

УДК 007:304:004.9

В. В. Шилова

## ТЕЛЕВІЗІЙНІ НОВИНИ: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ ПІД ЧАС АНТИТЕРОРИСТИЧНОЇ ОПЕРАЦІЇ 2014 РОКУ В УКРАЇНІ

**Методологія дослідження.** Для реалізації мети застосовано такі методи дослідження: гіпотетико-дедуктивний і кількісно-якісного аналізу.

**Результати.** Нами було відібрано 6 новинних передач політичного спрямування на 6 рейтингових (за даними GFK Ukraine від 16 лютого 2014 р.) телеканалів України. До переліку відібраних потрапили 108 випусків таких новинних передач (по 18 випусків кожної програми): «Подробности» (ТРК «Інтер»), «ТСН» (ТРК «Студія 1+1»); «Вікна» (ТРК «СТБ»), «Факти» (ТРК «ICTV»); «Репортер» (ТРК «Новий»); «События» (ТРК «Україна»). Під час перегляду перелічених новинних передач фіксували комплекси-дії (комунікаційні технології), які використовували як засоби соціальнокомунікаційних технологій на телебаченні. Підсумовуючи аналіз особливостей використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в згаданих телевізійних новинних передачах у період 28 лютого 2014 р. – 27 червня 2014 р., можна констатувати, що такими особливостями є декілька: вибіркове використання потенціалу деяких телевізійних комунікаційних технологій, що пояснюється специфікою політичних і соціальних процесів, які відбувалися в зазначений період; аудиторія телевізійних новинних програм «Подробности», «ТСН» і «Вікна-новини» досить активно реагувала на висвітлення інформації політичного характеру або такої, що є дотичною до політичних процесів; якість реакцій аудиторії на політичну інформацію свідчить про достатньо високий рівень готовності українських телеглядачів адекватно реагувати на спроби захопити території України й навіязати власний стиль ведення політичних процесів.

**Новизна.** Уперше ідентифіковано особливості використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу під час антитерористичної операції 2014 р. в Україні.

**Практична значущість.** Результати дослідження можуть бути використані для якісної підготовки як телевізійних журналістів, які працюють у студії під час ефіру, так і для тих журналістів, які безпосередньо перебувають у зоні бойових дій, на передовій, у гарячій точці.

**Ключові слова:** комунікаційні технології, соціальний інжиніринг, телевізійні новини, антитерористична операція.

### I. Вступ

Обґрунтуванням нашого дослідження особливостей використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в телевізійних новинних передачах в Україні у період міжнародної інтервенції 2014 р. з боку Росії (від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р.) стали декілька положень:

1. Комунікаційні технології як «комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки суспільства завдяки обміну інформацією» [4], активно використовують у телевізійному ефірі, особливо під час телевізійних новинних передач.

2. Активне використання комунікаційних технологій у телевізійних новинних передачах покликане змінити моделі поведінки суспільства, що відповідає основній меті соціального інжинірингу (ідентифікація моделей соціальної взаємодії, що функціонують, нове моделювання соціальної взаємодії, верифікація нових моделей соціальної взаємодії).

3. Під час подій, що відбулися в Україні, у Києві від 28 лютого 2014 р. (часу, коли з боку Російської Федерації спостерігалася «тиха війна») до 27 червня 2014 р. (часу завершення мирного плану Президента України П. Порошенка) телевізійний ефір заповнений телевізійними новинними передачами. До передач згаданого спрямування ми зараховуємо такі:

1) кожний випуск новин, майже на кожному рейтингову, за версією компанії «GFK Ukraine», телевізійному каналі;

2) майже щовечірній випуск телевізійної програми «Шустер Live» на двох телеканалах (ТРК «Перший національний» та ТРК «24»);

3) чотири рази на тиждень вихід в ефір спецпроекту соціальних розслідувань «Українські сенсації» на телеканалі «Студія 1+1»;

4) спецпроект соціальних розслідувань «Гроші» на телеканалі «Студія 1+1»;

5) телепрограма «Надзвичайні новини» з Костянтином Стогнієм на каналі «Студія 1+1»;

6) ток-шоу «Свобода» з Андрієм Куликовим на каналі «ICTV»;

7) телепрограма «Підсумки» з Миколою Вереснем на каналі «Еспресо.TV»;  
8) відеоблог Віталія Портникова на каналі «Еспресо.TV») та інші телевізійні передачі.  
4. У перелічених телевізійних новинних передачах політичного спрямування в Україні в період міжнародної інтервенції 2014 р. з боку Росії спостерігалася достатня (для фіксації навіть для нефахівця) кількість комунікаційних технологій. Саме в цей період телевізійний варіант інформаційної війни Росії проти України активізувався максимально. У телевізійних передачах в Україні та Росії стали регулярно використовувати різної якості комунікаційні технології. Тому для нас у дослідницькому сенсі цікавим став саме згаданий період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Спираючись на теоретичне обґрунтування нашого дослідження, у його практичній частині ми визначаємо таку мету: ідентифікувати й описати особливості використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в телевізійних новинних передачах політичного спрямування в Україні періоду від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р.

Поставленої мети ми зможемо досягти завдяки системі методів, до якої ми включили такі:

– гіпотетико-дедуктивний, який надав нам змогу сформулювати передбачення й довести його за законами дедукції;

– спостереження, завдяки якому ми мали можливість зосередити увагу й зафіксувати особливості використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в телевізійних новинних передачах в Україні періоду від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р.;

– кількісно-якісного аналізу (зорієнтував нас у кількісних показниках і дав можливість побачити їхню якість, щоб сформулювати уявлення про певні тенденції та закономірності використання комунікаційних технологій у телевізійних новинних програмах в Україні в згаданий період).

Гіпотеза нашого дослідження полягає в передбаченні того, що комунікаційні технології як засоби соціального інжинірингу в телевізійних новинних передачах політичного спрямування в Україні періоду від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р. мають особливості використання.

## III. Результати

*Процедура і хід дослідження* включила в себе ряд положень.

1. Нами було відібрано 6 новинних передач політичного спрямування на 6 рейтингових (за даними GFK Ukraine від 16 лютого 2014 р.) телеканалів України:

- 1) ТРК «Інтер»;
- 2) ТРК «Студія 1+1»;
- 3) ТРК «СТБ»;
- 4) ТРК «ICTV»;
- 5) ТРК «Новий»;
- 6) ТРК «Україна»

2. До відібраних потрапили 108 випусків таких новинних передач:

– новини «Подробности» (ТРК «Інтер») – **18 випусків** (аби уникнути ефекту Пігмаліона, аналізували той випуск новин, який виходив у прайм-тайм (о 20.00) щоп'ятниці від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р.;

– новини «ТСН» (ТРК «Студія 1+1») – **18 випусків** щоп'ятниці в період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р. (ефір о 19.30);

– новини «Вікна» (ТРК «СТБ») – **18 випусків** щоп'ятниці в період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р. (ефір о 22.00);

– новини «Факти» (ТРК «ICTV») – **18 випусків** щоп'ятниці в період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р. (ефір о 18.45);

– новини «Репортер» (ТРК «Новий») – **18 випусків** щоп'ятниці в період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р. (ефір о 19.00 – до 28.02.14; о 18.00 – від 03.04.14);

– новини «События» (ТРК «Україна») – **18 випусків** кожної п'ятниці в період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р. (ефір о 19.00).

3. Під час перегляду перелічених новинних передач ми фіксували комплекси-дії (комунікаційні технології), які використовували як засоби соціальнокомунікаційних технологій на телебаченні.

4. Оскільки соціальний інжиніринг реалізується завдяки трьом процесам (ідентифікації, моделюванню та верифікації), надалі ми виокремили для кожного процесу критерії фіксації.

Усі три процеси соціального інжинірингу аналізували за локалізацією походження та якістю, а саме:

- за контентом (смісловим наповненням);
- за якістю подавання контенту телеведучих;
- за формою подавання контенту;
- за якістю впливу контенту на поведінку аудиторії.

**Ідентифікацію** існуючих моделей поведінки суспільства на телебаченні здійснено за такими критеріями: формальні ознаки; якість подавання контенту телеведучим, кореспондентом, гостем(-ями), героєм(-ями) сюжету; форма подавання контенту телеведучим, кореспондентом, гос-

тем(-ями), героєм(-ями) сюжету; якість одягу телеведучого, кореспондента, гостей, героя(-ів) сюжету; кінесика телеведучого, кореспондента, гостей, героя(-ів) сюжету; якість підбору аудиторії в студії (приміщенні), у якій(-ому) працює телеведучий, кореспондент, герой сюжету; якість «оформлення» студії (приміщення), у якій(-ому) працює телеведучий, кореспондент, герой сюжету; якість впливу контенту на поведінку аудиторії.

*За формальними ознаками:*

1) наявність/відсутність у випуску телепередачі інформації політичного характеру;  
2) хронометраж (кількість секунд у %) наявності у випуску телевізійної передачі матеріалу політичного спрямування або з елементами такого.

*За якістю подавання контенту телеведучим, кореспондентом, гостем(-ями), героєм(-ями) сюжету:*

1) дотримання/недотримання вимог до якісного подавання контенту про політику (об'єктивність, правдивість, незаангажованість, чесність);  
2) наявність об'єктивності в поданому політичному матеріалі;  
3) наявність правдивості в поданому політичному матеріалі;  
4) наявність незаангажованості в поданому політичному матеріалі;  
5) наявність чесності в поданому політичному матеріалі.

*За формою подавання контенту телеведучим, кореспондентом, гостем(-ями), героєм(-ями) сюжету:*

1) кількісне співвідношення чоловічих і жіночих повідомлень ведучих у фрагментах випуску телепередачі, коли йшлося про політику;  
2) кількісне співвідношення чоловічих і жіночих повідомлень запрошених до студії (або ті, що в сюжетах мають синхрони) у фрагментах випуску телепередачі, коли йшлося про політику;  
3) наявність/відсутність у телеведучого, кореспондента, героя сюжету іронії (сарказму, посмішки);  
4) наявність/відсутність у телеведучого, кореспондента, героя сюжету підвищеної/занизької інтонації;  
5) наявність/відсутність у телеведучого, кореспондента, героя сюжету емоційного забарвлення мовленнєвих витворів.

*За якістю одягу телеведучого, кореспондента, гостей, героя(-ів) сюжету:*

1) наявність/відсутність кічливого (крикливого) стилю одягу;  
2) наявність/відсутність стандартного ділового стилю одягу;  
3) наявність/відсутність нестандартної зачіски.

*За кінесикою телеведучого, кореспондента, гостей, героя(-ів) сюжету:*

1) наявність/відсутність рухової активності;  
2) наявність/відсутність конфлікту між мімікою, жестами, позою, рухами тулубу, ходом, з одного боку, та словами – з іншого.

*За якістю підбору аудиторії в студії (приміщенні), у якій(-ому) працює телеведучий, кореспондент, герой сюжету:*

1) наявність/відсутність репрезентативності вибірки аудиторії;  
2) співвіднесеність/неспіввіднесеність чоловічої та жіночої частин аудиторії;  
3) наявність/відсутність в аудиторії неповнолітніх;  
4) наявність/відсутність в аудиторії людей похилого віку (за віком більше як 70 років).

*За якістю «оформлення» студії (приміщення), у якій(-ому) працює телеведучий, кореспондент, герой сюжету:*

1) кольори, що домінують в освітлюванні в студії (приміщенні), де працює телеведучий (кореспондент, гості);  
2) наявність/відсутність «амфітеатрового принципу» оформлення місць для аудиторії в студії;  
3) наявність/відсутність політичних символів у студії, у приміщенні, з якого ведеться передача, на одязі, аксесуарах людей у кадрі.

*За якістю впливу контенту на поведінку аудиторії:*

1) відреагувала/не відреагувала аудиторія на інформацію про політику;  
2) якість реакції аудиторії на інформацію про політику;  
3) наслідки реагування аудиторії на інформацію про політику.

**Моделювання** (формування засобами телебачення нових моделей поведінки суспільства з урахуванням уже існуючих) здійснено за такими критеріями:

1) *аналіз моделей минулого – висновки:* наприклад, телевізійний «людський, а не комерційний» (слова ведучого С. Шустера) проект «Шустер Live» на 5 каналі, ефір від 21 лютого 2014 р., який був присвячений аналізу подій 18–20 лютого 2014 р. – розстрілу мирних демонстрантів у м. Київ на вул. Інститутській; ток-шоу «Брат на брата?» у циклі «Шустер Live» на ТРК «Перший національний» та ТРК «24», ефір від 05 травня 2014 р., який був присвячений подіям 2 травня 2014 р. в м. Одеса, коли в палаючому Будинку профспілок загинули 46 осіб;

2) *аналіз моделей минулого – врахування помилок – моделювання майбутнього:* яскравою, на наш погляд, ілюстрацією моделювання функціонування суспільства за згаданою схемою є, на-

приклад, заява голови Незалежної профспілки гірників Донбасу Миколи Волинця під час телевізійного ефіру ток-шоу «Шустер Live» від 15 квітня 2014 р., який сказав про ситуацію в Донбасі: «Тут не тільки настрої шахтарів, а найголовніше – настрої народу Донбасу. Ми прийняли заяву про те, що центральна влада за нашими поняттями все робить для того, щоб Донбас здати». М. Волинець констатував ситуацію: «Міліція зустрічає сепаратистів із хлібом і сіллю, адміністративні будинки не захоплюються – вони заходять туди, як до себе додому». Лідер шахтарів констатував факт моделі на майбутнє такими словами: «Ми прийняли рішення про те, щоб захищатися, захищати Донбас, захищати свої сім'ї, захищати свій народ, захищати Україну...» [2];

3) *відсутність аналізу минулого – моделювання майбутнього*: наприклад, 10 травня 2014 р. в інтерв'ю російського співака з українським походженням Й. Кобзона, яке він дав телеведучій К. Собчак у телевізійному ефірі російського ТРК «Дождь», що транслюється в Україні, народний артист Росії і народний артист України, відповідаючи на східне питання інтерв'юера («Для чого утримувати відносини з країною, яка тебе не хоче?»), згадує радянську модель відносин між республіками і політичним центром у Москві («А хто вам сказав, що вона не хоче?») [1]; аналіз минулого не здійснюється, але моделюється майбутнє: Україна повинна бути з Росією, незважаючи на небажання такої єдності з боку України.

**Верифікація** (практична перевірка дієвості та ефективності) запропонованих нових моделей поведінки суспільства на телебаченні здійснювалася за такими критеріями:

1) *висока ефективність* дії запропонованої моделі функціонування суспільства; у нашому дослідженні одиницею вимірювання високої ефективності був факт «повної – на 100% – зміни моделей поведінки суспільства»; наприклад, заради забезпечення мирного населення Києва від можливих провокацій під час святкування Дня перемоги 9 травня 2014 р. в ефірі телепрограми «ТСН» на ТРК «Студія 1+1» 8 травня 2014 р. звучали заклики-попередження від ведучої Лілії Таран, у сюжетах – від політиків: О. Турчинова, А. Авакова, В. Кличка тощо про те, щоб люди не виходили на вулиці в день свята; високим ступенем ефективності таких закликів слід вважати відсутність на вулицях Києва масових зібрань людей 9 травня;

2) *посередня ефективність* дії запропонованої моделі функціонування суспільства; як одиницю вимірювання взято прийнятий факт «часткової – 50/50 – зміни минулої моделі поведінки суспільства»; за повідомленням новинної телевізійної передачі «Голос Америки» від 10 травня 2014 р., Росія та США намагаються організувати «наступного місяця мирну конференцію у Женеві, щоб урегулювати конфлікт», що варто розцінювати як часткову позитивну (на 50%) зміну минулої моделі функціонування суспільства; телевізійна ведуча М. Гонгадзе повідомила про те, що «ні учасники мирних переговорів, ні питання, які там мають обговорюватися, ані навіть дата проведення конференції залишаються не визначеними»; своє твердження журналістка підтвердила такими словами: «Тим часом, задіяні сторони обмінюються взаємними звинуваченнями, висувують один одному ультиматуми і нарощують військову потужність» [3], що варто розцінити як часткову негативну (на 50%) зміну існуючої моделі функціонування суспільства;

3) *низька ефективність* дії запропонованої моделі функціонування суспільства; ефективність вимірювалася за рахунок одиниці «факт наявності лише намірів змінити існуючу модель поведінки суспільства»; наприклад, аналізована нами раніше цитата голови незалежних профспілок гірників Донбасу М. Волинця (див.: [2]) про ситуацію на Донбасі до 15 квітня 2014 р.: «Ми прийняли рішення про те, щоб захищатися, захищати Донбас, захищати свої сім'ї, захищати свій народ, захищати Україну...» але, на превеликий жаль, добровольці у військоматах отримують відмови, народ беззбройний» [2]; вважаємо, що моделювання майбутніх функцій суспільства Донбасу не було здійснене, тому можливі наслідки моделі поведінки «захисників» Донбасу без зброї не можна вважати ефективними; якщо розглядати лише заяву М. Волинця як декларацію моделі, тоді слід визнати запропоновану модель поведінки як таку, що має низький ступінь ефективності.

Інтерпретація та аналіз отриманих за описаною методикою даних ми здійснювали поступово, за порядком, що був визначений дослідницькою процедурою.

Нами було проаналізовано 108 новинних випусків («Подробности», «ТСН», «Вікна-новини», «Факти», «Репортёр», «События») таких рейтингових (за даними GFK Ukraine) телевізійних передач відповідно на українських каналах: «Інтер», «Студія 1+1», «СТБ», «ICTV», «Новий канал», «Україна».

Для усунення ефекту Пігмаліона ми аналізували контент новинних випусків, що транслювалися по п'ятницях щотижня в період від 28 лютого 2014 р. (день початку російського вторгнення на територію України в Криму) до 27 червня 2014 р. (день завершення дії мирного плану Президента України П. Порошенка). Одним із вагомих критеріїв аналізу новинних випусків був той, що передбачав вихід в ефір новинних передач у прайм-тайм (від 18.00 до 23.00). При врахуванні того, що випуски новин «Подробности», «ТСН», «Вікна-новини», «Факти» мають хронометраж у середньому 45 хвилин кожний, випуски новин «Репортёр» – 13 хвилин у середньому, «События» – 25 хвилин у середньому, ми сумарно в середньому отримали показник 3924 хвилини, що і становить матеріал для нашого подальшого аналізу.

#### IV. Висновки

Підсумовуючи аналіз особливостей використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в трьох телевізійних новинних передачах «Подробности» (ТК «Інтер»),

«ТСН» (ТК «Студія 1+1») та «Вікна-новини» (ТК «СТБ») у період від 28 лютого 2014 р. до 27 червня 2014 р., можемо констатувати, що такими особливостями є декілька.

1. Застосування широкого набору телевізійних комунікаційних технологій.
2. Вибіркове використання потенціалу деяких телевізійних комунікаційних технологій, що пояснюється специфікою політичних і соціальних процесів, які відбувалися в зазначений період.
3. Аудиторія телевізійних новинних програм «Подробности», «ТСН» і «Вікна-новини» досить активно реагувала на висвітлення інформації політичного характеру або такої, що є дотичною до політичних процесів.
4. Якість реакцій аудиторії на політичну інформацію свідчить про достатньо високий рівень готовності українських телеглядачів адекватно реагувати на спроби захопити території України й нав'язати власний стиль ведення політичних процесів.

Перспективи подальшого дослідження ми вбачаємо у вивченні особливостей використання комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в телевізійних новинних передачах «Факти» (ТК «ІСТV»), «События» (ТК «Україна»), «Репортёр» (ТК «Новий канал»).

#### Список використаної літератури

1. Муся. Кобзон рассказал Собчак, что правительство Януковича пыталось заслать его на Майдан (видео). *Дуся: первый украинский медиа-таблloid*. URL: <http://dusia.telekritika.ua/novosti/24996/> (дата обращения: 10.05.2019).
2. На улицах Краматорска появилась бронетехника с украинскими флагом. *Naviny.by. Мировые новости*. URL: [http://naviny.by/rubrics/abroad/2014/04/16/ic\\_news\\_118\\_434776/](http://naviny.by/rubrics/abroad/2014/04/16/ic_news_118_434776/) (дата обращения: 08.05.2019).
3. Отримавши S-300 уряд Сирії заявив про перемогу у війні з «колонізаторами». *Голос Америки*. URL: <http://ukrainian.voanews.com/content/article/1671674.html> (дата звернення: 10.05.2019).
4. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 212 с.

#### Reference

1. Musja. Kobzon told Sobchak that Yanukovich's government tried to send him to the Mайдan (video). (2019). Dusya: the first Ukrainian media tabloid. Retrieved from: <http://dusia.telekritika.ua/novosti/24996/> (date of request: 10.05.2019). (in Russian).
2. Armored vehicles with Ukrainian flags appeared on the streets of Kramatorsk. (2019). Naviny.by. World News. Retrieved from: [http://naviny.by/rubrics/abroad/2014/04/16/ic\\_news\\_118\\_434776/](http://naviny.by/rubrics/abroad/2014/04/16/ic_news_118_434776/) (date of request: 08.05.2019). (in Russian).
3. Upon receiving the S-300, the Syrian government has declared victory in the war against the «colonizers». (2019). Voice of America. Retrieved from: <http://ukrainian.voanews.com/content/article/1671674.html> (date of request: 10.05.2019). (in Ukraine).
4. Kholod, O. M. Communication technologies: a textbook. Kyiv: Center for Educational Literature, 2013. 212 p. (in Ukraine).

Стаття надійшла до редакції 27.08.2019.

#### Shilova V. Television News: Features of the Use of Communication Technologies as Means of Social Engineering during the Anti-Terrorist Operation 2014 in Ukraine

**Research methodology.** To realize the goal, the following research methods were applied: the hypothetical-deductive method and the method of quantitative-qualitative analysis.

**Results.** We have selected 6 news programs of political direction on 6 rating (according to GFK Ukraine from 02/16/2014) TV channels of Ukraine. Selected were 108 issues of the following news programs (18 issues of each program): «Details» (TRK «Inter»), «TSN» (TRK «Studio 1+1»); Window (STB), Facts (ISTV); «Reporter» («Novyy» TV and Radio Company); Events (TRK Ukraine). While viewing the news programs listed, we recorded complexes (communication technologies) that were used as means of social and communication technologies on television. Summarizing the peculiarities of the use of communication technologies as a means of social engineering in the aforementioned television news broadcasts in the period from 02/28/14 to 06/27/14, we can state that there are several such features: social processes that took place during that period; the audience of the TV news programs «Detail», «TSN» and «Window-news» reacted quite actively to the coverage of information of a political nature or relevant to political processes; the quality of the audience's response to political information indicates a sufficiently high level of readiness of Ukrainian viewers to respond adequately to attempts to capture Ukraine's territories and impose their own style of political process.

**Novelty.** The features of the use of communication technologies as a means of social engineering during the 2014 anti-terrorist operation in Ukraine were identified for the first time.

**Practical importance.** The results of the study can be used to qualitatively train both television journalists who work in the studio during the broadcast, and for those journalists who are directly in the war zone, at the forefront, in the hot spot.

**Key words:** communication technologies, social engineering, television news, anti-terrorist operation.