

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 46; 67–75 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.46.10032>

УДК 316.77 : 004.624

ПРОГНОЗИ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ ТА МІРИЛО ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ РЕДАКЦІЙ

Артем Захарченко

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 02000, Київ, Україна

e-mail: artem.zakh@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3877-8403>

Олексій Півторак, Олена Воронова

Центр контент-аналізу

вул. Велика Васильківська, 30-в, оф.1, 01004, Київ, Україна

e-mail: info@ukrcontent.com

У цій статті ми з'ясували, наскільки правдивими є річні прогнози, що оприлюднюються в українських медіа наприкінці календарного року. На прикладі прогнозів на 2017 і 2018 роки ми показали, що якість прогнозів значно варіюється, і в цілому ця тема дає можливість для масштабних медіа-маніпуляцій.

Ключові слова: прогнози, точність подачі інформації, якість журналістики, критичне мислення.

Вступ. Гібридна війна, в умовах якої опинилася Україна, включає чимало чинників впливу, зокрема, інформаційних. В загальних рисах ці чинники описують як боротьбу стратегічних наративів: добре розробленого російського та поки що не надто кристалізованого українського [1]. За свідченням В. Коростеліної [2], структура національного наративу передбачає судження як про минуле, так і про сучасне та майбутнє певної нації. А отже, природним було би намагання агресора вплинути не тільки на бачення українцями їх історії або поточних новин, але і на образи майбутнього.

Прогнози майбутнього, що публікуються в українських медіа, можуть бути поділені на поточні – що, як правило, формулюються після певних важливих для суспільства подій, або ж у контексті підготовки до загальнонаціональних виборів, – а також на регулярні, що найчастіше озвучуються наприкінці календарного року. Саме цей період «концентрованої» артикуляції картин майбутнього і може бути найбільш вразливим для зовнішнього впливу, що й обумовлює **актуальність нашого дослідження.**

За його **мету** ми обрали з'ясування закономірностей появи річних прогнозів, які з'являються в українських медіа, а також перевірки їх правдивості і виявлення чинників, що на неї впливають. Відтак, нашим **об'єктом дослідження** стала сукупність медіа-повідомлень, що з'явилися в українських медіа у грудні 2016 та 2017 років, і, відповідно, містили прогнози на 2017 та 2018 роки. **Предметом дослідження** є джерела, особливості формулювання та правдивість зазначених прогнозів.

Ця тема є малодослідженою не тільки в українській, але і у світовій науці. В базі пошуку Нью-Йоркського університету, що є одним із найповніших у світі зібрань авторитетних наукових видань, нам вдалося відшукати лише одне дослідження, присвячене точності прогнозів у медіа. 1983 року американські дослідники [3] зазначали, що цей термін не надто придатний для оцінки прогнозу, оскільки вони меншою мірою залежать від збору фактів, однак наполягають, що прогнози, як і інші аналітичні жанри, мають базуватися на точних фактах. Вчені наводять цитати розмови з головним редактором Newsweek, який запевняє, що в газеті «не використовують для прогнозів кришталеву кулю», і ретельно зважують всі дані перед оприлюдненням прогнозів. На той час у двох досліджених американських журналах вчені виявили 69,7% коректних або частково коректних прогнозів, і тільки 30,3% – некоректних. За їх словами, відсоток помилок у прогнозах співмірний з таким відсотком у звичайних публікаціях.

Таким чином, дослідники спростовують заяву радянського журналіста Алексея Бурмістенка, який стверджував, що американські ЗМІ сповнені «величезної кількості некоректних прогнозів» – це і було метою їх статті.

Що ж до робіт, присвячених точності в цілому, то таких досліджень набагато більше. Але оскільки вони не стосуються напряму теми нашого дослідження, то процитуємо лише декілька з них, що є найбільш релевантними серед досліджень останніх років.

Так, В. Іванов відзначає, що в умовах онлайн-медіа часто підставою для публікації неперевіреної, а отже, часто, неточної інформації стає бажання подати першим гучний факт. «При цьому часто такі спроби підвищити свій авторитет призводять до протилежних наслідків» [4]. Точність у висвітленні релігійної тематики вивчає І. Скленар [5]. Г. Сарміна вважає достовірність фактів ключовою ознакою «якості» медіа в цифрову епоху, оскільки багато інших критеріїв «якісних» видань частково втратили актуальність [6].

Методика дослідження. Пошук повідомлень в українських медіа ми здійснювали за допомогою комерційної автоматизованої моніторингової системи «Медіатека». Він здійснювався у два етапи. Спершу було знайдено всі повідомлення, в яких слова «прогноз», «прогнозувати», «очікувати», «передбачати» тощо у всіх можливих граматичних формах, російською та українською мовами, стояли на відстані не більше 15 слів від номеру року – відповідно, 2017 та 2018, або фрази «наступний рік» у всіх можливих граматичних формах обома мовами. На основі цієї першої вибірки ми знаходили теми, щодо яких у медіа оприлюднювалися прогнози, і потім для кожної теми формували окремий пошуковий запит і вже за ним знаходили всі повідомлення, що містять відповідний прогноз. Не враховувалися публікації, в яких замість прогнозів були просто висловлення намірів або обіцянки.

Хронологічні рамки дослідження – два періоди 1-28 грудня 2016 та 2017 років, у яких висловлювалися прогнози, відповідно, на 2017 та 2018 рік. Кодування теми,

джерела та характеристик прогнозу здійснювалося двома фаховими кодувальниками Центру контент-аналізу, перевірка правдивості прогнозів – фахівцем компанії з факт-чекінгу.

Визначення кількості контактів повідомлення з аудиторією відбувалося на основі внутрішніх методик Центру контент-аналізу [7], що враховують дані публічних метрик відвідуваності інтернет-медіа, накладів газет, а також даних про кількість глядачів телепрограм відповідно до доступних досліджень телевізійної панелі.

Результати і обговорення. У першій вибірці було знайдено 480, а у другій – 334 медіа-повідомлення у вибірці ТОП-100 українських інтернет-медіа, в ефірах центральних телеканалів, радіо та у пресі (принципи побудови вибірки також описано у [7]). При цьому ми бачимо кардинально відмінну частку контактів з аудиторією правдивих і неправдивих прогнозів: якщо наприкінці 2016 року лише 26% читачів і глядачів контактували з прогнозом, що потім не справдився, то у грудні 2017 року таких контактів було 64% (Рис. 1).



Рис. 1. Правдивість річних прогнозів в українських медіа (кількість контактів з аудиторією повідомлень)

Надзвичайне падіння якості прогнозів, втім, стосувалося не всіх тем. Змінилася в цілому тематика прогнозів. Якщо 2016 року медіа найбільше хвилював курс гривні і внутрішня політика (Рис. 2),

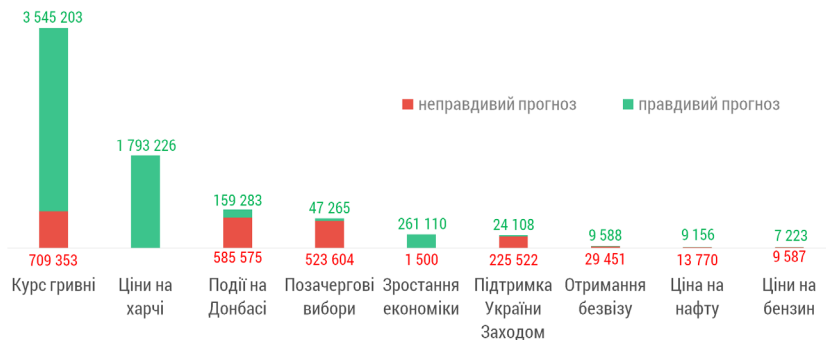


Рис. 2. Правдивість прогнозів на 2017 рік за темами (кількість контактів з аудиторією повідомлень)

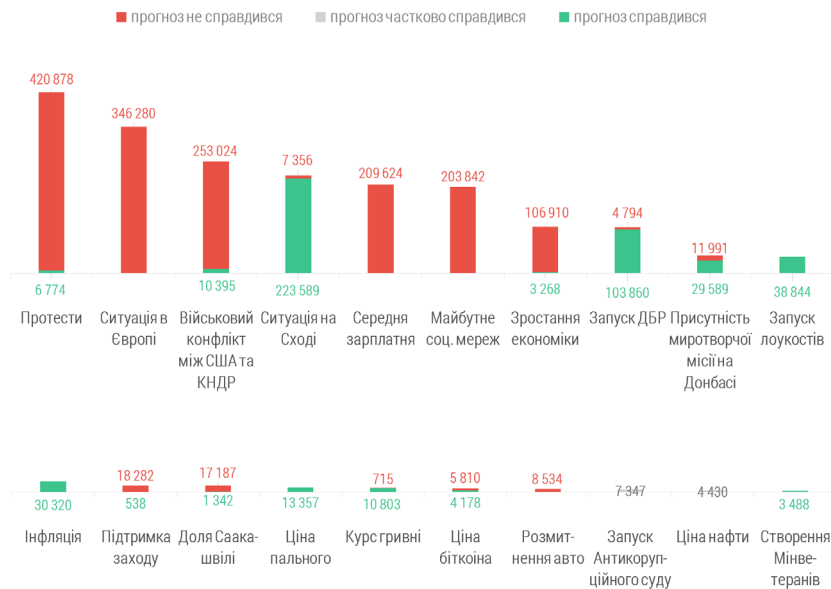


Рис. 3. Правдивість прогнозів на 2018 рік за темами (кількість контактів з аудиторією повідомлень)

і саме їх стосувалися найбільша кількість помилкових прогнозів, то 2017 найбільшою була увага медіа до міжнародних тем, у яких майже всі прогнози виявилися помилковими (Рис. 3). Причини таких розбіжностей ми можемо з'ясувати, розглянувши детально авторство, місце публікації й аргументацію прогнозів.

Перша дуже важлива обставина – це тональність неправдивих прогнозів. У 2016 та 2017 роках більшість помилкових прогнозів були негативними, тобто передбачали сценарій, за якого українцям жилося би гірше, аніж виявилось насправді. Як наслідок, обидва роки виявилися набагато спокійнішими, аніж ми могли очікувати на основі озвучених прогнозів.

Другий фактор – це теми і аргументація прогнозів. З наближенням 2017 р. найбільше припущень стосувалося внутрішніх політичних і економічних реалій. А от їх аргументація базувалася на зовнішньополітичних обставинах. У прогнозах, що не справдилися, аналітики найчастіше посилалися на два фактори. Перший – перемога Дональда Трампа на виборах у США, що мала, на думку експертів, кардинально змінити геополітику, у тому числі вплинути на надання безвізу для України, ситуацію на Донбасі і навіть на ціни на нафту. Другий – це політична турбулентність в Україні, ознаки якої були помітними вже наприкінці 2016 року. Дійсно, Трамп став потужним фактором непередбачуваності, далеко не завжди відповідаючи очікуванням як скептиків, так і оптимістів. Проте далеко не всі помилки прогнозів можна «списати» на нього. Так, частина аналітиків помилялися в прогнозах курсу долара, зростання економіки (називаючи завищені цифри), цін на бензин (передрікаючи занижені значення), і навіть імовірності дострокових виборів (більшість експертів стверджували, що вони відбудуться).

Навпаки, 2017 року найбільше контактів з аудиторією мали прогнози, що стосувалися зовнішнього світу: геополітики та світової економіки. Майже всі вони були песимістичними і, водночас, помилковими. Так, експерти очікували: зростання суперечностей в Європі, аж до остаточного розвалу ЄС, ядерних ударів між США та КНДР, зупинки Facebook через масив фейків, шаленого зростання, або, навпаки, шаленого знецінення біткоїну, і у внутрішній політиці України – суттєвого зростання кількості та масштабів масових протестів, а також ув'язнення Міхеїла Саакашвілі.

По-третє, важливим є авторство прогнозів. Серед експертів, чий передбачення отримали найвищу увагу медіа, в обидва роки найбільше було чиновників та міжнародних аналітиків: вочевидь, ЗМІ вважали їх вислови найбільш авторитетними і вартими цитування. Водночас, вітчизняні експерти-економісти та політологи цитувалися слабше. Але при цьому передбачення закордонних експертів в обидва досліджуваних роки були переважно помилковими і песимістичними, а от з прогнозами чиновників – все неоднозначно. Їх пророцтва на 2017 рік часто були помилковими, а на 2018 – навпаки, прогнози уряду та Нацбанку виявилися несподівано близькими до правди, окрім окремих зразків урядової бравади, скажімо, висловлювань віце-прем'єр-міністра С. Кубіва щодо 6-8% зростання ВВП.

Якщо розглянути детальніше прогнози з-за кордону, то побачимо, що в більшості випадків в інформаційному просторі доступні як песимістичні, так і оптимістичні прогнози, і їх автори при цьому бували однаково авторитетні: скажімо, МВФ та SaхоBank. Але українські медіа частіше обирали для поширення найбільш несприятливі версії майбутнього. Така селективність може бути пояснена двома факторами. З одного боку, серед редакторів побутує переконання, що негативна інформація буде поширюватися краще. З іншого ж боку, опозиційні медіа, особливо проросійські, які послідовно формують у читачів песимістичну картину світу, можуть навмисно знаходити і поширювати найбільш занепадницькі прогнози. Більше того, ми виявили неодноразові викривлення позицій експертів, які у своїх роботах озвучували негативні сценарії лише у якості можливих ризиків, найнебезпечніших версій майбутнього. Однак вітчизняні ЗМІ подавали їх слова, як чіткі прогнози.

При цьому, зважаючи на закономірності поширення інформації в мережі, часто достатньо лише одному медіа опублікувати викривлений и просто негативний прогноз, як уже багато інших видань передрукують його просто тому, що він уже потрапив в український медіапростір, а отже, є доступний і не потребує пошуку чи перекладу.

По-четверте, важливою є однозначність прогнозів. Якщо у прогнозах на 2017 рік у більшості тем від різних експертів і політиків звучали як правдиві, так і неправдиві версії, то очкування від 2018 року були в більшості тем однозначні. Цікавий феномен створив у цьому контексті фінансовий аналітик Олександр Охріменко, який для більшості видань прогнозував помірне послаблення гривні, але для газети «Вести», що, за даними українських силовиків, входить до холдингу колишнього міністра часів В. Януковича О. Клименка, зробив єдиний свій помилковий прогноз про «курс долара за 30». Невідомо, чи газета викривила його слова, чи навмисно для цього видання експерт погіршив прогноз, можливо, навіть не безкоштовно.

По-п'яте, невід'ємним критерієм якості прогнозів є наявність у них сумнівів, усвідомлення експертом того, що озвучені ним очікування можуть не справдитися, і умов, за яких це може статися. Таке критичне мислення аналітиків мало би бути

визначальним для медіа при ухваленні рішення про публікацію прогнозів. Однак в реальності ми бачимо протилежне: часто ЗМІ викидають аргументацію, публікуючи тільки сам прогноз. Ну і в цілому зазначимо, що сумнівні або обмежені прогнози найчастіше висловлюються закордонними аналітиками, а найрідше – українськими чиновниками.

По-шосте, ми маємо врахувати репутацію і заангажованість медіа та експертів. Перелік видань, які найбільше долучилися до поширення неточних припущень, у цілому був очікуваним: до нього потрапили, перш за все, медіа, які ми відносимо [7] до категорій проросійських видань або близьких до «старої опозиції» а також ЗМІ зі слабкою репутацією (рис. 4). Помилкові прогнози чиновників найчастіше «розганялися» медіа, близькими до влади.

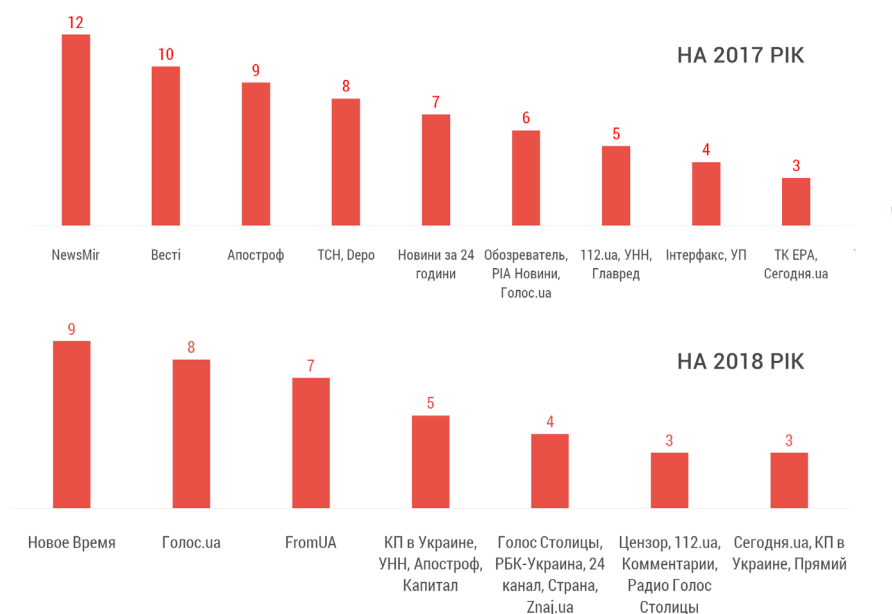


Рис. 4. ТОП медіа, що публікували неправдиві прогнози (кількість контактів з аудиторією повідомлень)

Така ж ситуація – і з авторством прогнозів. Хоча серед помилкових передбачень чимало таких, що висловлені аналітиками з бездоганною репутацією, є і протилежні випадки. Наприклад, запевнення секретаря Ради національної безпеки та оборони Олександра Турчинова, що 2017 рік мав би стати переломним для війни на Сході України, не справдилися і мають ознаки популізму. Дострокові вибори пророкували, перш за все, ті політологи, яких вважають близькими до опозиційних сил, що і добивалися в той час проведення таких виборів.

Висновки. У складному сучасному суспільстві прогнози стають дедалі складнішим завданням. На майбутнє впливає дедалі більше факторів, часто – з-поза меж сфери, яка традиційно визначає результати певних процесів: такі фактори услід за популяризатором науки Н. Талемом [8] часто називають «чорними лебедями». Для

прикладу, на сировинні або фондові ринки впливають політичні потрясіння, а на політику, у свою чергу, технології.

Однак увага медіа до прогнозування лишається високою, зокрема, щороку у грудні, коли експерти проводять спеціальні прес-конференції, розсилають прес-релізи з прогнозами на наступний рік, а у західних медіа з'являються передбачення від світових дослідницьких компаній та міжнародних організацій.

У цих умовах, як бачимо, відкриваються широкі можливості для маніпуляцій. При цьому, зважаючи на те, які суспільні проблеми є більш актуальними та невизначеними, саме щодо них і відбуваються маніпуляції. Адже медіа некритично ставляться до інформації, особливо якщо вона походить з джерел, які виглядають авторитетними. І в підсумку, якість прогнозів варіюється залежно від стабільності політичної та економічної ситуації у світі та в Україні, а також від наявності у політичних гравців викривлювати бачення майбутнього. Приклади маніпуляцій ми бачимо як з боку влади (перш за все, урядових спікерів), так і з боку опозиційних сил, зокрема, проросійської опозиції і близьких до них медіа. При цьому поширенню таких маніпуляцій сприяють як некритичне ставлення медіа до джерел інформації, так і їх тягіння до сенсаційності та спрощення.

Для того, щоб уникнути публікації неправдивих прогнозів, медіа-редакціям варто врахувати такі поради:

- Не повторювати за іншими виданнями перекладені західні прогнози, а самостійно читати англomовні медіа і обирати найбільш вірогідні передбачення з першоджерел.
- Намагатися самостійно аналізувати прогнози, шукати альтернативні думки, порівнювати прогнози кількох експертів з теми.
- Беручи коментар у експерта, добиватися аргументації замість необґрунтованого пророкування.
- Цікавитися попередніми висловлюваннями аналітиків, зокрема, обвинуваченнями на його адресу щодо зв'язку з певними політичними чи бізнесовими силами, враховувати цю інформацію при порівнянні прогнозів.
- Звертати увагу на справдження прогнозів аналітика, висловлених ним минулого року.
- Звертати увагу на ознаки критичного мислення у експерта. Якщо він, даючи прогноз, припускає його неоднозначність і описує ситуацію, в якій результат буде протилежним, він більше вартий довіри, ніж безапеляційний коментатор.
- Зважаючи на те, що економічна та політична ситуації у світі й в Україні лишаються нестабільними, ставити під сумнів будь-який прогноз.

У якості поширюваних прогнозів мають бути зацікавлені не лише «якісні» видання, але і інші медіа, що цінують свою репутацію, і є не лише ретрансляторами чужих думок, а мають на меті доносити до своїх читачів дійсно цінну для них інформацію.

В майбутніх дослідженнях з цієї теми варто звернути більшу увагу на аргументацію зазначених прогнозів, провести дискурс-аналіз, що виявить організаційну структуру прогнозування в Україні, а також описати інформаційні потоки, якими ці прогнози поширюються.

REFERENCES

1. Horbulin V. The world hybrid war: ukrainian forefront / V. Horbulin. Folio, 2017. 159 p.
2. Korostelina K. V. Constructing the narratives of identity and power: self-imagination in a young ukrainian nation / K. V. Korostelina. Lanham : Lexington Books, 2014. 260 p.
3. Singletary M. W. How accurate are news magazines' forecasts? / M. W. Singletary, R. Boland, W. Izzard, T. Rosser // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1983. Vol. 60, No. 2. P. 342–344.
4. Іванов В. Ф. Вимоги до роботи з фактами та джерелами інформації в мас-медіа / В. Ф. Іванов // *Інформаційне суспільство*. 2015. No. 22. P. 17–20.
5. Скленар І. Сенсаційність чи правдивість і точність в інформаційних та аналітичних матеріалах (за публікаціями преси та інтернет-видань) / І. Скленар // *Український інформаційний простір*. 2017. No. 2. P. 176–188.
6. Сарміна Г. Проблема якісної журналістики періоду дигітальної ери масової комунікації / Г. Сарміна // *Діалог: Медіастудії*. 2017. No. 23. P. 48–69.
7. Захарченко А. Як ми вас досліджуємо: методика і вибірки центру контент-аналізу / А. Захарченко. 2018. URL: <http://ukrcontent.com/blog/yak-mi-vas-doslidzhuemo-metodiki-i-vibirki-centru-kontent-analizu.html>
8. Талєб Н. Н. Чорний лебідь: про (не)ймовірне в реальному житті / Н. Н. Талєб. Київ : Наш формат, 2017. 392 с.

FORECASTS IN THE UKRAINIAN MEDIA AS MANIPULATION LEVERAGE AND A MEASURE OF EDITORIAL RESPONSIBILITY

Artem Zakharchenko

Institute of Journalism Taras Shevchenko National University of Kyiv

Yuriia Illienka str., 36/1, 02000, Kyiv, Ukraine

e-mail: artem.zakh@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3877-8403>

Oleksii Pivtorak, Olena Voronova

The Content Analysis Center

30-в Velyka Vasylkivska str, #1, 01004, Kyiv, Ukraine

e-mail: info@ukrcontent.com

In this article, we found out how true are the annual forecasts published in the Ukrainian media at the end of the calendar year. Using an example of 2017 and 2018 forecasts, we have shown that the quality of the forecasts varies considerably. In the first case, only 26% of readers and viewers contacted the forecast, which then would not proved, while in the second case there were 64% of such contacts. The forecasts' quality varies greatly depending on the topic. The most wide spreaded mistakes appear in relation to those social problems that are the most relevant and uncertain at that time. Domestic officials and foreign experts are the key and the most reliable authors of the forecasts for the Ukrainian media. Many authors of the forecasts are described in media publications as non-independent actors, engaged to certain political stakeholders.

We found that the forecasts provide an opportunity for large-scale media manipulation. The media is uncritical about the information, especially if it comes from sources that look reputable. In addition, the media deliberately seek out pessimistic forecasts, which appear to be more resonant. As a result, the quality of the forecasts varies depending on the stability of the political and economic situation in the world and in Ukraine, as well as on desire of political players to distort the vision of the future. Indicators of manipulation we see in the forecast messages of the authority (primarily government speakers) as well as in the statements of the opposition, including the pro-Russian opposition with it's dependent media. At the same time, the spread of such manipulations is facilitated by the uncritical attitude of the media to the sources of information, and their attraction to sensation and simplification. At the end of the article, we provide some tips on what should journalists do to prevent publishing false forecasts in their media.

Key words: forecasts, media accuracy, media quality, critical thinking.