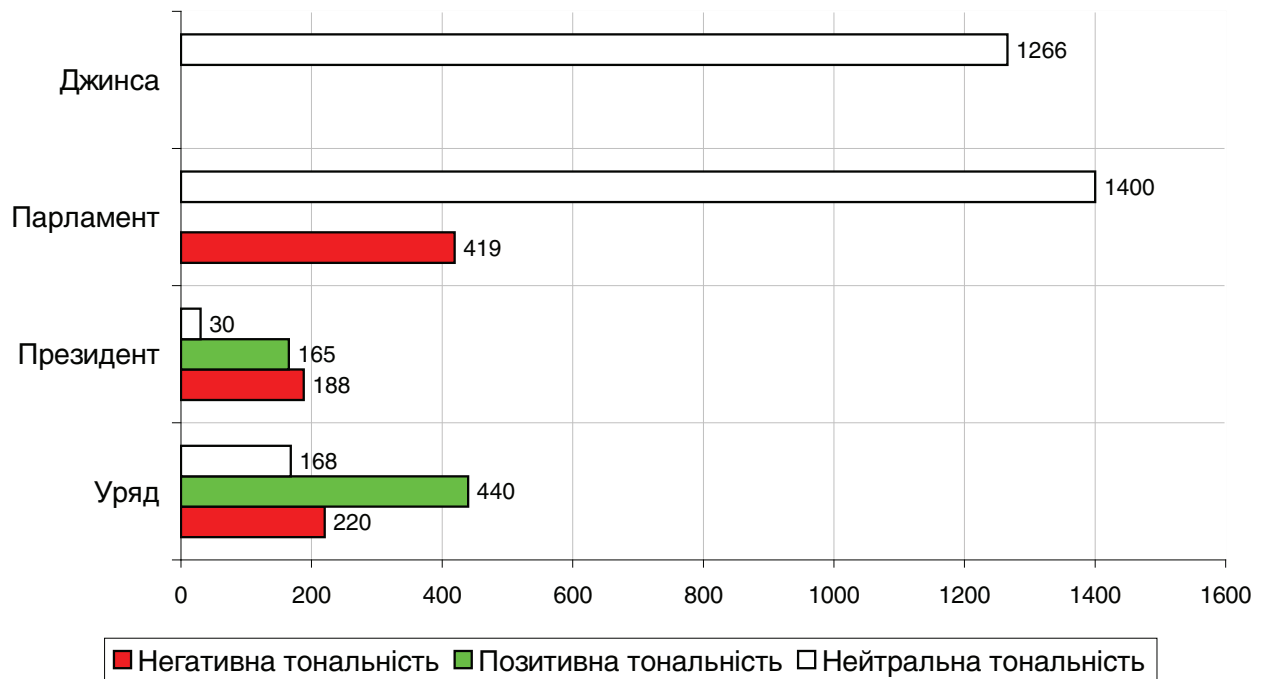
Представлення парламенту



В результаті моніторингу ми також можемо констатувати, що напередодні можливого оголошення дострокових парламентських виборів практично було заморожене висвітлення діяльності політичних партій.

В результаті проведеного моніторингу нами також було досліджено те, як теми, обрані для моніторингу, висвітлювалися окремими телеканалами. Нижче наводимо результати поканального моніторингу зі стислими коментарями.

Представлення тем у програмі “ТСН” - (1+1)



1+1. ТСН. Вересень 2008 року.

Основною тенденцією місяця стало те, що негативні новини демонструються частіше, ніж позитивні.

Ще однією особливістю програми є те, що ТСН у рамках випуску новин представляє короткі сюжети (які більше схожі на розтягнуті анонси) про програми, шоу або фільми, які незабаром транслюватимуться на телеканалі.

Найбільшу частку політичних новин займає нейтральна інформація про парламент, зокрема в контексті внутрішньо парламентського конфлікту та розвалу коаліції.

Діяльність президента висвітлювалася достатньо збалансовано, а показники обсягів негативної та позитивної тональності були майже однакові.

Майже у кожному випуску лунали згадки про діяльність уряду або про виступи Юлії Тимошенко. Часто демонструвалися її репліки чи синхрони заяв, озвучених під час прес-конференцій.

При цьому упродовж усього місяця в ефір не вийшло жодного сюжету про перебіг конституційного процесу.

При цьому достатньо відчутну частку загального ефірного часу програми становили сюжети з ознаками «джинси», тобто прихованої політичної чи економічної реклами. Так, 5 вересня в ефір вийшов сюжет тривалістю 234 секунди, в якому йшлося про те, як прокидаються українські політики. Глядачі побачили, як починають свій робочий день Микола Томенко та Юрій Павленко. Однак, за яким принципом саме ці політики отримали право опинитися в ефірі у такому несподіваному ракурсі ніхто не пояснив. При цьому усі коментарі та підводки до сюжету створювали позитивний образ обох політиків, що є одним із характерних ознак «джинси».

6 вересня вийшов сюжет під назвою «Хто такий Володимир Литвин?» з циклу «Географія політики». Йдеться про цикл розповідей про те, де народились ті чи інші

українські політики. На думку експертів сам формат даного циклу має ознаки політичної «джинси». У згаданому сюжеті Володимир Литвин був представлений виключно у позитивній тональності, позитивною також була підводка ведучої, жодної критичної думки не пролунало. Загалом сюжет тривав 211 секунд.

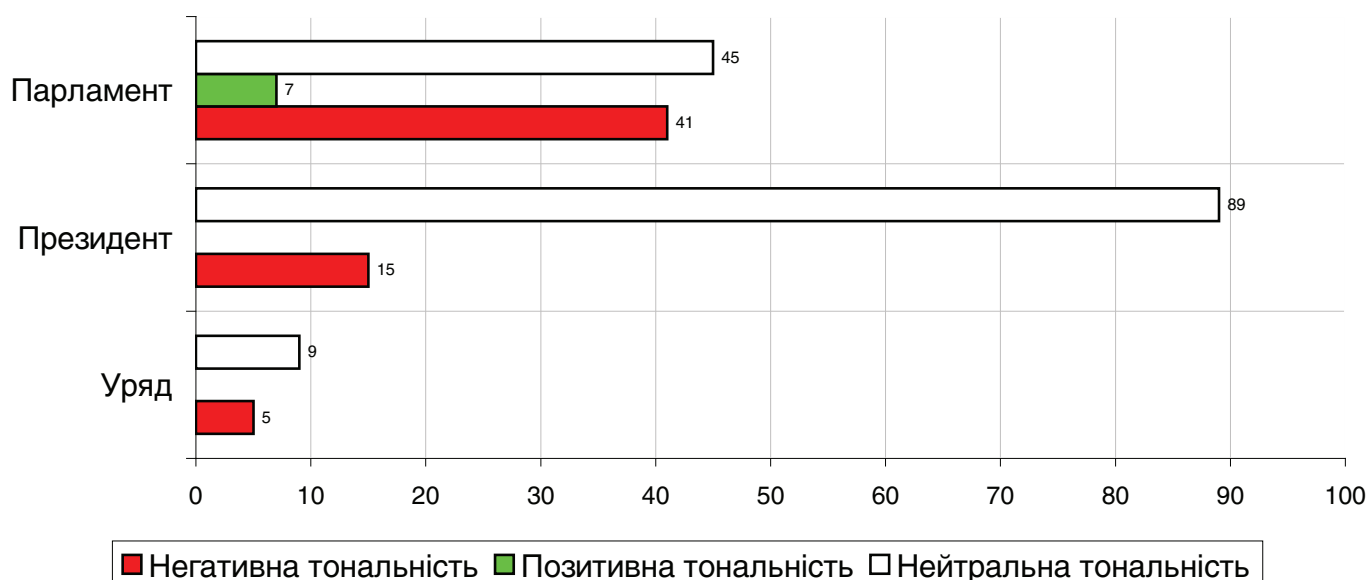
12 вересня упродовж 127 секунд йшлося про зустріч Леоніда Кучми з колишніми одногрупниками. Якщо щодо достатності інформаційного приводу в даному разі ще можна подискутувати, то щодо загальної тональності – кут подачі матеріалу створював колишньому президенту України однозначно позитивний імідж. Всі коментарі зводилися до того, що Леонід Кучма прекрасно навчався, жив у гуртожитку та готував колективні сніданки.

20 вересня глядачі упродовж 365 секунд дізнавалися про те, хто з українців є відомими хрещеними батьками. Зокрема, йшлося про те, що Нестор Шуфрич та Ірина Білик стали хрещеними батьками Валіда Арфуша. При цьому демонструвався перебіг процедури з позитивними коментарями щодо турботливих Нестора Івановича та Ірини Білик.

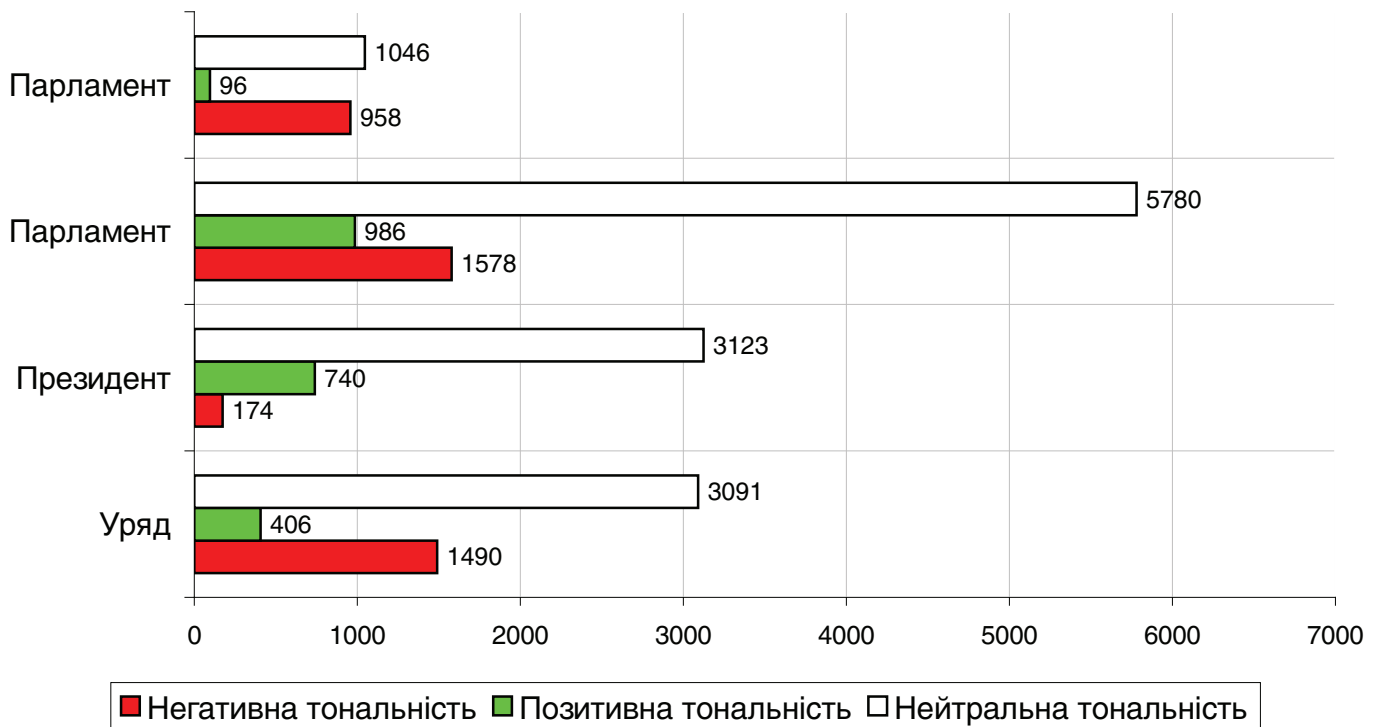
27 вересня упродовж 141 секунди демонструвався сюжет про те, які нині популярні тваринні імена. Власне кажучи про це говорили лише 20 секунд, а решту часу Зварич, Шуфрич, Поярков, Домськи, Гайтана та Пономарьов розповідали про своїх домашніх улюбленців. З огляду на позитивну тональність, можна констатувати про наявність ознак прихованої реклами.

«Джинсові матеріали» транслювалися по п'ятницях та суботах, вони не були зняті як відверта реклама, часом часто містили декілька точок зору, однак загалом створювали враження матеріалів, спрямованих на плекання політичного іміджу тієї чи іншої особи.

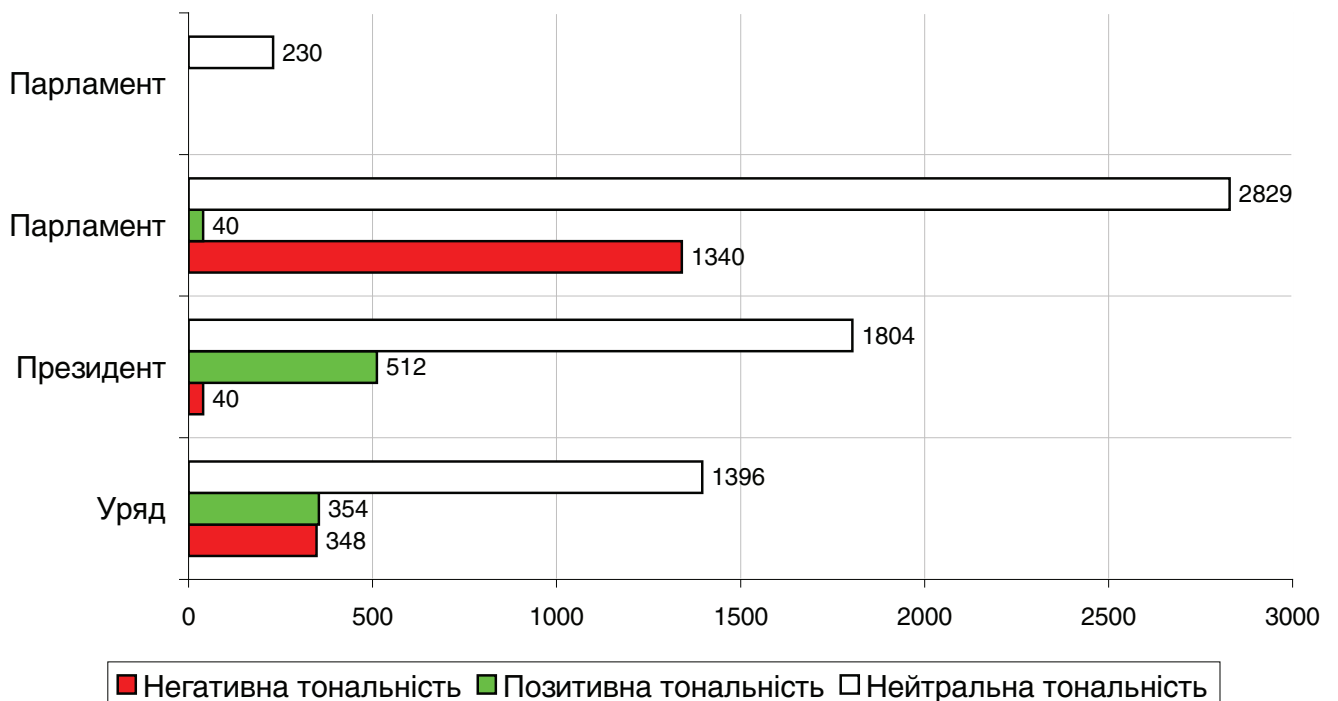
Представлення тем у програмі “ТСН. Тиждень” - (1+1)



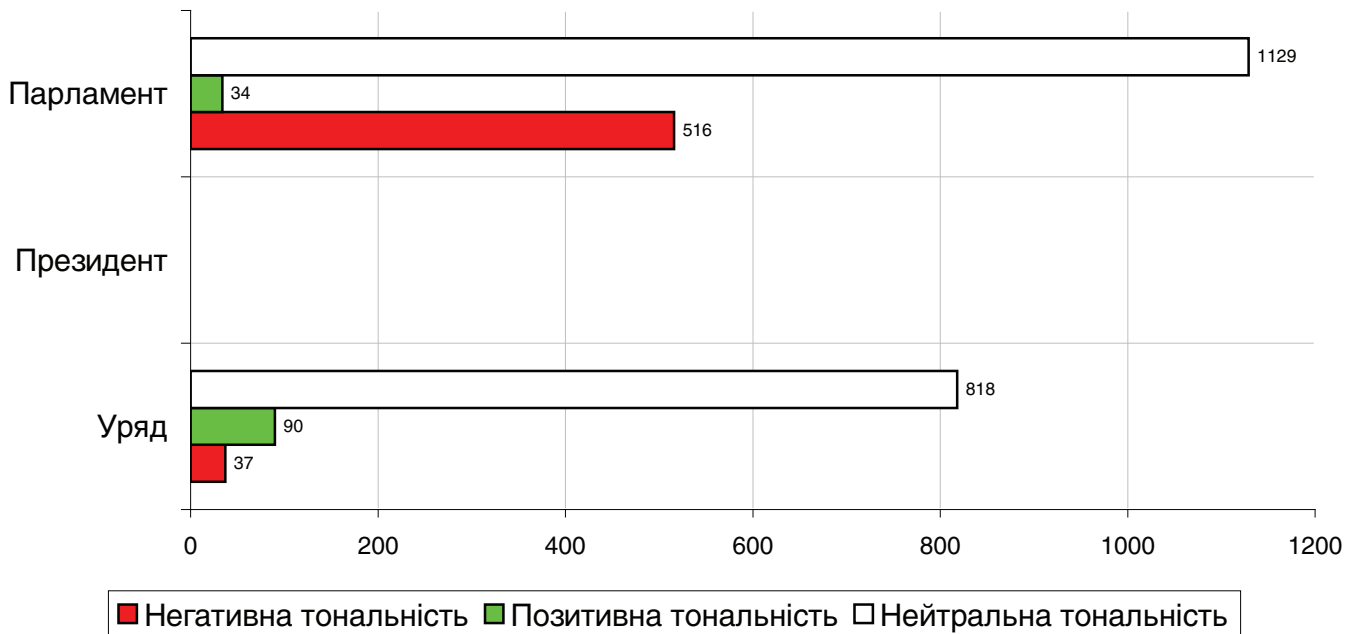
Представлення тем у програмі “Новини” - (Перший Національний)



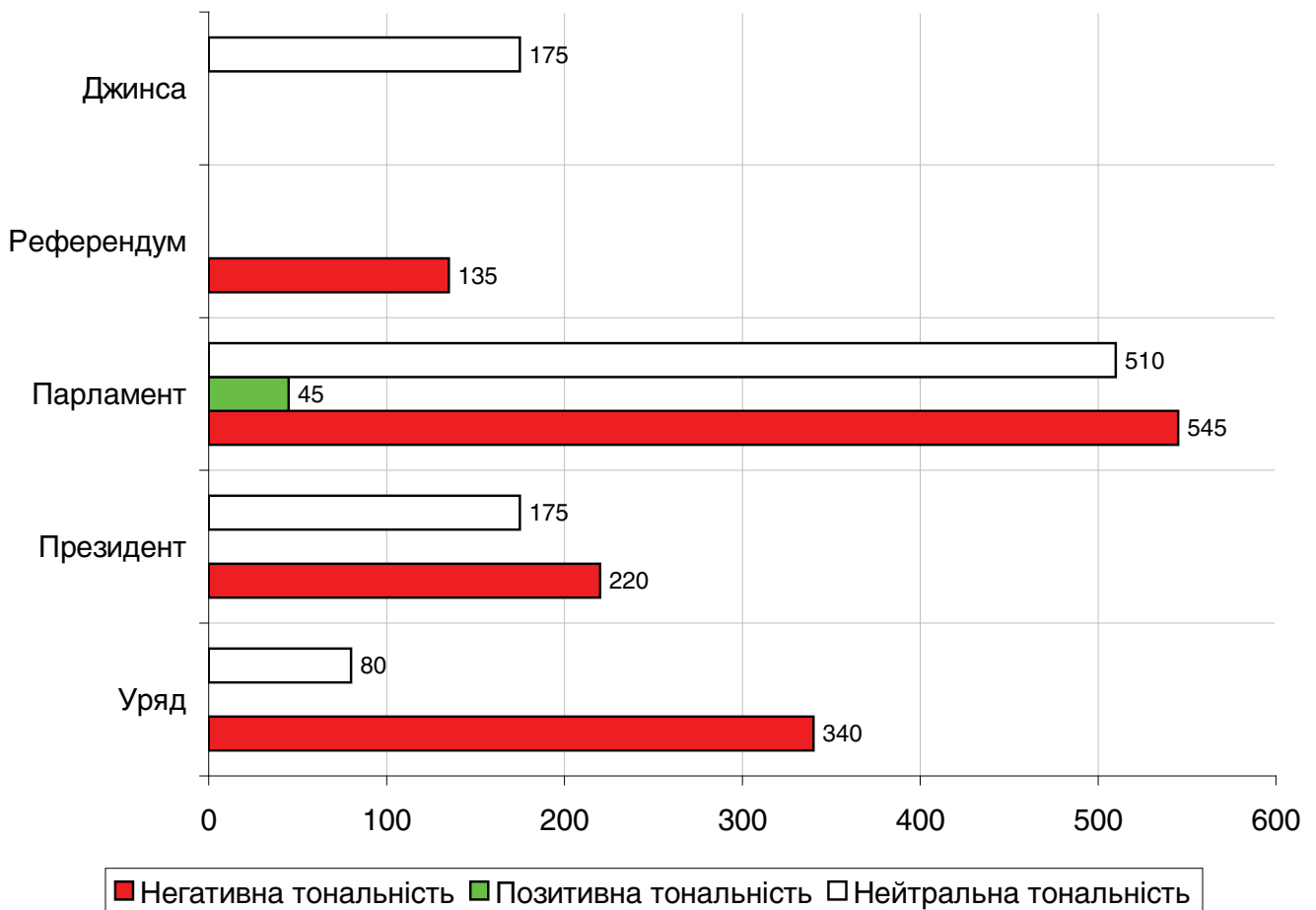
Представлення тем у програмі “Факти” - (ICTV)



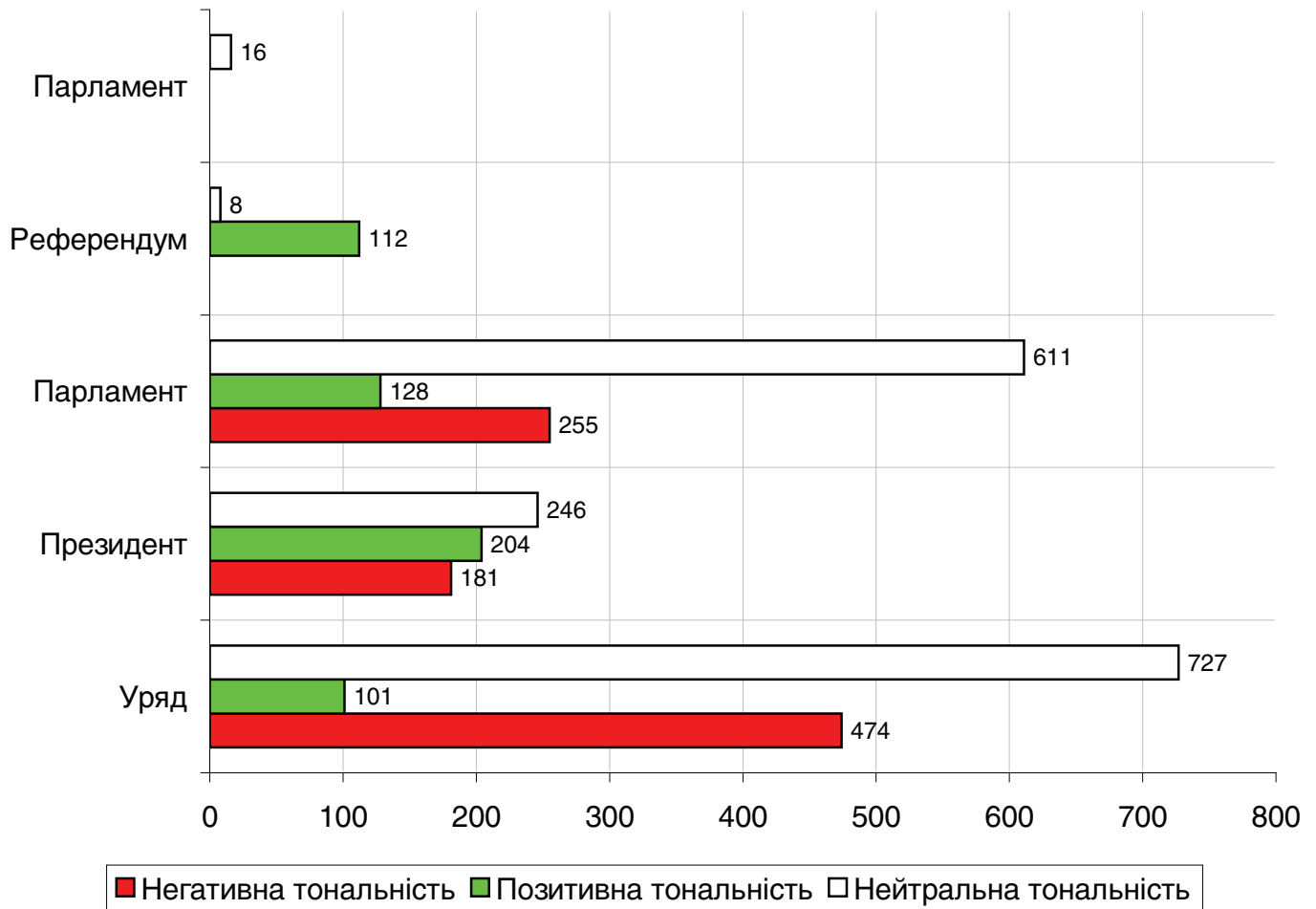
Представлення тем у програмі “Факти тижня” - (ICTV)



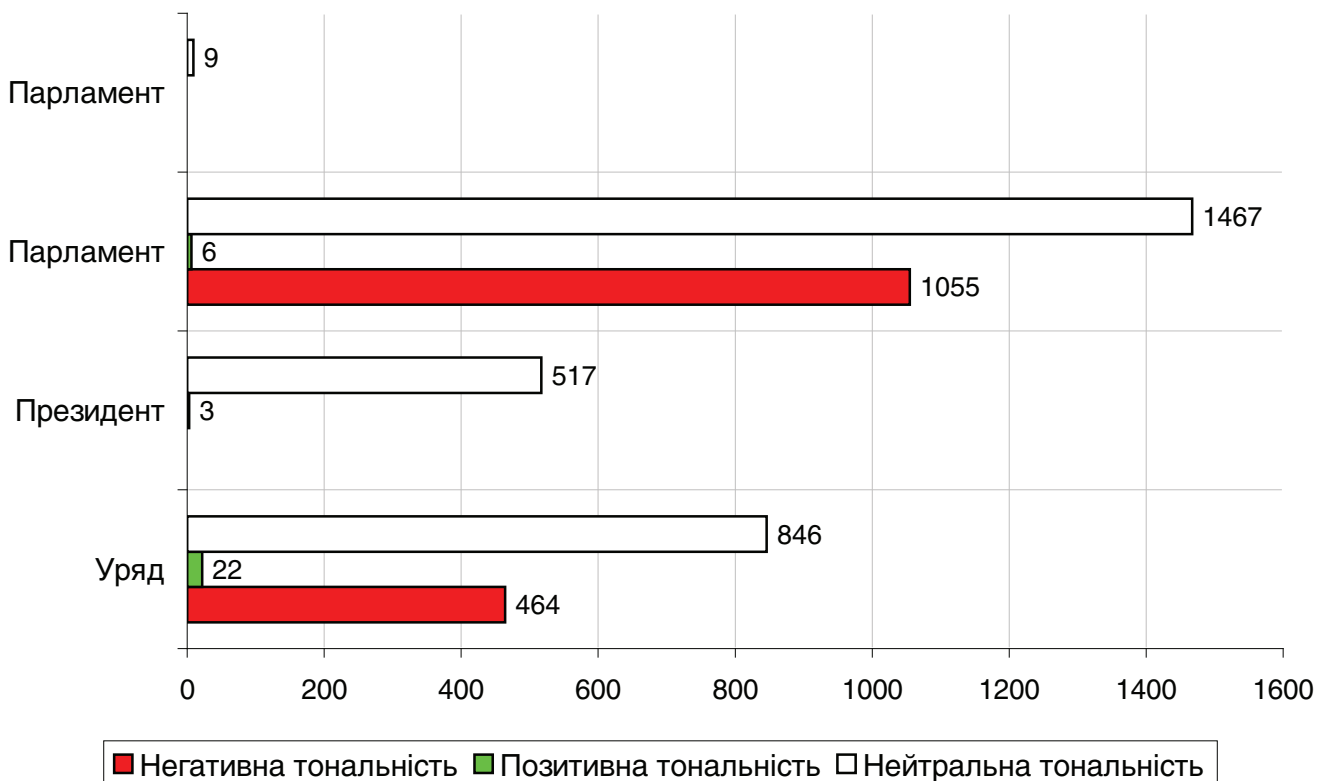
Представлення тем у програмі “События недели” - (ТРК “Україна”)



Представлення тем у програмі “Подробности” - (Інтер)



Представлення тем у програмі “Подробности недели” - (Інтер)



“Інтер” - “Подробиці тижня” . Вересень 2008 року

Висновки, отримані в результаті моніторингу 4-х тижневих підсумкових програм зводяться до означення кількох основних тенденцій.

Загальний ефірний час одного випуску новин – 30 хвилин.

Третина ефірного часу було присвячено висвітленню подій, що відбувались у Верховній Раді. Інформація мала переважно нейтральне та негативне забарвлення. «Подробиці тижня» демонстрували недоліки політичних процесів у парламенті майже в усіх аспектах. Втім суттєвим «мінусом» було те, що глядач не мав можливості отримати хоча б кілька альтернативних відповідей на запитання: «Що робити?». Інакше кажучи, крім констатації негативу, глядач не мав змогу отримати достатньо аналітичної інформації, аби зрозуміти які є варіанти виходу з ситуації, що склалася. І це при тому, що мова саме про тижневу підсумкову програму, яка за самим своїм форматом, здавалося, б повинна була б пропонувати глядачу саме таку інформацію.

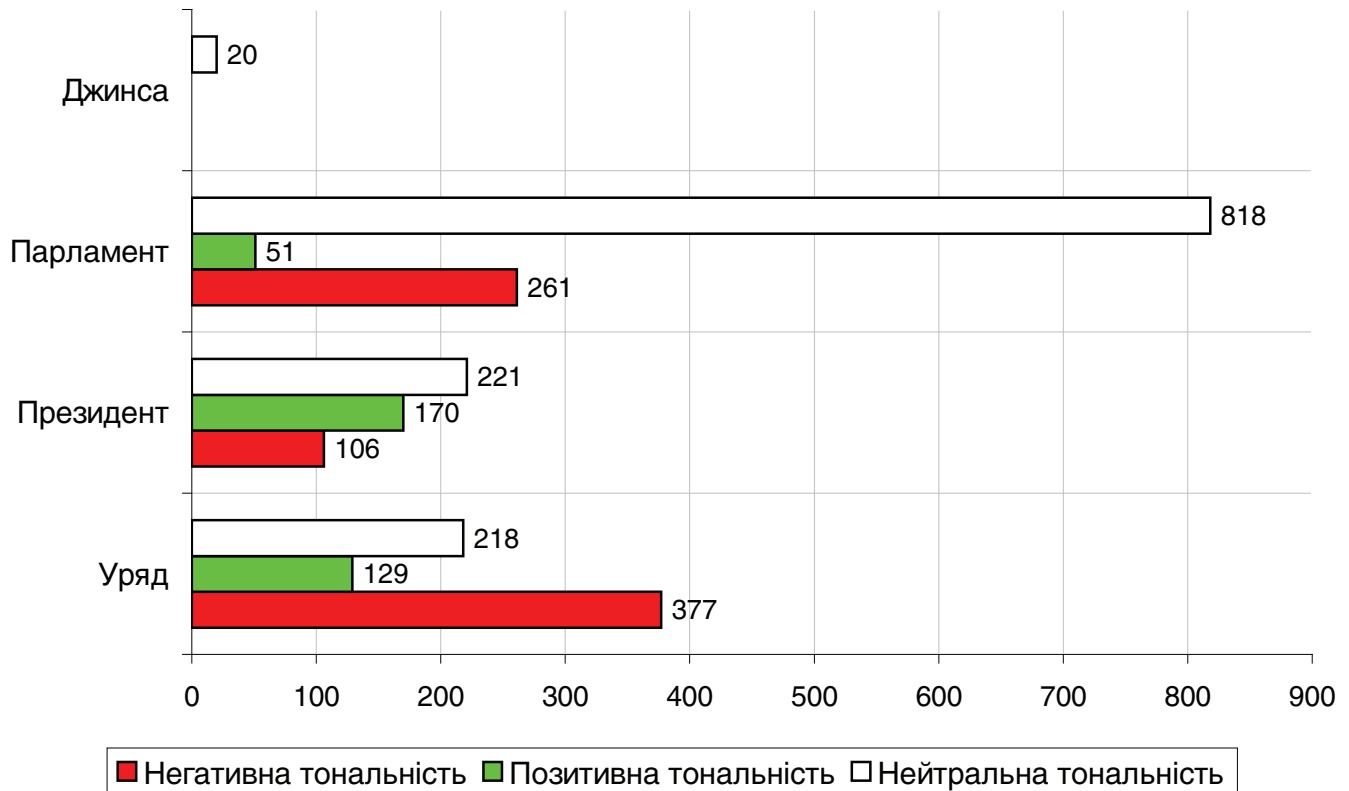
Найбільше критики було на адресу уряду. Більше того, контекстуальна непряма тональність 4-х випусків дає змогу констатувати негативну спрямованість програми стосовно Юлії Тимошенко. Тобто суб'єктивно, складалося враження, що програма антитимошенківська по суті. Принаймні не можна не помітити, що оцінка роботи кабміну поступово переростає у нищівну критику, хоча аргументація при цьому не є не безсумнівною.

Що стосується висвітлення діяльності президента України, то він мав невелику частку ефірного часу, інформація була переважно нейтральної тональності.

Що стосується конституційного процесу, про це програма повідомляла вкрай скупко.

Що стосується конфліктів між регіонами, ця тема у аналізованій програмі упродовж місяця не висвітлювалася.

Представлення тем у програмі “Час новин” - (5-й канал)



5 канал. «Час новин». Вересень 2008 року

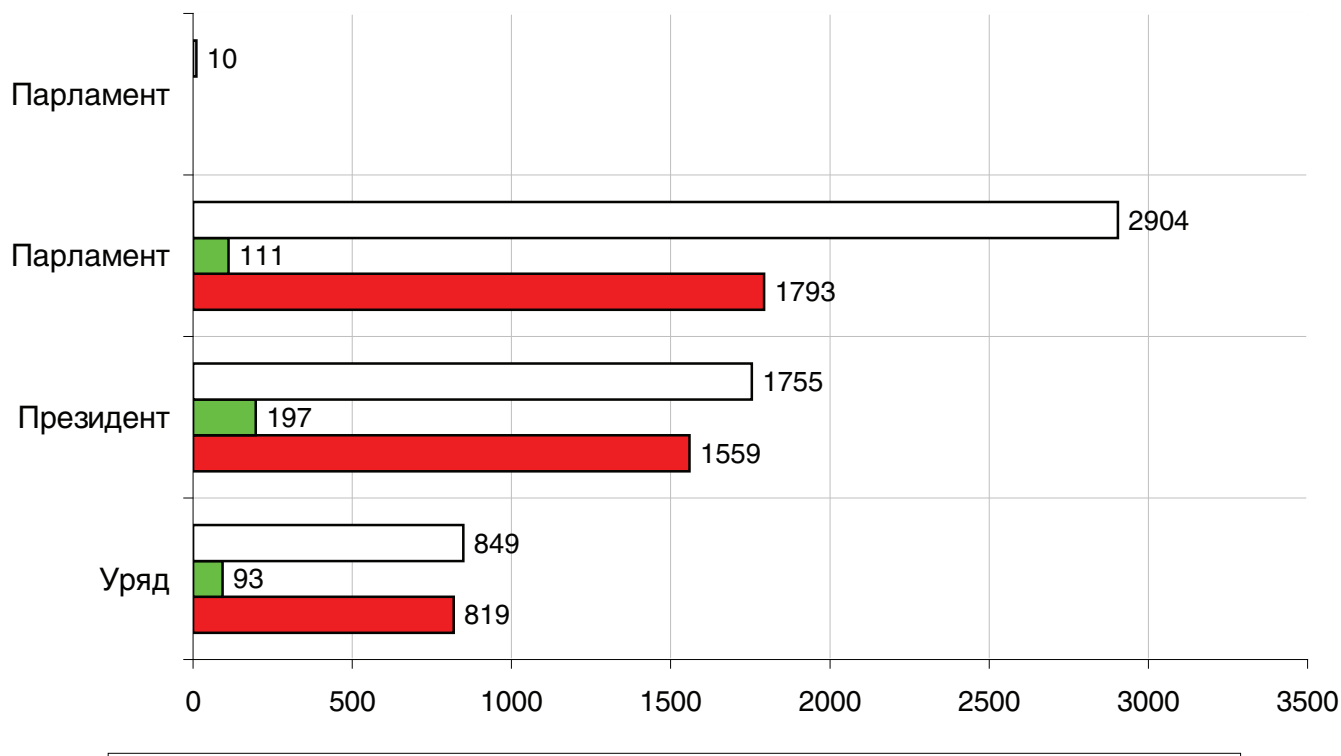
Упродовж аналізованого місяця найактивніше висвітлювалася діяльність парламенту в контексті політичної та економічної нестабільності. При цьому, порівняно із загальним обсягом програми, у 2.63% ефірного часу йшлося про діяльність парламенту у нейтральній тональності, 0.16% - у позитивній та 0.84% - у негативній. На другому місці за увагою у політичних новинах – Кабінет міністрів України. Зокрема значну частину сюжетів заповнювало висвітлення конфліктів уряду із Секретаріатом Президента. При цьому нейтральна тональність займала 0.70% усього ефіру, позитивна - 0.41%, негативна - 1.21%.

На третьому місці – висвітлення діяльності Президента України. У більшості сюжетів вона висвітлювалася у позитивній чи нейтральній тональності. Цифрові показники розподілилися таким чином: нейтральна тональність – 2.63%, позитивна - 0.16%, негативна – 0.84%.

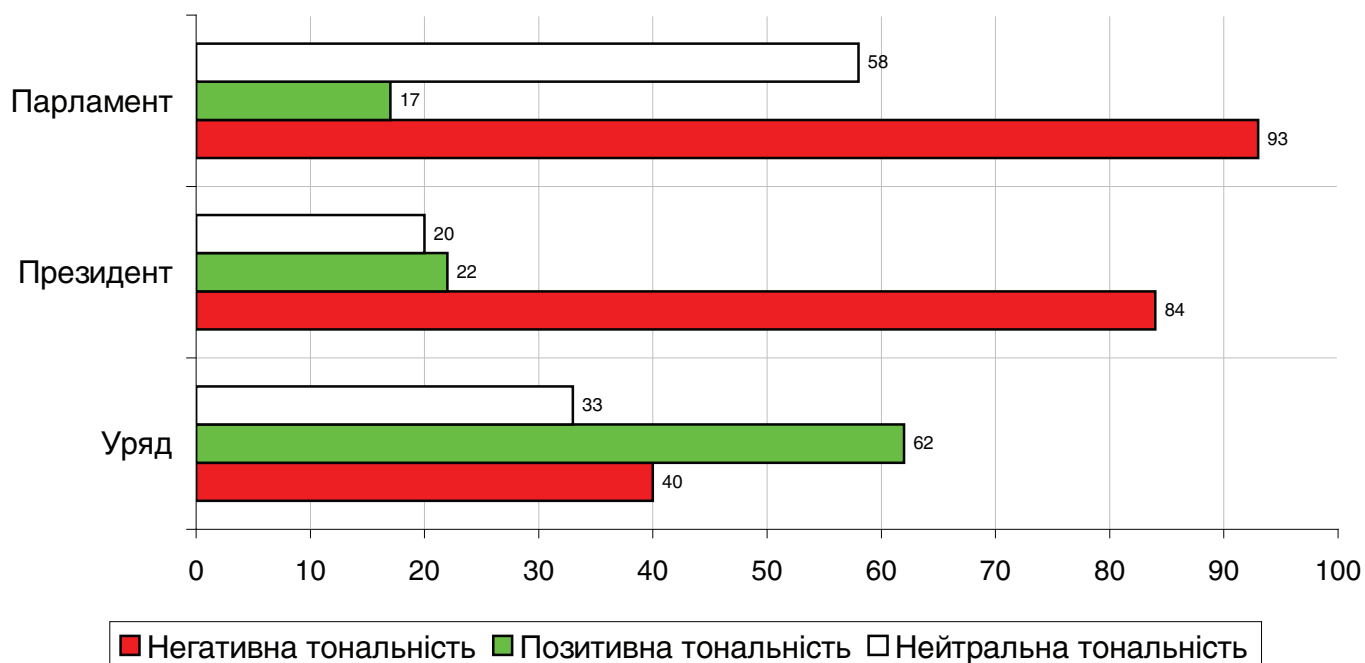
Слід констатувати, що у аналізованих інформаційних випусках спостерігалось менше «джинси», тобто прихованої політичної чи економічної реклами, порівняно із 1-ю хвилиною моніторингу. Так ознаки прихованої реклами спостерігалися у 0.06% загального ефірного часу програми.

Що стосується інших тем моніторингу, то конституційний процес та суперечки між регіонами висвітлювалися вкрай пасивно.

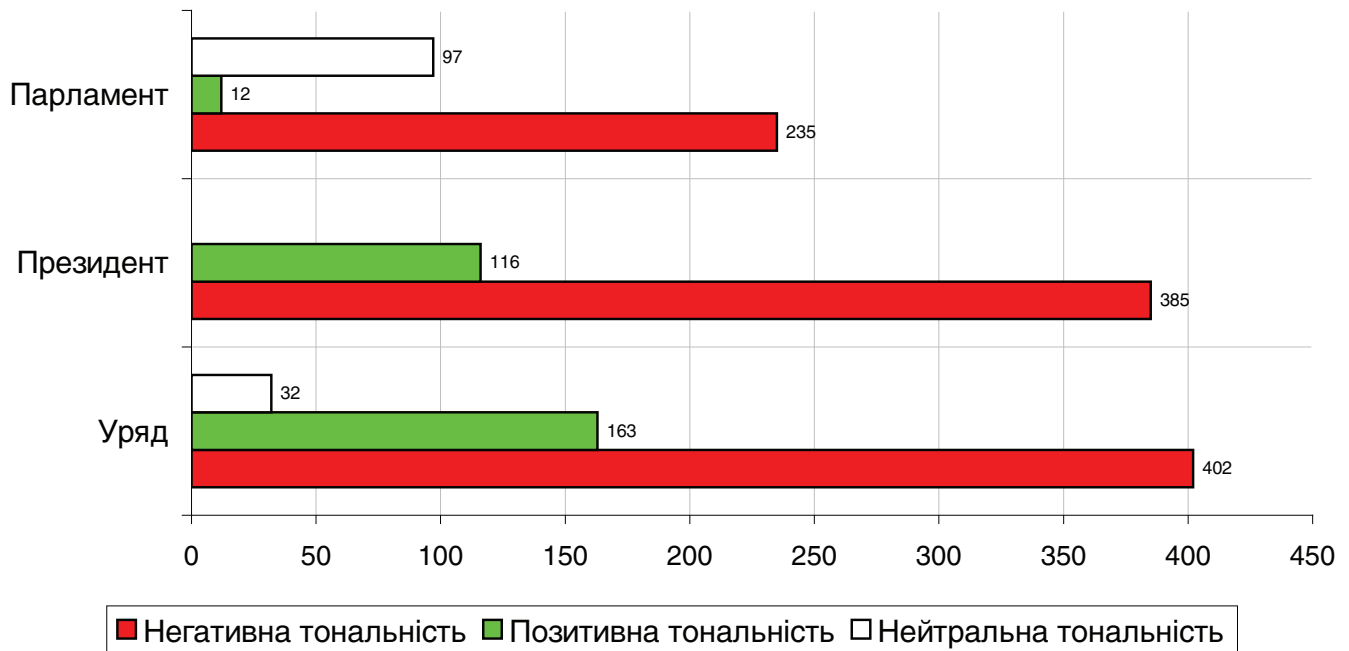
Представлення тем у програмі “Вікна-новини” - (СТБ)



Представлення тем у програмі “Репортер” - (Новий канал)



Представлення тем у програмі “24 години” - (Тоніс)



5 канал. «Час новин». Вересень 2008 року

Упродовж аналізованого місяця найактивніше висвітлювалася діяльність парламенту в контексті політичної та економічної нестабільності. При цьому, порівняно із загальним обсягом програми, у 2.63% ефірного часу йшлося про діяльність парламенту у нейтральній тональності, 0.16% - у позитивній та 0.84% - у негативній. На другому місці за увагою у політичних новинах – Кабінет міністрів України. Зокрема значну частину сюжетів заповнювало висвітлення конфліктів уряду із Секретаріатом Президента. При цьому нейтральна тональність займала 0.70% усього ефіру, позитивна - 0.41%, негативна - 1.21%.

На третьому місці – висвітлення діяльності Президента України. У більшості сюжетів вона висвітлювалася у позитивній чи нейтральній тональності. Цифрові показники розподілилися таким чином: нейтральна тональність – 2.63%, позитивна - 0.16%, негативна – 0.84%.

Слід констатувати, що у аналізованих інформаційних випусках спостерігалось менше «джинси», тобто прихованої політичної чи економічної реклами, порівняно із 1-ю хвилиною моніторингу. Так ознаки прихованої реклами спостерігалися у 0.06% загального ефірного часу програми.

Що стосується інших тем моніторингу, то конституційний процес та суперечки між регіонами висвітлювалися вкрай пасивно.

Додаткова інформація

Загальноукраїнський моніторинг проводився в рамках проектів «Український монітор», «Барометр політичної реклами» та «Барометр свідомого вибору» за період з 1 серпня по 24 вересня 2007 року за методами контент-аналізу, експертного аналізу змісту телепрограм, а також методу порівняння тексту ведучого, закадрового тексту та „картинки”. 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: українські інформаційні й підсумкові телепрограми: «Подробиці» (Інтер), «Подробиці тижня» (Інтер), «ТСН» (1+1), «ТСН-підсумки» (1+1), «Час» (5-й канал, «Факти» (ICTV), «Новини» (НТКУ), «Вчасно. Підсумки» (НТН), «24 години» (Тоніс), «Вікна» (СТБ), Репортер (Новий канал), ТРК «Україна»; загальнонаціональні газети «Дзеркало тижня», «Факты и комментарии», «Україна молода», «Сегодня», «Сільські вісті», «Газета по-українськи», «Комсомольская правда в Украине»; провідні Інтернет ресурси «Українська Правда», «Обозреватель», «Главред», «УНІАН», «ProUa»; а також репрезентативна вибірка провідних телеканалів і газет у 24-х регіонах.

Крім моніторингу новин на телебаченні, в пресі та в мережі Інтернет, також проводився загальноукраїнський моніторинг політичної реклами у prime-time на репрезентативній вибірці провідних загальнонаціональних та регіональних телеканалів.

Моніторинг проводився за підтримки Міжнародного фонду «Відродження» та Офісу Координатора проектів ОБСЄ в Україні.

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