

## ЖУРНАЛІСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІД ЧАС ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ

У посібнику Куляс І., Головенко Р., Земляна І. «ЗМІ та вибори Саморегуляція, безпека, закони» є дуже влучне та зрозуміле пояснення терміну *вибори*: «Будь-які вибори в умовах не до кінця сформованого громадянського суспільства й корумпованого політикуму – це своєрідне сезонне загострення хронічної хвороби під назвою «боротьба за владу»» [Куляс, Головенко, Земляна 2018: 4].

Висвітлення виборчого процесу в засобах масової інформації – це лише невелика складова глобального питання незалежності, різноманітності та свободи українських медіа. Адже те, як виборчий процес буде висвітлений, залежить не лише від норм та законів, які контролюють інформаційну діяльність у період виборів, а й від того, в якому стані перебуває країна, які політичні сили знаходяться у владі та взагалі від того, в якому середовищі знаходяться ЗМІ. До таких особливостей суспільства належить те, як воно ставиться до політики, до свободи слова та журналістської діяльності, його обізнаність у правовій культурі, хто знаходиться на вершині бізнес-середовища, у чий владі знаходяться медіа, державний контроль та перешкоджання діяльності ЗМІ. Усі ці явища створюють перешкоди для журналістів та не дають висвітлювати інформацію належним чином. Навіть не дивлячись на закони та норми, які створюють для журналістів привілеї в пошуках та висвітленні виборчого процесу, такі чинники, як

політична влада та фінансування, не дають журналістам діяти у повному обсязі [Ковриженко 2010: 4] .

Для того щоб дотримуватись норм міжнародного права, державні ЗМІ повинні неупереджено підходити до створення інформаційного матеріалу. А для цього потрібно перетворити державні засоби масової інформації в громадські. Це потрібно для того, щоб гарантувати редакторську незалежність [Міжнародні стандарти].

На жаль в даний момент українські ЗМІ не можуть назвати себе громадськими, адже вони мають своїх впливових власників, у яких є свій погляд та своя думка стосовно різних політичних сил. Тому журналістам в таких умовах дуже складно працювати відповідно до журналістських стандартів. Для того, щоб виявити яких саме стандартів не дотримуються ЗМІ під час виборчого процесу, проаналізуємо результати досліджень, які були проведені на основі президентських виборів 2019 року Коаліцією громадських організацій, до складу якої входять Комісія з журналістської етики, «Платформа прав людини». Українським інститутом медіа та комунікації і командою StopFake було проведено системний моніторинг висвітлення у медіа президентської передвиборчої кампанії в Україні.

Метою моніторингу було надання професійної, комплексної та об'єктивної оцінки політичного різноманіття та балансу у висвітленні новин і поточних подій на 12 телеканалах та у матеріалах 8 інтернет-видань. Окрім цього, іншими аспектами та показниками, щодо яких здійснювався моніторинг, були роль соціальних медіа під час виборів, потенційний вплив дезінформації та пропаганди, а також протидія стереотипам і висвітлення гендерної тематики у медіа. Основною

метою моніторингу було інформування громадськості про поведінку ЗМІ під час виборчої кампанії і стимулювання дискусії щодо об'єктивності та якості їх роботи з висвітлення виборчих перегонів [Остапа, Дуцик, Кузьменко, Володовська 2019: 3].

Матеріал для досліджень надходив до Комісії з журналістської етики у вигляді скарг. За результатами цих досліджень було виявлено помилки у підготовці новин та їх висвітленні.

З 14 січня до 3 лютого 2019 року було виявлено 16 випадків можливого порушення Кодексу етики українського журналіста. Більшість виявлених випадків була пов'язана із порушенням стандарту відділення фактів від коментарів (п. 9 Кодексу етики українського журналіста), із відсутністю відокремлення реклами від новинного контенту, а також відсутністю її маркування (п. 7 Кодексу етики українського журналіста), із порушенням правил цитування соціологічних опитувань (п. 11 Кодексу етики українського журналіста).

У новинах між 4 лютого та 17 березня 2019 року виявлено 46 випадків можливого порушення Кодексу етики українського журналіста. Більшість із них стосувалися порушення балансу, тобто збалансованого подання точок зору опонентів, а також залучення незалежних експертів (п. 10 Кодексу етики українського журналіста). Комісія, розглянувши скарги щодо можливого порушення Кодексу етики українського журналіста, винесла 8 рішень щодо таких ЗМІ: онлайн-видання «Сьогодні.ua», «Страна.ua», «ГОРДОН»; телеканали «1+1», «Прямий», «Україна». У цих рішеннях – 7 дружніх попереджень та 1 публічний осуд, винесений телеканалу «Прямий».

За результатами моніторингу з 1 по 12 квітня 2019 року було виявлено 20 випадків можливого порушення Кодексу етики українського журналіста. Більшість із них пов'язана із порушенням стандарту відділення фактів від коментарів (п. 9 Кодексу етики українського журналіста), із відсутністю відокремлення реклами від новинного контенту, а також відсутністю її маркування (п. 7 Кодексу етики українського журналіста). Комісією було уважно розглянуто скарги щодо можливого порушення Кодексу етики українського журналіста та винесено 6 рішень щодо таких ЗМІ: телеканали ICTV, «Інтер», NewsOne, «Україна»; онлайн-видання «Українська правда», «Обозреватель». Серед рішень Комісії було 5 дружніх попереджень та 1 публічний осуд – на адресу ТРК «Україна».

Отже, сумарно за весь період моніторингу із січня до квітня 2019 року було виявлено 82 випадки можливого порушення Кодексу етики українського журналіста у роботі ЗМІ, щодо яких здійснювався моніторинг [Остапа, Дуцик, Кузьменко, Володовська 2019: 5].

Вибори 2019 року показали, що українські медіа не здатні на якісне та неупереджене висвітлення виборчого процесу. Це пов'язано з тим, що цього року вагому нішу в інформуванні середовища зайняли соціальні мережі, тому традиційним ЗМІ довелось імпровізувати, грати на емоціях, створювати резонанс для того, щоб привернути увагу аудиторії. Ще однією причиною неякісного інформування залишається влада олігархів, які є власниками вище вказаних телеканалів.

Ось як виглядає сучасний інформаційний бізнес:

«1+1» – власник Ігор Коломойський, є прихильником Володимира Зеленського, налаштований проти Петра Порошенка;

«Прямий» – власник Володимир Макаєнко та «5 канал» власник Петро Порошенко демонстрували свою прихильність кандидату в президенти Петру Порошенку та критикували Юлію Тимошенко і Володимира Зеленського;

«Україна» – власник Рінат Ахметов демонстрував симпатію кандидату в президенти від «Опозиційного блоку» Олександру Вілкулу та був налаштований проти Юрія Бойка, якого виключили з «Опоблоку» через конфлікт;

«Інтер» – власники Дмитро Фірташ та Сергій Львовичкін, якого теж було виключено із «Опозиційного блоку», були на боці Юрія Бойко;

«NewsOne» та «112 Україна» – офіційним власником цих телеканалів є народний депутат Тарас Козак, однак є підозри стверджувати, що ці телеканали підпорядковуються Віктору Медведчуку. Телеканали підтримували Юрія Бойко, а «112 Україна» також підтримував Петра Порошенка;

«ICTV» та «СТБ» входять у холдинг Віктора Пінчука, займали нейтральну позицію відносно усіх кандидатів, для них це є характерним упродовж останніх виборчих кампаній;

«UA: Перший» відноситься до Суспільного мовлення, єдиний канал, де були відсутні ознаки замовленого матеріалу [Остапа, Дуцик, Кузьменко, Володовська 2019: 13–14].

Для того щоб глядач міг сформувати об'єктивне бачення ситуації, йому потрібно переглядати усі телеканали одночасно, та уміти розпізнавати замовлені матеріали у великому інформаційному потоці.

Журналіст і взагалі усі медіа – це важливе джерело інформації, спираючись на яке, виборець формує свою думку та ухвалює рішення, за кого віддати свій голос. При цьому слід пам'ятати, що журналістський матеріал впливає на думку виборця, а отже, потрібно зважувати кожне слово.

Одна з важливих задач журналістів це зуміти знайти і подати важливі подробиці політичної та, якщо є потреба, особистої біографії кандидатів та їх команд. Дуже часто в українській політиці маємо ситуацію, коли політик частково або кардинально змінює типологію своєї партії. Про ці зміни особливо важливо повідомляти виборців, щоб вони могли, враховуючи ці фактори, прийняти правильне для себе рішення [*Media-стандарти*].

У виборчий період важливого значення набуває тема дотримання журналістських стандартів працівниками ЗМІ зокрема, таких як: стандарт оперативності подачі інформації, стандарт точності подачі інформації, стандарт достовірності подачі інформації, стандарт повноти подачі інформації, стандарт балансу думок, стандарт відокремлення фактів від думок, стандарт доступності подачі інформації. Розглянемо усі стандарти більш докладно.

**Стандарт оперативності подачі інформації.** Професійний журналіст має бути завжди у центрі події, а для цього варто уміти швидко реагувати на повідомлення про неї. Це потрібно для того, щоб надана інформація була актуальною. У час інтернет-технологій та соціальних мереж інформацію можна оприлюднити в максимально короткі терміни. Коротку новину можна опублікувати в Твіттері, а якщо інформація більш розгорнута і до неї додаються фото та відео

матеріали, то таку новину можна опублікувати в Фейсбуці. Цього року більшість політичних подій були висвітлені миттєво за допомогою трансляції. Стандарт оперативності набуває надзвичайної ваги в день голосування і при подальшому підрахунку голосів аж до офіційного оголошення результатів виборів Центрвиборчкомом.

Ключовим стандартом для журналістики під час виборчого процесу є *стандарт точності подачі інформації*. Під час виборчого процесу, коли на виборців збільшується інформаційне навантаження, з'являється велика кількість фейкової інформації, яку надають політтехнологи різних політсил. Така інформація може бути частково правдивою, але загалом – це інтерпретація реальних фактів. Головним завданням для журналіста є перевірка усіх фактів, які він має намір опублікувати, а також викриття неправдивої інформації.

Будь-яка інформація чи факт, які оприлюднює журналіст, повинні мати джерело походження. Про це говориться у *стандарті правдивої інформації*. У період виборчих кампаній кількість фейкової інформації про кандидатів буде надзвичайно великою. Щоб не допустити публікацію неправдивої інформації, потрібно перевіряти її в першоджерелах. Велика кількість інформації протягом кампанії оприлюднюється Центрвиборчкомом на його офіційній веб-сторінці. Проте навіть ту інформацію, яку оприлюднюють офіційні сайти, варто перевіряти, адже в Україні ведеться активна інформаційна війна, не виключено, що офіційні сайти можуть бути зламані хакерами. Інформація повинна бути не лише правдивою, а й повною. Важливо оприлюднювати не тільки окремі цікаві факти, наприклад, з життя

політика, але і його сумнівні періоди політичної діяльності (звичайно, якщо вони є).

Одним із найважливіших стандартів, недотримання якого може кардинально вплинути на думку та рішення виборця, є *стандарт балансу думок*. Недотримання цього стандарту є одним з найпоширеніших порушень засобами масової інформації. Не дивлячись на те, що законодавство прямо зобов'язує медіа збалансовано висвітлювати коментарі усіх суб'єктів виборчого процесу, перевага надається тому, чию партію та позицію підтримує власник ЗМІ, в яких висвітлюється інформація. Політики та політтехнологи будують свої передвиборчі кампанії на тому, щоб знищити репутацію конкурентів. Тому у різних ЗМІ перед виборами публікується велика кількість компромату. Звісно, певна його частина буде правдивою, але інша частина буде або провокаційними фейками, або інтерпретацією фактів, виступів чи заяв. Тому, висвітлюючи різні передвиборчі події, слід дуже ретельно дбати про стандарт балансу думок. І щоразу, коли з вуст політиків звучать звинувачення чи критика на адресу своїх конкурентів, слід обов'язково давати цим конкурентам чесну можливість для слова у відповідь.

**Стандарт відокремлення фактів від думок.** Журналісти не мають права на власну думку, оцінку, висновок чи узагальнення. Це дозволяється робити запрошеним незалежним експертам. Власна думка журналіста допустима в авторському публіцистичному форматі, ця думка повинна базуватись на надійному джерелі фактів і чітко позначатись саме як авторська [Куляс, Головенко, Земляна 2018: 11–14].

Політологія – складна наука, в ній є велика кількість незрозумілої термінології, тому, коли журналіст готує матеріал, важливо



дотримуватись *стандарту доступності інформації* і використовувати термінологію, яка буде зрозумілою для аудиторії.

Вибори президента України 2019 року показали, що виборці мають прямий доступ до повідомлень та заяв кандидатів на їхніх сторінках у соціальних мережах, також вони можуть ознайомитись з їхньою виборчою програмою на офіційних сайтах. А це означає, що на даному етапі розвитку суспільства, журналіст і ЗМІ загалом повинні бути не лише каналом, який ретранслює повідомлення. Головною задачею журналіста стає перевірка фактів, тверджень, обіцянок кандидатів. Журналіст повинен пропорційно представляти позиції усіх суб'єктів виборчого процесу, знаходити незалежних експертів та надавати їм слово для отримання об'єктивної оцінки кандидатів, їх обіцянок, та позицій.

Вище представлена інформація дає змогу поглянути на український інформаційний простір з іншого боку, дозволяє проаналізувати запропоновані новини, враховуючи те, хто пропонує ці новини, хто є власником каналу передачі новини, як цю новину представляють. Проаналізувавши інформацію за цими критеріями, дуже легко зробити висновок щодо її правдивості й точності. Цей аналіз може допомогти журналістам краще виконувати свої обов'язки під час виборчого процесу. А це, у свою чергу, захищає громадян від можливих маніпуляцій і дезінформації та дає змогу отримувати повну і об'єктивну інформацію про кандидатів, які претендують на найвищі посади у державі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ковриженко Д. Висвітлення виборів у ЗМІ: стандарти Ради Європи, ЄС, законодавство і практика європейських країн. Аналітичний звіт, 2010, URL: [file:///C:/Users/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D1%8F%20%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D0%BB/Downloads/ua\\_01\\_04\\_2010\\_121738.pdf](file:///C:/Users/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D1%8F%20%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D0%BB/Downloads/ua_01_04_2010_121738.pdf) [20.11.2019].
- Куяс І., Головенко Р., Земляна І. ЗМІ та вибори Саморегуляція, безпека, закони, під ред. Н. Лигачової-Чернолуцької, О. Романюк, 2018, URL: [https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/posibnyk\\_WEB\\_2.pdf](https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/posibnyk_WEB_2.pdf) [20.11.2019].
- Медіа-стандарти під час виборів*, в: Відеотека. URL: <https://video.detector.media/special-projects/media-standartu-pid-chas-vyboriv-i58> [16.07.2019].
- Міжнародні стандарти забезпечення свободи слова, ч. 2, 16.06.2003, URL: <https://parliament.org.ua/2003/06/16/international-standarts-freedom-expression-part-2/> [20.11.2019].
- Остапа, С., Дуцик, Д., Кузьменко, Є., Володовська. В. Висвітлення виборів в Україні: Порадник для журналістів та редакцій 2019, URL: <https://rm.coe.int/publication-a4/1680972d5e> [20.11.2019].

### **Журналистская деятельность во время избирательного процесса**

Во время избирательного процесса журналист и СМИ в целом должны быть не только каналом, который ретранслирует сообщения. Их главной целью становится проверка фактов, утверждений и обещаний кандидатов. В статье представлена информация, которая поможет журналисту проанализировать новости с учетом критериев, по которым можно сделать вывод об их правдивости и точности.

**Ключевые слова:** *избирательный процесс, СМИ, журналистские стандарты, журналистика в политике.*

### **Dziennikarska działalność podczas procesu wyborczego**

Podczas procesu wyborczego dziennikarz i media powinny być nie tylko kanałem, który przekazuje komunikat. Ich głównym celem jest weryfikacja faktów, oświadczeń i obietnic kandydatów. Artykuł zawiera informacje, które pomagają dziennikarzowi analizować wiadomości na podstawie kryteriów, które można wywnioskować o ich prawdziwości i dokładności.

**Słowa kluczowe:** *proces wyborczy, media, standardy dziennikarskie, dziennikarstwo w polityce.*

### **Journalistic activities during the election process**

During the election process, the journalist and the media as a whole should not only be a channel that relays messages. Their main goal is to verify the facts, statements and promises of candidates. The article provides information that will help the journalist analyse the news, by using criterias which will help to conclude about their veracity and accuracy.

**Keywords:** *election process, media, journalistic standards, journalism in politics.*