

**Юлія Юхимова,**  
студентка напряму «журналістика»  
НУ «Львівська політехніка»  
**Зоряна Галаджун,**  
канд. н. з соц. ком., доц.,  
доцент кафедри ЖЗМК

## **ОСНОВНІ МЕТОДИ ПРОПАГАНДИ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ КАНАЛАХ (НА ПРИКЛАДІ «5 КАНАЛ» ТА «1+1»)**

Актуальність досліджень щодо пропаганди, багатогранність форм і методів цієї роботи в науковому і практичному планах визначається тим, що зараз Україна зіткнулась з проблемою інформаційної війни, яка потребує врегулювання та протидії. Пропаганда виступає ефективним способом дезінформації в інформаційному просторі ЗМІ. Сьогодні інформація добирає матеріальну форму і володіння нею стає дуже потрібним.

Постановка проблеми: Проблема поширення пропаганди на українських телевізійних каналах, які дезінформують аудиторію та створюють ворожу ситуацію в державі є досить поширеною в умовах реальної та інформаційної війни.

Метою дослідження є аналіз основних методів пропаганди на українських телевізійних каналах.

Для реалізації мети дослідження необхідно реалізувати наступні завдання, а саме ознайомившись із з особливостями введення інформаційної війни, визначити вплив пропаганди та виокремити методи пропаганди на українських телевізійних каналах.

Пропаганда користується популярністю ледь не в кожному куточку світу. А зараз, на межі інформаційної війни у нашій державі цього терміну не уникнути. Більшість ЗМІ пропагують інформацію, яка вигідна саме для їхньої політики. Безумовно, це не свідчить, що кожен засіб комунікації поширює виключно неправду. Але, тим не менше, пропаганда існує, і це очевидно. Щоб довести це, потрібно лише детальніше розглядати усі аспекти інформації, яку отримуємо [5, с. 43].

Щоб переконатися у тому, що українські ЗМІ вдало використовують методи та види пропаганди, ми обрали два телевізійних канали і детально їх дослідили, а саме: «5 канал» та «1+1».

Загальновідомим є те, що пропагандисти не лише показують неправду, але й ще не показують, те чого нам не потрібно знати та бачити, саме за допомогою методу замовчування фактів [7, с. 25] «5 канал» відкриває себе із нової і абсолютно не «прозорої» сторони. Таку ситуацію можна помітити в репортажі цього телеканалу на одній із сесій Верховної Ради (3 грудня 2018 року). Виходить Олег Ляшко і розповідає про Петра Порошенка: «Колеги, ви бачите коло президента суфлерів?! Тобто президент, який вводить воєнний стан в Україні не може без суфлера це оголосити. Більше того, коли я дивився оголошення Порошенка про те, як він вводить воєнний стан – у нього було таке задоволене обличчя, наче він вагон канфет рошен продав, а не...» – і тут одразу обірвалося транслявання сесії журналісткою, яка безперервно під час розмови Ляшка щось розповідає, можна назвати «переливає із пустого в порожнє». Одразу після завершення промови радикала на телеканалі повернулися до обговорення воєнного стану у сесійній залі. Та це ще не все. Пряма трансляція була перервана ще й під час виступу українського політика Юлії Тимошенко.

Ні для кого не є секретом те, що Петро Порошенко має зв'язки із даним телеканалом. І це свідчить, що політика «5 каналу» приховує непотрібну інформацію, ту інформацію, яка може якимось чином вплинути на репутацію президента. І це не вперше, чи востаннє. Схожа ситуація відбулася також у сесійній залі 12 грудня. Також виступ Юлії Тимошенко був перерваний на термінову інформацію про дорожньо-транспортну аварію, яка начебто пізніше поданою не може бути.

Приховування небажаної інформації – не єдиний метод пропаганди на «5 каналі». Також цей канал активно фальсифікує інформацію. Це видно у випуску за червень 2018 року.

«5 канал» використовує метод «банальної» напівправди й інсинуації – надання хибної аргументації фактам, маніпулювання ними всередині матеріалу, а в деяких випадках неадекватність фактів та аргументів висновкам [7, с. 90]. Такий метод чітко виражений у програмі «Рандеву», де у гостях був Микола Вересень (28 липня 2018). Адже журналіст вводить в оману аудиторію, подаючи інформацію, яку неможливо зрозуміти. Микола Вересень розповідає про осінь 2018 року як про минулу подію. Хоча на той час було ще літо, мови про те, що президент зробив цієї осені дуже багато для народу і близько не може бути: «Потрібно бути більш-менш об'єктивним і зрозуміти усім, що як і весні цього року так і осені було зроблено багато ремонтних доріг. І ці роботи йдуть ще, просто про них чомусь ніхто не знає». Можливо журналіст заговорився, можливо забув, яка зараз пора. Але з

ним сиділа ведуча програми Яніна Соколова, яка повинна була виправити помилку гостя. Проте цього не сталося, тому що ця інформація піднімає рейтинги і непомітно маніпулює людьми, що сидять перед екранами телевізорів і мовчки «їдять».

У програмі «ТСН Тиждень» за 20 травня 2018 року можемо спостерігати метод пропаганди, який називається навішування ярликів. Метод навішування ярликів – це коли автор у матеріалі подає інформацію негативного змісту, створює їй негативний образ, розвиває у глядача критичне сприйняття дій влади. Відтак, у масового глядача це викликає негативні асоціації, породжує певні стереотипи. На приклад, журналістка Наталія Мазур заявила: «Проект, який хотіли здійснити Гітлер і Шпеєр – головний архітектор Рейху, а здійснив його Путін. Так хвалилися цього тижня російські телепропагандисти, чим насмішили світ». Тільки не зрозуміло, чим ці, начебто телепропагандисти насмішили усіх. Хотілося нам цього чи ні, але Путін все ж таки збудував цей міст і це стало великим досягненням саме для Росії. Всупереч наявного, даний телеканал намагається довести, що це дуже погана подія, з якої сміються усі. Чому б і нам не посміятися разом? Та далі в сюжеті можна виокремити метод хибної аргументації (це коли автор маніпулює фактами всередині тексту), де журналістка каже: «На зло інженерному праву, всупереч насторогам, незважаючи на фінансові витрати і наплювавши на все живе в Азовських водах цей міст став загрозою цілого регіону, і зараз поясню чому». І в цей момент, використовуючи дуже якісну графіку, де дуже яскраво демонструють глядачу, як колись все живе плавало у воді, а тепер не зможе, та те, як це негативно вплине на економіку: «Раніше нею спокійно плавали риби, дельфіни, змішувалися рясніші азовські та чорноморські води. Тепер фактично на горлі Азовського моря з'явився зашмар у вигляді великого мосту...Адже дуже скоро через кримський міст течія у протоці послабиться. Азовське море почне опріснюватися і може взагалі перетворитися на Чорноморську затоку, що знищить багато живих організмів».

Підсумовуючи, необхідно відзначити, що українські ЗМІ, а саме «5 канал» та «1+1» активно використовують пропаганду. На телеканалі «5 канал» часто зустрічали політичну пропаганду. Методами пропаганди, які найчастіше користується «5 канал» є: метод замовчування фактів, тобто приховування небажаної інформації, метод «банальної» напівправди й інсинуації – надання хибної аргументації фактам, маніпулювання ними всередині матеріалу, а в деяких випадках неадекватність фактів та аргументів висновкам.

Телеканал «1+1» пропагує методи: метод навішування ярликів – це коли автор у матеріалі подає інформацію негативного змісту про владу, створює їй негативний образ, розвиває у глядача критичне сприйняття дій влади, метод хибної аргументації – маніпулювання ними всередині матеріалу, а в деяких випадках неадекватність фактів та аргументів висновкам метод фальсифікації інформації, тобто вчинене з корисливих мотивів, підроблення чогось, зміна вигляду або ж властивостей предмету і надання йому такого зовнішнього вигляду, що не відповідає його справжній суті.

Факти, які використані у пропаганді можуть бути правдивими, або ж ні. У даному випадку всі факти, які розглядалися нами у дослідженні – вигадані. Для того, щоб переконатися у неточності інформації, ми підключали декілька джерел із українських ЗМІ. Ми вияснили, що для самого пропагандиста «факти» виступають як будівничий матеріал, який не має ніякої самостійної цінності. Усі види фактів можуть бути об'єднаними в одну загальну картину завдяки повтору.

### Література

1. Гітіл В. С., Гришин Е. О., Киричок П. П., Мельників. М. В., Нісонський
2. Гитлер А. *Моя боротьба* – [БМ], 1996
3. П. Г., Потоцький Г. К. *Івано-Франківський педагогічний інститут / Тези доповідей звітно-наукової конференції кафедр інституту.* - Івано-Франківськ, 1996
4. *Короткий політологічний словник / За ред. С. Г. Рябова, З. І. Тимошенко.* – К.: РОВО «Укрвузполіграф», 1991.
5. *Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Георгій Почепцов.* – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015.
6. *Семен Н. Ф. Висвітлення інформації про події на Сході України російськими Інтернет-ресурсами ( на прикладі матеріалів російських сайтів «Российский Диалог» і «Правда. Ру»,* – Львів, 2016.
7. *Сороченко В.І. Энциклопедия методов пропаганды / (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама),*- 2002 р.
8. *Черкасов В. Ф., Савченко Н. С., Грозан С.В., Сметанова Є. Р. та ін. Наукові записки / Міністерство освіти і науки України/ Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка.* – Кіровоград, 2013.-Вип.123, Том 1.