

МЕДІЙНИЙ ПРОСТІР 2020 РОКУ: МОДЕЛЮВАННЯ ПОДІЇ ЯК ПРЕЦЕСІЯ САМОЇ ПОДІЇ

Наталія Малюга

*Криворізький державний педагогічний університет
Kryvyi Rih State Pedagogical University
пр. Гагаріна, 54, Кривий Ріг, 50086, Україна
maliuga_natalia@ukr.net*

Малюга Н. Медійний простір 2020 року: моделювання події як прецесія самої події

У статті йдеться про порушення основних принципів журналістської діяльності (збалансованості та неупередженості подачі інформації), наголошено на потребі дотримання професійних та етичних стандартів представниками ЗМІ. Проаналізовано тексти, що містять вербальну агресію, пропагують нетерпимість, нав'язують протистояння, експлуатують ідею “кола своїх”, мають дискримінаційний характер. Представлено авторський погляд на вимогу достовірності інформації, її неупередженого подання, моральності міркувань журналіста. Закцентовано на потребі медіа відповідально ставитися до вивчення своєї аудиторії, розв'язання проблеми інформаційної гігієни.

Ключові слова: медійний простір, маніпулювання, моделювання події, достовірність інформації, інформаційна картина світу.

Maliuga N. Media environment of 2020: modeling of the event as a precession of this event

The article deals with the contravention of basic principles of journalistic activity (balance and impartiality of information feed), emphasizes the need of keeping professional and ethical standards by the media representatives. There are analyzed texts discriminatory ideas that contain with verbal aggression, promote intolerance, impose confrontation, exploit an idea of “Your closest circle”. The author defends the requirement of reliability of the information, its unbiased presentation, the morality of the journalist's reasoning. Emphasis is placed on the need of the media to be responsible for studying its audience, solving the problem of information hygiene.

The media environment of 2020 demonstratively shows the manipulation of information. We observe the modeling of the event as a precession of this event. The formation of “journalism of screenshot” is rising nowadays, the basis for creating messages is information obtained on social networks, blogs, comments, etc. The audience for which it is intended is at the same time its creator, such a collective author is not responsible for the dissemination of false information, and its verification is very often neglected.

Despite their information poverty, unverified facts, the anonymity of materials, such messages are qualified to be threatening: they trouble the public, change, distort the information picture of the world. The appearance among the news of a large number of short materials, designed for a cursory perception, contributes to the growth and acceleration of information flows, which is one of the main trends in the media sphere.

Key words: media environment, manipulation, modeling of the event, reliability of information, information picture of the world.

Роль інформації у структурі суспільства неможливо переоцінити, вона сформувала нові, майже необмежені можливості для застосування різноманітних технологій. ЗМІ все частіше пропонують створений інформаційний продукт, який містить неперевірені факти, суперечить етичним нормам.

Тенденції розвитку сучасних засобів масової комунікації вивчали Т. Алексєєва, А. Бучинська, Л. Дускаєва, О. Єжова, Т. Миронова, Л. Лисицька, О. Руда, Г. Солганик та ін. Розвиток функційної системи ЗМІ опрацьовували І. Аненкова, М. Володіна, М. Гетьманець, О. Гриценко, Л. Лисицька, Г. Мельник, Т. Сурикова, А. Тепляшина, А. Тертичний, І. Фомичова та ін. Мовне оформлення сучасного медіатексту, української періодики різних часових проміжків досліджували Н. Бойченко, І. Брага, А. Григораш, З. Дубинець, С. Єрмоленко, Е. Зоїдзе, Т. Коць, А. Мамалига, М. Навальна, М. Піцишин, Л. Пономаренко, Т. Рудакова, І. Соболева, О. Стишов, О. Шаповал, С. Чемеркін, О. Чередниченко, Я. Якуба та ін. Комунікаційним технологіям у медійній сфері присвячені праці О. Безпалька, В. Корнєєва, В. Різуна, Г. Почепцова, Ж. Тощенка, О. Холода. Питання журналістської етики знаходять своє висвітлення в доробку О. Зоріної, В. Іванова, В. Карпенка, Т. Приступенко, В. Сердюка.

Ситуація з розвитком свободи слова в Україні є об'єктом моніторингу вітчизняних і міжнародних організацій, серед яких найбільш знані "Репортери без кордонів" та Freedom House. Організація "Репортери без кордонів"(Reporters sans frontières), базована в Парижі, дала нині Україні оцінку в 32,52 бала – на 0,06 більше, ніж попереднього року (опубліковано 21 квітня 2020 р.).

Варто наголосити, що зростання показника означає погіршення стану. Найкращий можливий показник – 0,

найгірший – 100. При цьому ситуацію зі свободою преси організація визначає так: від 0 до 15 балів – становище із засобами інформації в країні “добре”, від 15,01 до 25 балів – “задовільне”, від 25,01 до 35 балів – “проблематичне” (у цій категорії й перебуває Україна на шкалі значно ближче до “складне”, ніж до “задовільне”), від 35,01 до 55 балів – “складне”, а вже від 55,01 до 100 балів – “дуже серйозне”.

Індекс свободи преси, який “Репортери без кордонів” публікують із 2002 року, розраховують за такими параметрами:

- плюралізм думок, представлених у ЗМІ;
- незалежність засобів інформації від джерел політичного, урядового, бізнесового і релігійного впливу;
- загальне середовище, у якому діють ЗМІ, і рівень самоцензури;
- законодавство, яке регулює діяльність ЗМІ;
- прозорість урядових і владних інституцій і те, як вона впливає на подачу новин та інформації;
- рівень інфраструктури, якою користуються ЗМІ;
- дані про зловживання і насильство проти журналістів і працівників ЗМІ.

2020 рік засвідчив чіткий зв’язок між придушенням свободи преси у зв’язку з коронавірусною пандемією і загальною позицією країни в переліку: країни з низьким рейтингом, які знаходяться внизу реєстру, використовують кризу в галузі охорони здоров’я, аби посилити залякування ЗМІ і напади на медіа й навіть для того, щоб запроваджувати заходи, не можливі за звичних умов [Drachuk / Драчук]. Як приклад автори дослідження наводять Китай чи Іран (відповідно 177-а і 173-а позиції серед 180 досліджених країн), у яких широко цензурували повідомлення про спалахи коронавірусного захворювання.

Пандемія коронавірусного захворювання лише посилила системну кризу, що загрожує праву на отримання незалежної та надійної інформації. Зокрема, з відкритих джерел українському читачеві повідомляють, як велике досягнення: “Україна увійшла до топ-100 країн за рівнем свободи слова” (112.ua); “Індекс свободи преси: Україна піднялася на шість позицій” (armyinform.com.ua). Дійсно, у 2019 році Україна посідала

102 позицію, однак, правди ніде діти, попереду більша кількість країн, ніж позаду. Говорити про “топ-100”, коли обирають із менше, ніж 200, щонайменше некоректно. Тож у суспільстві, де запущені процеси інфантилізації, вважаємо це не просто маніпулюванням цифрами, а свідомістю.

Сучасний глобальний медійний простір рясніє заголовками, як-от: “Україна погіршила оцінку в Індексі свободи преси”, “Україна піднялася в рейтингу”, “Індекс свободи преси”. Як свідчать дописи користувачів Інтернету, споживачам інформації важко пов’язати “погіршила оцінку” та “піднялася в рейтингу”.

Задля об’єктивності оцінки реальної ситуації наведемо дані Індексу свободи преси [The World Press_Freedom Index] групи країн із показником від 32,0 до 33,0 (станом на 2020 рік).

Країна	2020		2019		2018	
	показник	позиція	показник	позиція	показник	позиція
Гвінея-Бісау	32,06	094	30,95	089	30,09	083
Ліберія	32,25	095	31,49	093	30,33	089
Україна	32,52	096	32,46	102	31,16	101
Мавританія	32,54	097	31,65	094	29,09	072
Еквадор	32,62	098	31,88	097	30,56	092
Ефіопія	32,82	099	35,11	110	50,17	150
Парагвай	32,97	100	32,40	099	33,32	107

Коли взяти до уваги динаміку Ефіопії (150 позиція в рейтингу 2018 року, 110 – 2019 року та 99 – 2020 року), тоді, напевне, якимось незручно буде говорити про “покращення” позиції України. Але це ж моветон брати за орієнтир країни третього світу, та ще й Африканського континенту. Звісно, представники вітчизняних ЗМІ пам’ятають і гірші часи, зокрема 2011 року індекс свободи преси становив 46,83 (131 місце в рейтингу), а 2012 року – 54,00 (116 місце). Однак і це краще замовчувати, бо занадто очевидними виявляються причиново-наслідкові зв’язки кризи політичної системи і свободи преси.

Відомо, що більшість ЗМІ в Україні перебуває у приватній власності, їх контролює вузьке коло заможних людей. Цілком закономірно, що власники ЗМІ використовують свій інформаційний ресурс для забезпечення особистих інтересів.

Найпотужніші ЗМІ належать до медіаконцернів, здатних нав'язувати свої інтереси та цінності, власні “правила гри” іншим учасникам інформаційного простору [Pidkurkova / Підкуркова 2019 : 144].

В ефірі програми “HARD з Влащенко” (від 17.12.19) на телеканалі ZIK журналіст і продюсер Ю. Молчанов заявив, що абсолютної свободи слова не існує, оскільки є власники медіа, є власники капіталів, на які існують медіа, тож нині, у сучасному цифровому медійному світі, головним мірилом, головним обмежувачем стає внутрішня відповідальність людини. Інститути на кшталт Нацради “вже смішні, а далі будуть ще смішніші ось ці недолугі чиновники”.

Після того як Національна рада з питань телебачення і радіомовлення більшістю голосів призначила перевірку телеканалу “Прямий” через некоректні та емоційно невірні висловлення гостя студії на адресу Президента України, один із членів цієї ради в ефірі названого каналу (11.01.20) озвучив свою позицію: “Це дуже дивно. Тому що всі попередні чотири роки я працював в умовах, коли з більшості телеканалів лилася критика чинного президента, на той момент це був п'ятий президент України Петро Порошенко. Критика, яка дуже часто була емоційною, неконструктивною, яка мала формулювання доволі девіантні. Тобто це було неприйнятно. <...> Але такі висловлення лунали з ефіру впродовж останніх років. І національна рада жодним чином ніколи не реагувала і не намагалася захистити Петра Порошенка від будь якої критики, від будь якої заяви<...> **ми не можемо бути адвокатами публічної особи**” (виділення наше – Н. М.)

Українці виявляють низький рівень медіа грамотності. За результатами дослідження USAID-Internews “Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019”, тільки 11% серед тих, хто обізнаний про існування дезінформації, зуміли відрізнити достовірну інформацію від дезінформації. Занадто довго їх “годували” недостовірною інформацією – на догоду тим чи тим політичним силам продукували неправдиві відомості про осіб, факти, події та явища, яких не існувало взагалі, подавали неповні або

перекручені відомості про них. Дезінформація є різновидом недостовірної інформації з суспільно значущих питань, зокрема стосовно національної безпеки, територіальної цілісності, суверенітету, обороноздатності України, права українського народу на самовизначення, життя та здоров'я громадян, стану довкілля. Оціночні судження, зокрема критичні, недобросовісна реклама не є дезінформацією.

У чинному законодавстві України відсутня відповідальність за поширення дезінформації. До кінця лютого 2020 року тривав другий етап публічного обговорення законопроекту про протидію дезінформації, що передбачає встановлення адміністративної відповідальності за її розповсюдження, порушення правил спростування, надання відповіді та вимог прозорості, встановлення кримінальної відповідальності за системне й умисне масове розповсюдження дезінформації. Кримінальна відповідальність – це скандальна норма, яку засудила низка організацій, зокрема й “Репортери без кордонів”. Як бачимо, спроба нейтралізувати виклики в інформаційній сфері вийшла невдалою.

Поширювач масової інформації (суб'єкт у сфері медіа) при поширенні інформації, отриманої з офіційних джерел (органів державної влади, місцевого самоврядування, звіти, стенограми тощо), не зобов'язаний перевіряти її достовірність та не несе відповідальності в разі її спростування (Законопроект про дезінформацію: уповноважений, відповідальність та статус професійного журналіста. Українське право. 17.01.20). Чомусь для держорганів за поширення неправдивої або маніпулятивної інформації, дезінформації відповідальність не передбачена. То, можливо, варто дослухатися до думки представників журналістського цеху: законопроект про дезінформацію – “це спроба накинути зашморг на шию ЗМІ”, симптоматична спроба, яка “ввійде в українську історію як досить ганебна”, навіть якщо й не буде проголосована [Vlashhenko / Влащенко].

Медійний простір 2020 року показово демонструє маніпулювання інформацією – це спроба використовувати пандемію так би мовити “відповідно до інтересів найширшого кола можливих суб'єктів” [Covid]. Неправдива інформація маніпулятивного характеру надходила і від світових лідерів.

Наприклад, президент США нехтував статистикою захворювань і летальних випадків, навіть коли країна вийшла на позицію лідера за кількістю хворих на коронавірус, президенти Білорусії, Туркменістану, Нікарагуа відмовлялися визнавати небезпеку COVID-19, приховували реальну статистику.

Дослідник психології мас-медіа, особливостей журналістської комунікації та впливу ЗМІ на поведінку людей у суспільстві В. Лизанчук доходить висновку: “Інформація, незважаючи на відсутність у ній зримої оболонки, є чи не найголовнішим стратегічним товаром. Вона здатна тримати людину під контролем, впливати на її психіку, стимулювати мислення, дії, вчинки. За допомогою ЗМІ можна цілеспрямовано змінювати свідомість і поведінку чималого загалу людей. <...> Кінцевою метою маніпулювання інформацією є формування індивідуальної і масової свідомості до такого стану, коли подальша поведінка та алгоритм дій відповідають поставленим завданням” [Lyzanchuk / Лизанчук 2015 : 7–8]. Цілком зрозуміло, що журналістське відображення реальності – не тотожне самій реальності. Однак, як виявилося, споживачі інформації не проти жити в тому задзеркаллі (як в О. Пушкіна: “Ах, обмануть мене не трудно!.. Я сам обманываться рад!”).

Аналіз тенденцій інформаційного простору України свідчить про те, що створити, наприклад, теорію змови зовсім нескладно. На підтвердження своєї думки пропонуємо до уваги розтиражовані штампи, варто лише заповнити порожні клітини (пропуски) – розгорнути моделі-речення:

Це змова (чия?) ..., для того щоб завоювати (кого?)

Це змова (чия?) ..., для того щоб викликати міграційну хвилю (кого?) ... до (куди?) ... (назва країни).

Це біологічна зброя (чия?) ..., для того щоб знищити (кого?) ...

Коронавірус легко лікується (чим?) ... (назва засобу) [Covid].

Автор підручника з психології мас-медіа В. Лизанчук наводить роздуми студентів про засоби масової інформації України, написані в жовтні – листопаді 2011 р. Наведемо уривки двох есе за темою “Чому я не читаю...”, “Чому я не дивлюся...”:

Ірина Матвійшин: Чому я не читаю “Газету по-українськи”. Тижневик “Газета по-українськи” – влучний приклад ЗМІ, яке своїми публікаціями зневажає й ігнорує інтелект українців, їхні моральні засади та психологічні потреби. Адже як по-іншому можна пояснити те, що в багатосторінковому виданні більшість матеріалів несе в собі негатив щоденних трагедій, побутові поради або ж дратівливі подробиці з життя знаменитостей? [Lyzanchuk / Лизанчук 2015 : 13].

Анна Романдаш: Чому я не дивлюся “Файну Юкрайну”. “Файна Юкрайна” створює негативний образ України як нації бовдурів, злодіїв і задрісників. Окрім того, вона нав’язує цю думку українському суспільству, змушує його думати, що так і є. Але найгірше те, що популярність шоу, здобута примітивними жартами, переконує українців у тому, що ці вади – цілком нормальні, і нема нічого дивного чи неприйняттого в такій поведінці [Lyzanchuk / Лизанчук 2015 : 17].

У формуванні почуття ущербності, культурної відсталості українців шліфували свої уміння не одне покоління “творців розважального контенту”. Суцільний песимізм, навіювання безвихідності, постійне злорадство, кепкування над вадами українців, нав’язливе формування комплексу меншовартості спричинилися до того, що значна частка українців, особливо серед молоді, свідомо відмовилася від перегляду телебачення загалом чи окремих передач, нервово перемикає канали, почувши подразник. На часі розв’язувати проблему інформаційної гігієни. У здоровому демократичному суспільстві “засоби масової інформації не повинні пропагувати насилля, ворожнечу, ненависть, національний, соціальний і релігійний розбрат, а також гріховні людські інстинкти, хоча б заради комерційних інтересів” [Lyzanchuk / Лизанчук 2015 : 21]. В Україні порушення норм професійної етики та принципів відповідальної журналістики не тягне за собою відповідальності й не несе репутаційних ризиків, однак статус журналіста знецінюється. Цілком погоджуємося з висновком, якого доходить І. Михайлин щодо ролі журналіста в об’єктивації явищ багатомірного світу: він “може відобразити дійсність на засадах точності й достовірності, а може, навпаки, підігнати дійсність під свою ідеологічну концепцію, яка йому здається, в силу тих чи інших

причин, правильною; може, нарешті, просто замовчати соціально вагому, потрібну суспільству інформацію” [Mykhailyn / Михайлин 2008 : 82].

Інформація діє на читачів тим сильніше, чим більше в них внутрішньої готовності прийняти її. Якщо цієї готовності немає, то, за теорією когнітивного дисонансу, споживачі медійного продукту або відмовляють у довірі джерелу інформації, або просто блокують її, використовуючи солідніші, надійніші джерела. Зіткнення думок, переконань, вектори яких спрямовані в протилежні сторони, стає основним інформаційним конфліктом в інформаційному полі. Наприклад, у стрічці новин на сайті ukr.net від 10 жовтня 2019 р. розміщено такі заголовки інформаційних матеріалів (правопис авторів збережено):

09:54 На пресс-марафон Зеленского **собрали** более 300 журналистов

10:05 На пресконференцію Зеленського **прийде** понад 300 журналістів

...

11:45 На пресмарафон до Зеленського **зголосилися** понад 300 журналістів

12:22 На пресс-марафон к Зеленскому **попросились** 500 журналистов

Спостерігаємо моделювання події як прецеденту самої події. За дві години тональність російськомовного заголовку різко змінюється: від “собрали” (між рядків слід читати, що організатори заходу доклали зусиль, щоб на ньому були присутні представники великої кількості видань) до “попросились” (ініціатива начебто йде від журналістів, відтак функція організаторів стає незрозумілою, оскільки це не родинне свято й не приватна вечірка); окрім того, такі заходи за участю перших осіб держави серйозно готують, служби перевіряють усіх акредитованих осіб, тут експромтів бути не може, отже, “приріст” у 200 журналістів – свідомо брехня. В українськомовних заголовках уживання слів “прийде” (констатація наміру відвідати захід) та “зголосилися” (відповідь згодою на запрошення) не створює негативного ефекту, не принижує престижу професії журналіста. Як бачимо, засоби інформації так само поляризовані,

як і решта українського суспільства. В українському медійному просторі безперешкодно працюють журналісти, які використовують шпальти періодичних видань, теле- й радіоефіри, простір інтернету “для руйнування державницького мислення, розмивання духовних цінностей, для морально-психологічного приниження українських патріотів, видатних особистостей, політико-ідеологічного цькування українськості, насаджування психології холопства, малоросійства, меншовартості” [Lyzanchuk / Лизанчук 2015 : 117].

Набирає обертів формування “журналістики скриншоту”, для якої підґрунтям створення повідомлень є інформація, здобута в соцмережах, блогах, коментарях та зафіксована за допомогою скриншотів. Завданням редакторів інтернет-редакцій є моніторинг новинних сайтів, перегляд пошти і відстежування подій, що можуть зацікавити споживачів ресурсу. Аудиторія, на яку розрахована інформація, водночас є її творцем, такий колективний автор не несе жодної відповідальності за розповсюдження неправдивої інформації. Слід визнати, що перевіркою інформації з соціальних мереж на відповідність дійсності досить часто нехтують.

Попри свою інформаційну бідність, неперевірені факти, анонімність матеріалів, такі повідомлення здатні збурити громадськість, змінюють, деформують інформаційну картину світу. Поява серед новин великої кількості коротких матеріалів, розрахованих на побіжне сприйняття, сприяє розростанню і пришвидшенню інформаційних потоків, що є однією з основних тенденцій медіасфери. Нові тенденції вимагають від медіа відповідально ставитися до вивчення своєї аудиторії.

Сайт prtm.ua (11.01.2020) спростовує поширювану ЗМІ інформацію про причину візиту Президента України до Оману: “Президент України Володимир Зеленський не міг зустрічатися з султаном Кабус бін Саїдом в Омані, адже султан був при смерті, бо дуже довгий час хворів на рак”, на підтвердження наводить слова народного депутата М. Величковича: “Ясно, що коли монарх був при смерті, а він хворів давно, оманська сторона навіть теоретично не могла планувати візити закордонних лідерів. У брехні короткі ноги. Брехнею світ обійдеш, але назад не повернешся. Банкова з Оманом

забрехала”». Кваліфікований журналіст, як і будь-який інший учасник інформаційних процесів, повинен знати: інформацію після її сприйняття й особливо перед її поширенням варто ретельно перевіряти, дотримання такої вимоги в умовах інформаційної війни є обов’язковим.

У звіті Human Rights Watch за 2019 рік (доповідь виголошено в Організації Об’єднаних Націй) зазначено, що в Україні серед сфер діяльності найбільше порушень зафіксовано в журналістській роботі: середовище для ЗМІ залишалося небезпечним, права журналістів порушували. “Журналісти отримують погрози, відчувають перепони в роботі, інколи з боку органів влади. Зокрема має місце пошкодження їхньої техніки, обмежується доступ журналістів на офіційні заходи” – йдеться в доповіді Human Rights Watch (16.01.2020). Зафіксовано щонайменше 11 випадків побиття журналістів, одного журналіста вбили (Вадим Комаров помер унаслідок травми голови після жорстокого побиття невідомими особами). Переважна безкарність підживлює зростання насильства проти журналістів. Дослідниця І. Підкуркова доходить закономірного висновку: “Фізичні напади на журналістів, свавільні затримання і залякування, викрадення, нарешті, вбивства журналістів та працівників ЗМІ – усе це не тільки не сприяє утвердженню принципів свободи преси, а й створює психологічний тиск на працівників вітчизняних мас-медіа, наслідком якого стало помітне зниження критичної спрямованості матеріалів. А це призводить до падіння довіри до ЗМІ у суспільстві” [Pidkurkova / Підкуркова 2019 : 144].

Аналіз матеріалів, що поширюються в інформаційному просторі України, дає змогу говорити про стійку тенденцію пропагування нетерпимості до керівних органів держави, формування агресивного, руйнівного образу влади. Політики використовують потужні можливості для маніпуляції громадською думкою за допомогою засобів масової інформації, інформаційного продукту. Спостерігаємо емоційне перенасичення тексту – велика кількість образних засобів підміняє фактичний матеріал. Водночас критика на сторінках більшості регіональних видань, в ефірі муніципальних каналів

не спрямована на дії місцевої влади і місцевого великого бізнесу. У цьому дискурсі активно експлуатується ідея “кола своїх”, простежується формування когнітивно-лінгвістичної опозиції “свої – чужі”. Це свідоме порушення п. 2 Кодексу етики журналіста (Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста) [Kodeks].

Нагадаємо, що Кодекс етики українського журналіста ухвалений ще 2002 року з’їздом журналістів-підписантів, останні зміни внесені 2013 року. Кодекс затверджено 12 грудня 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України (НСЖУ) та місяцем раніше – рішенням Комітету Незалежної медіа-профспілки України (НМПУ).

“Залежно від інтерпретації реального факту, яка неминуха під час перетворення факту на новину, журналіст може опинитися на позиції “своєї правди”, “іншої правди”, “чужої правди” і навіть “ворожої правди”, – наголошує І. Михайлин [Mykhailyn / Михайлин 2008 : 80]. Однак сказане не слугує виправданням. Часто свободою слова прикриваються ті, хто трактує її на власний розсуд, як сваволлю чи розгнuzданість, хто в професійній діяльності керується гаслом “Інформація – це товар, товар – це гроші, а гроші не пахнуть”, таке аморальне використання інформаційного простору “виявляється у формах і методах маніпулювання свідомістю, цілеспрямованій брехні, джінсуванні” [Lyzanchuk / Лизанчук 2015 : 114].

Системне осмислення діяльності ЗМІ в Україні відкриває способи промовляння мізків громадян, про які написано в інтелектуальній праці Н. Хомського “Десять стратегій маніпуляцій у ЗМІ” [Khomskyi]: “відволікати увагу на другорядне” (важлива інформація тоне в потоці дріб’язкового характеру), “самим створювати проблему і самим заходитися її вирішувати” (створити проблему з нічого), “привчати до негараздів поступово” (стратегія поступовості), “відтермінувати виконання і подарувати надію” (стратегія відкладання), “звертатися до суспільства, як до дітей” (інфантилізація народу; ЗМІ використовують заступницький тон, адже вони “знають” більше, ніж решта громадян), “породжувати емоції, але перешкоджати думкам”, “тримати в неутті й культивувати сірість” (якщо висловитися в грубій формі, це стратегія

дебілізації населення), “захоплюватися посередністю” (просування моди на посередність), “підсилювати відчуття власної провини” (культивувати почуття провини), “знати про людей більше, ніж вони самі про себе знають”.

Хочемо зупинитися більш детально на другій стратегії – “самим створити проблему і самим заходитися її вирішувати”. Наприклад, повідомлення про утворення в Закарпатській області угорського району спричинилося до тиражування чуток, що ця територія України відійде Угорщині; звісно, прийняття таких суспільно важливих рішень потребує попереднього роз’яснення, чому відповідно до Концепції реформи місцевого самоврядування та адміністративно-територіальної організації влади об’єднання Виноградівського району з населенням 120 тисяч та Берегівського з населенням 50 тисяч (в останньому за переписом населення 2001 року 76% складають угорці) матиме назву Берегівський з районним центром Берегове, аби не доводилося постфактум давати пояснення очільнику МЗС.

Медіа продукують певні посилки (меседжі) і тиражують їх у суспільній свідомості. Пропаговані ЗМІ ідеї починають стверджуватися в соціумі. Наразі в практиці вітчизняного телебачення спостерігаємо домінування телевізійної події над власне подією, інші канали зв’язку також демонструють свій потенціал у створенні лінгвістичними засобами образу події на етапі, що їй передує, тобто виявляють виняткову вправність у моделюванні події як прецесії самої події.

Загальновідомо, що свобода слова – це демократична цінність, однак далеко не кожен може так володіти мовним ресурсами, щоб не обмежувати право споживача інформаційного продукту усвідомлено зробити свій вибір на користь того чи того джерела. Не випадково в розвинених країнах дійшли розуміння потреби в соціально відповідальній журналістиці й відреагували на цей запит. Свобода вільно висловлювати свої думки передбачає відповідальне ставлення до продукуваної й трансльованої інформації.

Література

1. Власенко Н. Законопроект про дезінформацію – це спроба накинути зашморг на шию ЗМІ. LIVE від 17.01.2020. URL : [zik.ua › news › 2020/01/17 › natasha_vlashchenko_zakonoproiekt_p](http://zik.ua/news/2020/01/17/natasha_vlashchenko_zakonoproiekt_p)
2. Драчук С. Індекс свободи преси у світі: Україна погіршила показники, хоча піднялася в рейтингу. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/rsf-indeks-svobody-presy-ukrajina/30568625.html>
3. Кодекс етики українського журналіста. URL : <http://nsju.org/page/196>
4. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420 с.
5. Михайлин І. Л. Журналістика як Всесвіт: Вибрані медіадослідження. Харків : Прапор, 2008. 511 с.
6. Підкуркова І. В. Рівень свободи преси як показник розвиненості демократії. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*. 2019. № 2 (41). С. 142–151.
7. Хомський Н. 10 способів маніпулювання масами. Artefact. URL : <http://artefact.live/?p=1289>.
8. Covid і велика брехня – міфи про хворобу, якій пів року. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/fake-pro-koronavirus/30659761.html>
9. The World Press_Freedom_Index. URL : <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index>.

Referenses

1. Vlashchenko N. Zakonoproiekt pro dezinformatsiiu – tse sprobа nakynuty zashmorh na shyiі ZMI. LIVE vid 17.01.2020. URL : [zik.ua › news › 2020/01/17 › natasha_vlashchenko_zakonoproiekt_p](http://zik.ua/news/2020/01/17/natasha_vlashchenko_zakonoproiekt_p)
2. Drachuk S. Indeks svobody presy u sviti: Ukraina pohirshyla pokaznyky, khocha pidnialasia v reitynhu. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/rsf-indeks-svobody-presy-ukrajina/30568625.html>
3. Kodeks etyky ukrainskoho zhurnalista. URL : <http://nsju.org/page/196>
4. Lyzanchuk V. Psykholohiia mas-media : pidruchnyk. Lviv : LNU imeni Ivana Franka, 2015. 420 s.
5. Mykhailyn I. L. Zhurnalistyka yak Vsesvit: Vybrani mediadoslidzhennia. Kharkiv : Prapor, 2008. 511 s.
6. Pidkurkova I. V. Riven svobody presy yak pokaznyk rozvynenosti demokratiі. *Visnyk Natsionalnoho yurydychnoho universytetu imeni Yaroslava Mudroho*. 2019. N 2 (41). S. 142–151.
7. Khomskiy N. 10 sposobiv manipuliuvannia masamy. Artefact. URL : <http://artefact.live/?p=1289>.
8. Covid i velyka brekhnia – mify pro khvorobu, yakii piv roku. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/fake-pro-koronavirus/30659761.html>
9. The World Press_Freedom_Index. URL : <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index>

Стаття надійшла до редакції 16.07.2020 р.

Прийнята до друку 22.10.2020 р.