

УДК 007 : 304 : 070

**Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми** : матеріали Дев'ятої всеукр. наук.-практ. конф. (Суми, 5—6 червня 2013 р.) / уклад.: О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 116 с.

**Journalism Education in Sumy Region: gains and challenges** : materials of the Eighth Ukrainian Scientific and Practical Conference (Sumy, 5—6 June 2013) / compiled by O. Tkachenko. — Sumy : Sumy State University, 2013. – 116 p.

У збірнику вміщені наукові розвідки, присвячені журналістським проблемам, соціальним та комунікаційним технологіям. Подаються матеріали, які відбивають наукові інтереси викладачів і студентів кафедри журналістики та філології а також викладачів загальноомовної підготовки іноземних громадян Сумського державного університету, а також представників інших регіональних журналістськознавчих шкіл.

The collection contained scientific researches, devoted to journalistic issues, social and communication technologies. Served materials that reflect the research interests of teachers and students of the Department of Journalism and Philology of SSU and representatives of other regional journalism schools.

#### РЕДКОЛЕГІЯ:

Олена Ткаченко, д-р філол. наук (голова),  
Віктор Звагельський, канд. філол. наук,  
Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік.,  
Валентина Гостеніна, д-р соціолог. наук,  
Тетяна Кузнецова, д-р наук із соц. комунік.,  
Володимир Садівничий, канд. наук із соц. комунік.,  
Олена Сушкова, канд. філол. наук

#### EDITORS:

Olena Tkachenko, Doctor of Philology (head),  
Victor Zvagelsky, PhD of Philology,  
Inna Gavriilyuk, PhD of Social Communications,  
Valentina Hostyenina, Doctor of Social Sciences,  
Tatyana Kuznetsova, Doctor of Social Communications,  
Volodymyr Sadvnychy, PhD of Social Communications,  
Elena Sushkova, PhD of Philology

Дубініна М.,

група ЖТ-12

Ткаченко О. Г.

докт. філол. н., професор

## ПАРЛАМЕНТСЬКІ ВИБОРИ 2012 РОКУ НА ШПАЛЬТАХ ГАЗЕТИ «ПАНОРАМА»

*Аналізуються журналістські матеріали газети «Панорама», присвячені парламентським виборам 2012 року.*

**Ключові слова:** *передвиборча кампанія, функції газети, журналістський контент, інформація.*

*The journalistic materials of the newspaper «Panorama», dedicated to the parliamentary elections in 2012, are being analyzed.*

**Key words:** *election campaign, functions of the newspaper, journalistic content, information.*

Особливості функціонування ЗМІ, забезпечення громадянських свобод, можливість отримання повної, точної й правдивої інформації визначають рівень демократизації суспільства. Вибори не тільки невід'ємна складова демократичного устрою держави, а й серйозне випробовування мас-медіа на відповідність їх сучасним професійним стандартам та етичним нормам.

«В ідеалі було б, звичайно, найкраще, щоб журналістика нікому не служила, – читаємо у В. Різуна, – щоб вона була незалежною, виступала певним аналітиком суспільного розвитку, була між народом і владою, мала об'єктивну точку зору, щоб на неї ніхто не тиснув – ні влада, ні громада» [6; 14].

Питання співпраці влади з пресою розглядалося такими науковцями, як С. Гутиря [1], О. Чекмишев, Л. Ярошенко [7], І. Паславський [5]. Вони аналізують діяльність ЗМІ під час виборчої кампанії, зосереджуючи увагу на провітницькій ролі ЗМІ в демократичному суспільстві, кінцевою метою якої є підвищення політичної культури українського електорату. Водночас ця проблема залишається малодослідженою.

Мета статті – з'ясувати оперативність, повноту та збалансованість висвітлення виборчого процесу на шпальтах газети «Панорама».

Інформаційний ресурс відіграє важливу роль у виборчій кампанії в електоральному процесі. Діяльність журналістів під час виборів – велика відповідальність перед виборцями, тому що це період, протягом якого у правлячих партій і політичних лідерів, що балотуються, виникає дуже сильне бажання маніпулювати громадською думкою і контролювати процес подачі фактів. За цих умов, чи буде вибір кожної людини свідомим, умотивованим, залежить насамперед від ЗМІ. Якщо вони зможуть створити «відповідне інформаційне поле», достатній обсяг неупередженої, нейтральної, об'єктивної інформації, то на підставі неї виборець прийме рішення щодо конкретної кандидатури чи партії ще до того моменту, коли прийде на виборчу дільницю. Це і зумовлює актуальність обраної теми.

Матеріалом для проведення дослідження слугував контент газети «Панорама», присвячений виборам.

ЗМІ – важливе джерело інформації про політиків для громадськості, адже політичні діячі прагнуть висвітлювати свою діяльність, а суспільство – поглинати її. Як зазначають дослідники Я. Ланге та Е. Палмера, «неучасть засобів масової інформації у виборах може створити інформаційний дефіцит, а непрофесійна участь може негативно вплинути на результати виборів. Для того, щоб голосування від-

булося на підставі свідомої оцінки конкуруючих партій, кандидатів та політиків, участь засобів масової інформації у виборчих кампаніях відіграє надзвичайно важливу роль» [3; 9].

Присвячені виборам журналістські матеріали є механізмом, який дозволяє виборцям зорієнтуватися в списку партій та кандидатів, що балотуються. Стаття 66 Закону України «Про вибори народних депутатів» зазначає, що «засоби масової інформації поширюють повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані із виборами, базуючись на засадах достовірності, повноти і точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання» та «засоби масової інформації мають збалансовано висвітлювати коментарі всіх партій та кандидатів у депутати щодо подій, пов'язаних із виборами» [2].

Позиція ЦВК з цього питання закріплена у Положенні про порядок використання ЗМІ для проведення передвиборної агітації під час виборів. Згідно з цим документом, проведення передвиборної агітації через ЗМІ – це розповсюдження суб'єктами проведення передвиборної агітації через ЗМІ у спосіб і у формах, що не суперечать чинному законодавству, такої інформації, яка спонукає виборців до участі у виборах і вільного волевиявлення «за» або «проти» того чи іншого кандидата.

Формами передвиборної агітації відповідно до Закону та Положення можуть бути: виступи (особисте звернення до виборців суб'єктів проведення передвиборної агітації через ЗМІ), інтерв'ю (відповіді суб'єктів проведення передвиборної агітації на запитання, поставлені журналістами), прес-конференція (виклад суб'єктами проведення передвиборної агітації передвиборної програми кандидата чи партії перед представниками ЗМІ, відповіді на запитання), «гаряча лінія» (відповіді суб'єктів проведення передвиборної агітації на запитання читачів друкованих ЗМІ під час телефонних розмов у редакції), «круглий стіл» (колективний обмін думками між кандидатами, їх довіреними особами за участю представників ЗМІ та виборців), політична реклама в ЗМІ (розповсюджувана суб'єктами проведення передвиборної агітації інформація про кандидата чи партію, оплачена за рахунок коштів його особистого виборчого фонду з метою пропаганди ідей, поглядів, програмних документів кандидата чи партії) [4; 13].

Під час передвиборчої гонки газета «Панорама» активно висвітлювала діяльність партій та окремих кандидатів. Так, у період з 18 липня по 7 листопада (16 номерів) на сторінках газети було розміщено 91 матеріал, які ми аналізуємо. Вони стосуються як передвиборчого періоду, так і дня виборів, результатів і підбиття підсумків у Сумській області. Можна умовно розділити матеріали, присвячені виборчій діяльності кандидатів і партій, на два види: з позначкою «передвиборча агітація» та без неї – у рубриках «політика», «благодійність», «особистість» тощо. Ми вважаємо, що досліджувати варто обидва види, адже різниця між ними полягає лиш у тому, чи позначені вони як агітаційні, чи ні.

Загалом нами виявлено 70 агітаційних матеріалів. З-поміж них політичній партії «Україна вперед!» присвячено 11 матеріалів: 2 містять позначку «Передвиборча агітація», 9 є інформаційними матеріалами, що вийшли в рубриці «Політика». Варто зазначити, що цій партії газета приділяє особливу увагу. Такий висновок можна зробити, проаналізувавши відповідні матеріали. Вони займають багато місця (0,5-1 сторінка), містять по 2 фото. Журналісти не завжди дотримуються принципу неупередженості: деякі матеріали містять заклики, спонування, елементи передвиборчої програми, фактично – політичну рекламу, так звану «джинсу» або замовні матеріали, наприклад, інтерв'ю з кандидатом від партії – «Ценить прошле. Двигаться вперед!» №36 (29 серпня – 5 вересня); матеріал «Економика не доживет до выборов?» містить передвиборчу програму партії № 38 (12-19 вересня); результати соціологічних досліджень на користь партії подає публікація «Пар-

тия «Україна вперед!» проходить в Верховну Раду» № 38 (12-19 вересня) тощо. Окремо зазначимо, що в рубриці «Політика» вийшов матеріал, який охоплює цілу шпальту і містить 3 фото – «Партия «Україна вперед!» оновит українську політику», у якому автор говорить про переваги новоствореної політичної сили (№ 33 (8-15 серпня): «Нынешняя власть безнадежно отстала от украинского общества. Оно далеко ушло вперед в своем развитии и остро нуждается в новых лидерах, способных реализовать новые идеи и новые подходы к управлению государством. Поэтому сейчас основная задача – привести в политику поколение современных, деятельных, активных украинцев», – пише автор, ім'я якого не вказується.

Діяльності опозиційних сил (ВО «Батьківщина») присвячено 9 матеріалів. Із них 3 – з позначкою «Передвиборча агітація». Зокрема матеріал «В каждом округе будет выставлен только один представитель настоящей оппозиции» подає інформацію про прес-конференцію опозиційних сил напередодні виборів. Інші 6, що вийшли в рубриці «Політика», відрізняються нейтральною тональністю змісту. З огляду на це, можемо говорити про дотримання авторами принципу неупередженості і об'єктивності у висвітленні діяльності партії.

Партії «Удар» присвячено 6 матеріалів, усі вийшли в рубриці «Політика». Журналісти об'єктивно висвітлюють діяльність партії, є політично неупередженими, подаючи інформацію про акції та конкурси, які організовує партія. Так, бачимо, що в таких публікаціях місця реклами немає, адже всі матеріали містять інформаційний привід, соціально значущий для громадськості: «Активная молодежь Сумщины «ударит» творчеством по безразличию избирателей» № 37 (5 – 12 вересня) – оголошено конкурс на найкращий мотиваційний продукт; «Сезон охоты на коррупционеров открыт» № 38 (12 – 19 вересня) – висвітлює акцію «Люстрация кадров», що пройшла у Сумах; «Праздник детства в Ахтырке» -№ 38 (12 – 19 вересня) – розповідь про благодійність братів Кличків, один з яких є головою «Удару». Наявні також 2 матеріали, що висвітлюють діяльність партії в негативному ракурсі: «Провластные телеканалы подыгрывают Кличко» № 40 (26 вересня – 3 жовтня) – заява експерта про висвітлення деякими телеканалами недостовірних соціопитувань, що свідчать на користь партії «Удар»; «Кличко- Ющенко-два, или Мессия возвращается» № 42 (10-17 жовтня), де порівнюється діяльність провального уряду Ющенка з програмною діяльністю партії Кличка.

Радикальній партії Олега Ляшка присвячено 5 матеріалів, що вийшли у рубриці «Політика». Усі вони є новинними і висвітлюють діяльність партії у нейтральному руслі, повідомляючи чітко і ясно: хто, де коли, з якою метою. Так, новина «Олег Ляшко знищив прапори Партии регионов» (№ 32 (1 – 8 серпня)) є суто інформаційною, хоч і містить цитати лідера партії.

2 матеріали, присвячені партії «Наша Україна», вийшли як «Передвиборча агітація», а в рубриці «Політика» не з'являлися зовсім.

По одному матеріалу присвячено Комуністичній Партії України, Українській Народній Партії, Народній Самообороні (з позначкою «Передвиборча агітація»).

Що стосується кандидатів, то палітра публікацій має такий вигляд. О. Костенку, самовисуванцю, присвячено 17 матеріалів. З них лише 4 містять позначку «Передвиборча агітація», інші 13 вийшли під різними рубриками і описують благочинну діяльність пана Олександра. Оскільки він не входить до жодної партії, висвітлюється лише його особиста діяльність: «Фонд Александра Костенко установит лавочки», «Сумки здоров'я от Александра Костенко» (№ 30 (18 – 25 липня)), «Ты не один – ты вместе с футболом» (№ 32 (1 – 8 серпня)), «Чешка: озеро в бетоне» (№ 40 (26 вересня – 3 жовтня)).

8 матеріалів приділяють увагу Анатолію Єпіфанову, самовисуванцю. З них 6 опубліковані як «Передвиборча агітація». У рубриці «Просьба» був надрукований

матеріал «Не словом, а делом» (№ 30 (18 – 25 липня)), у якому йдеться про відкритий лист громадськості до Анатолія Спіфанова. У цьому листі його переконують взяти участь у виборах. У № 33 (8 – 15 серпня) вийшов матеріал-відповідь «Победа сумской громады».

Олегу Медуниці як кандидату від ВО «Батьківщина» присвячено 5 матеріалів. «Передвиборча агітація» містить 4 матеріали, 2 з яких – виступи Олега В'ячеславовича, написані ним самим. Ще один матеріал вийшов у рубриці «Політика». Це «Леся Оробец на Сумщині: «ПР готувит масштабне фальсифікації и провокації» (№ 41 (3 – 10 жовтня)), інформаційним приводом до написання якого став приїзд відомого політика Лесі Оробець, яка дала прес-конференцію спільно з Олегом Медуницею. Позиція автора не прослідковується, читач має змогу робити власні висновки на основі слів політиків.

5 матеріалів присвячено Олександру Волкову, кандидату від «Батьківщини». 1 з них – у рубриці «Передвиборча агітація», 4 – у рубриці «Політика». Так, у № 41 (3–10 жовтня) розміщено матеріал «Детская радость на Химгородке», у якому йдеться про встановлення дитячого майданчика фондом імені Олександра Волкова. Постать пана Олександра висвітлена позитивно, і хоч жодного разу не згадується про його приналежність до партії, матеріал вийшов у рубриці «Політика».

По одному матеріалу присвячено самовисуванцям Вірі Мотречко (№ 42 (10–17 жовтня)) і Володимирі Токарю (№ 43 (17–24 жовтня)). Вони вийшли в рубриці «Передвиборча агітація».

Тижневик надав усім партіям та кандидатам можливість агітувати виборців, систематично публікував матеріали про діяльність усіх суб'єктів виборчого процесу. Негативним є лише те, що в передвиборчий період редакцією не було передбачено «круглих столів» та «гарячих ліній».

Не слід забувати про «громадсько-спрямоване» висвітлення виборів, метою якого є показати щоденну дійсність, а не програму, складену політичним партіями. Таке висвітлення виборів фокусується на проблемах, їх вирішенні та фактах, а не просто на звітах лідерів, стратегіях кампаній кандидатів або їх обіцянках. Роль преси у висвітленні виборів подвійна: проінформувати громадян та продемонструвати їм, що в їхніх руках є повноваження зважувати проблеми та вимагати відповідальності, вибрати уряд і главу.

До того ж, висвітлення виборів має на меті вказати на політичні проблеми та вивчити шляхи їх розв'язання, порушити спірні питання, озвучити думку тощо. У Я. Ланге та Е. Палмери читаємо: «Журналісти повинні критично аналізувати важливі відмінності між політичними партіями та кандидатами, залучати до дискусій, що стосуються складних проблем, і постійно шукати способи забезпечення аудиторії цінною, повною й вірогідною інформацією» [3; 101].

Газета «Панорма» не ігнорує громадсько-спрямоване висвітлення виборів. Оpubліковано 21 матеріал, що стосуються дня і результатів виборів. Матеріал «Передвыборная готовность» (№ 30 (18 – 25 липня)) вийшов з підзаголовком «В конце июля в Украине стартует избирательная кампания». Він інформує читачів про особливості цього річних виборів: за якою системою і коли вони проходять, де буде розміщено інформацію про виборчі дільниці, орієнтовні списки кандидатів. Особливо корисним для читачів є календар виборів, у якому зазначено найважливіші дати: старт виборчої кампанії, висунення кандидатів, створення окружних і дільничних комісій тощо.

«Депутаты понаехали» (№ 32 (1 – 8 серпня)) розповідає про фальсифікації з боку влади та надає рекомендації, яким чином запобігти цьому негативному явищу. Про перебіг першого тижня виборчої кампанії на Сумщині йдеться у статті «Старые знакомые» (№ 33 (8 – 15 серпня)). «Найдите 450 отличий: кандидаты от



власти и оппозиции» (№ 34 (15 – 25 серпня)) – аналізується склад різних політичних партій і дається прогноз того, як наявність «зірок», олігархів та інших непересічних особистостей вплине на політику. Про те, скільки заробляють кандидати в народні депутати від Сумщини, йдеться у розслідуванні «Богатые и бедные» (№ 35 (22 – 29 серпня)). Інформація про фінансовий стан кандидатів у народні депутати, відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів», є відкритою. Таким чином, журналісти та ЗМІ мають право оприлюднювати результати про офіційні доходи кандидатів, публікувати інформацію, яка стосується фінансового та майнового стану кандидатів.

У рубриці «Фото недели» (№ 38 (12 – 19 вересня)) оприлюднено зображення зіпсованого білборда кандидата у народні депутати Олега Медуниці. Видання, посилаючись на джерело, що зробило офіційну заяву, надає інформацію про вину конкурента – Анатолія Єпіфанова.

«Бочка дегтя» (№ 38 (12 – 19 вересня)) має підзаголовок «Партия власти лидирует по количеству нарушений в ходе предвыборной кампании» ще раз підтверджує опозиційно налаштовану політику «Панорами». Наступний матеріал підтверджує прихильне ставлення газети до опозиції: «Активные оппозиционеры» (№ 38 (12 – 19 вересня)) – це соціологічні дані опитувань, результати яких – «сумчани готови йти на вибори и голосовать против власти».

Матеріал «Кандидаты без ретуши» (№ 39 (19 – 26 вересня)) хоч і обіцяє своїм підзаголовком «Портреты кандидатов в депутаты – без рекламы» відкривати «скелети у шафах», але насправді – ніякої критики чи навіть аналізу. Натомість – наведено загальновідомі факти.

«Панорама» оприлюднювала результати соціопитувань, присвячених виборам: «28 октября состоятся выборы в Верховную Раду. Во что Вы верите больше всего?» (найчастіше, за даними видання, сумчани відповідали – «пройдут фальсифікації»); «Кого Вы поддержите на выборах 28 октября?» (відповіді – абстрактні, на кшталт «чесних, добросовісних і тощо»).

У матеріалі, що присвячений передвиборчому дню – «Завтра были выборы» (№ 44 (24 – 31 жовтня)), автор закликає виборців прийти і проголосувати, таким чином виконуючи важливу роль регулятора суспільних відносин. Автор агітує не підтримувати провладну партію: «Эти выборы – борьба, прежде всего, с кланом Януковича; возможность не допустить переизбрания ВФЯ на второй срок».

«Долой «косынку»» (№ 44 (24 – 31 жовтня)) – матеріал, який інформує читачів про можливі фальсифікації, закликає повідомляти про помічені порушення за вказаним номером. Це свідчить про зацікавленість газети у прозорих і чесних виборах, які сприятимуть формуванню демократичного суспільства.

Виборчому дню присвячено цілий розворот – «Хроника парламентських выборов 2012 в г.Сумы и Сумской области» (№ 45 (31 жовтня – 7 листопада)). Повідомляється про всі зафіксовані порушення. Викладається лише суть, короткі факти. Газета добросовісно забезпечила інформування своїх читачів про перебіг виборчого процесу: спостерігачі від редакцій перебували ледь не на всіх дільницях міста, фіксуючи порушення.

«Выборы изнутри», «Избирательный ликбез», «Непонятные списки», «У меня звонил телефон» (№ 45 (31 жовтня – 7 листопада)) – це окремі матеріали, що розповідають про найбільш цікаві випадки порушень.

Щодо результатів виборів «Панорама» спрацювала дуже оперативно: паралельно з дільничними комісіями група громадських активістів вела підрахунок голосів, результати якого постійно оновлювався на сайті газети. Про це можна прочитати в № 45 (31 жовтня – 7 листопада). Отже, «Панорама» стала першим ЗМІ на Сумщині, що оприлюднив результати виборів.

На сторінках газети розміщено графічне зображення результатів виборів. Так, на розвороті в № 45 подана карта Сумщини під заголовком «Вибори-2012: Сумщина та Україна». Вона детально ілюструє дані виборчих округів.

Підсумковими можна назвати два матеріали. У статті «Регионы просят огня» (автор – головний редактор «Панорами» Євген Положий) аналізуються результати виборів, робляться прогнози щодо майбутнього України та вплив на нього виборів. Редакція ще раз доводить свою позицію щодо Партії регіонів та Януковича. Зокрема йдеться про те, що прибічники Партії регіонів набрали досить велику кількість голосів: «ни один человек на Сумщине не смог бы набрать больше на этих округах под маркою ПР, чем они».

Другим таким матеріалом є інтерв'ю «Олег Медуница: почуття помсти у мене немає». Переможець одного з виборчих округів аналізує весь виборчий період, говорить про подальші плани діяльності у Верховній Раді України.

У результаті проведеного дослідження, зазначимо, що сумський тижневик «Панорама» взяв активну участь у висвітленні перебігу парламентських виборів 2012 року і загалом виконав місію, яка покладається на громадсько-політичне видання. Статті, надруковані в тижневику, позначені громадськими настроями та повно, точно й оперативно висвітлювали виборчу кампанію, інформували про політичну ситуацію в Україні у передвиборчий період. Висвітлення виборів ґрунтується на фактичному матеріалі й фокусується на проблемах та шляхах їх вирішенні.

Газета, всебічно інформуючи громадян щодо перебігу виборів у країні, намагалася переконати читачів в тому, що доля країни – в їхніх руках. Всебічне висвітлення виборів формувало громадську думку, допомагало сумчанам краще зорієнтуватися у виборі політичної сили, спонукало до дії, сприяло визначенню шляхів розв'язання проблем. Незважаючи на те, що контент газети був насиченим інформацією, газета «Панорама» друкувала й аналітичні матеріали, особливо це стосується підсумків виборчого процесу в Сумській області, аналізу їх результатів та прогнозу на майбутнє. Загалом, незалежний тижневик підтримав статус свого видання та підтвердив дотримання професійних стандартів.

#### БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Гутиря С. І. Незалежна преса і нова влада / С. І. Гутиря. – К. : Інститут журналістики, 2006. – Т. 22. – С. 40-44.
2. Закон України «Про вибори народних депутатів України»
3. ЗМІ і вибори / ред. Я. Ланге, Е. Памлера. – Дюссельдорф : Європейський Інститут ЗМІ, 1995. – 208 с.
4. Копистинська І. Проблематика ЗМІ: курс лекцій / І. Копистинська. – Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2005. – 115 с.
5. Паславський І. І. Виборчі системи та політична культура суспільства: інформаційний аспект / І. І. Паславський. – К. : Інститут журналістики, 2003. – Т. 10.
6. Різун В. В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун ; КНУТШ. – К. : Київський ун-т, 2003. – 118 с.
7. Чекмишев О. В. Діяльність ЗМІ під час парламентських виборів на прикладі матеріалів моніторингу загальнонаціональних телеканалів / О. В. Чекмишев, Л. А. Ярошенко. – К. : Інститут журналістики, 2003. – Т. 10.