

## Звіт другий

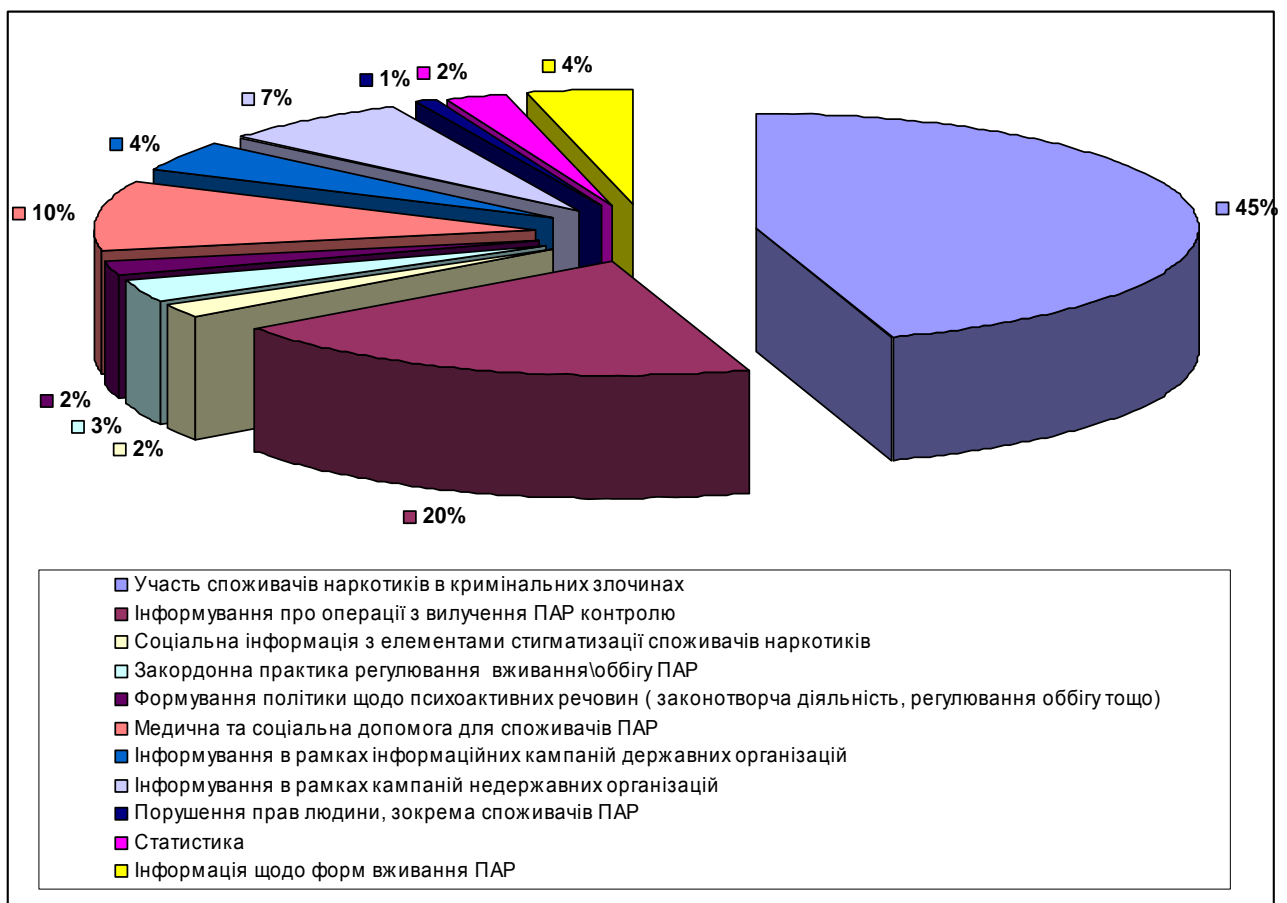
### Моніторинг ЗМІ Психоактивні речовини: джерела інформації та коментарі

Академія Української Преси входить Консорціуму громадських організацій «Здорова політика», одним з чільних напрямків якого є аналіз діяльності органів влади з точки зору впливу на здоров'я населення, обговорення створення ефективного механізму громадського моніторингу заходів щодо зменшення ризиків від незаконного вживання психоактивних речовин (ПАР), а саме: профілактики й лікування залежності, розповсюдження соціально-небезпечних захворювань та дотримання прав людини в цій сфері.

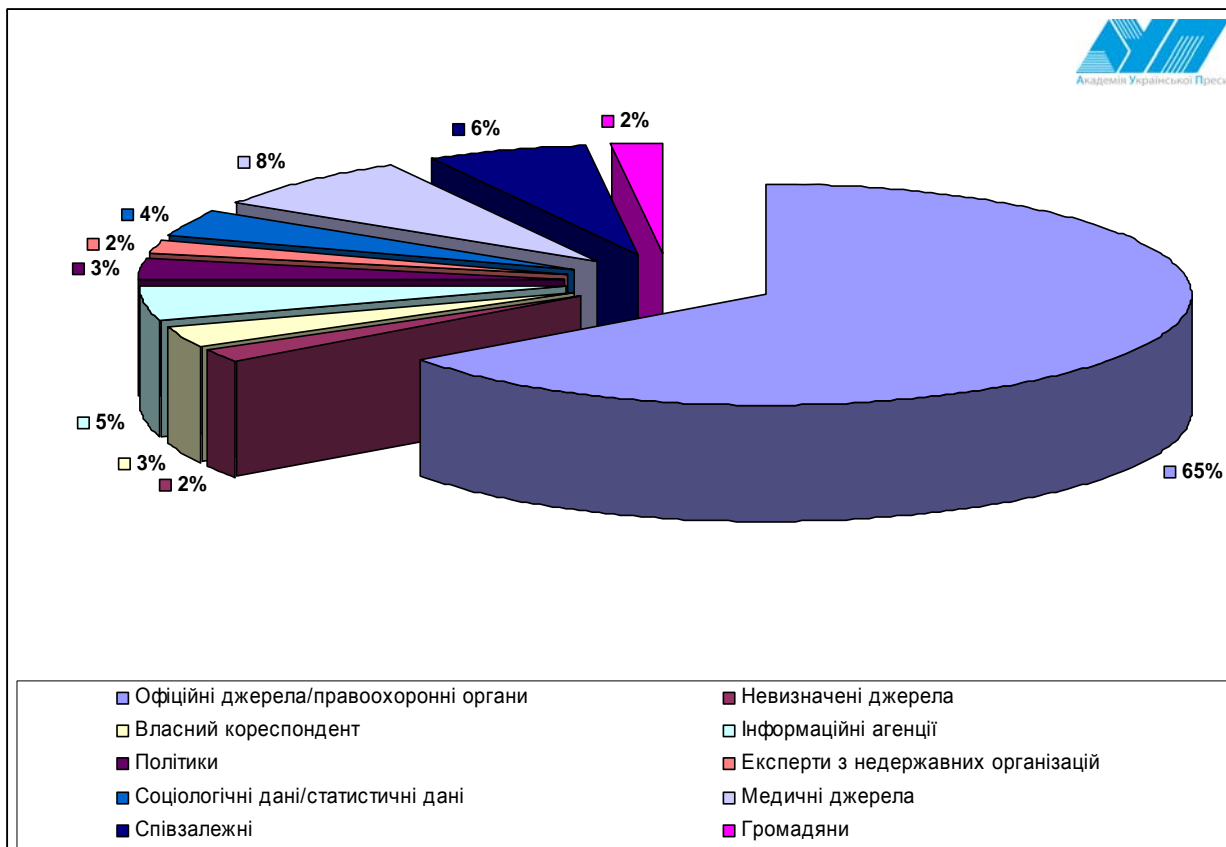
Протягом жовтня 2006 – лютого 2007 Академія Української Преси в рамках діяльності Консорціуму «Здорова політика» здійснює пілотний моніторинг провідних інтернет-ресурсів України методом повнотекстового пошуку за ключовими слова з генерацією результатів в стрічку RSS. Ключовими словами виступали, зокрема, - «наркоманія», «наркотики», «наркотичні речовини», «трамадол», «маріхуана», «психоактивні речовини».

В другому звіті ми б хотіли звернути увагу на тематичний спектр повідомлень, джерела інформації та хто, власне оцінює/коментує події/інформаційні повідомлення.

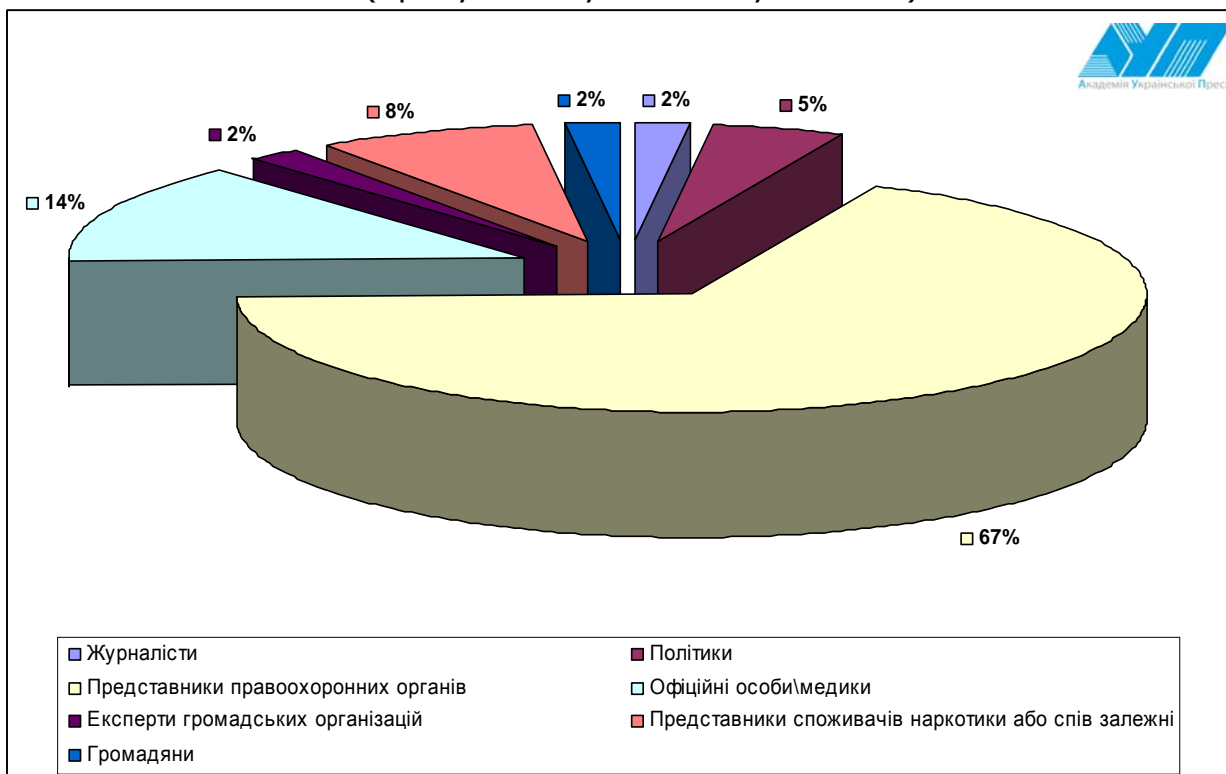
### Тематичний спектр



## Джерела інформації



## Хто оцінює/коментує інформацію (присутність у масиві публікацій)



Таким чином, попередній моніторинг дозволив виокремити основні медійні «фрейми<sup>1</sup>», що формують вітчизняний медіа дискурс щодо проблем вживання ПАР в Україні. Фреймом в даному випадку будемо називати «схеми інтерпретацій», які дозволяють індивідам чи групам «впізнавати, сприймати визначати та називати» події та випадки, прив'язуючи до них певні смисли, організуючи власні переживання та обираючи спосіб дій ([Erving Goffman](#) (1974, p. 21; 1959 «[Presentation of Self](#)»); [Kenneth Boulding](#), 1956).

Фреймінгом називається процес, завдяки якому джерело інформації, таке як агенція новин, визначає та конструює політичну або громадську проблему (Nelson, Oxley, & Clawson, 1997, p. 221).

Отже, попередній моніторинг дозволив нам виділити 4 основних фрейми:

Кримінальний – фрейм, що реалізується через одну з найвпливовіших груп інтересів - правоохоронні органи, і відповідно, кримінально-юридичну риторику. Саме повідомлення про діяльність правоохоронних органів, трансльовані засобами масової інформації, поширюють імідж «наркомана\алкоголіка – відморозка», який здатен на будь-яку злочинну ірраціональність, і саме цим «клеймом» пояснюються всі протиправні дії та вчинки. Слід зазначити, що це найбільш поширений «сценарій» - подібні повідомлення складають до 70% відсотків загального числа публікацій про ПАР. Занепокоєння викликає також той факт, що окрім точки зору, трансльованою правоохоронною системою, ЗМІ, зазвичай, не надають ніяких інших альтернативних інтерпретацій фактів, пов'язаних з обігом ПАР.

Медичний - фрейм, що реалізуються також дуже впливовою корпорацією інтересів – медичною з широким використанням медичного жаргону та смислових концепцій «хвороби», «лікування» та ін. Через повідомлення акцентується увага на «невиліковності хвороби», «родинній катастрофі», «безнадійності», тощо. Таким чином, дослідники АУП вважають, що в даному випадку надмірна вага переноситься на таку тезу недійсного дискурсу, як повна відмова від немедичного вживання ПАР; а також на єдиній «панацеї» – комбінації спеціалізованої медичної допомоги та жорсткої процедури призначення, ліцензування та відпуску медичних (легальних) ПАР. В рамках даного фрейму транслюється ідея, що лише високо спеціалізована група фахівців може вирішити проблему, діагностуючи «приречену особистість». За даними моніторингу АУП – повідомлення, які виходять з цієї групи складають до 10% з тих, які з'являються в ЗМІ.

Жертовним фреймом було названо спосіб осмислення проблеми ПАР, типовий для достатньо численної проте публічно-інертної групи, представлена залежними від ПАР людьми і, так званими, співзалежними (членами родин). Загалом оціночна кількість членів цієї групи сягає щонайменше 2,5-3 мільйонів громадян України. Саме вони, частіш за все, є провідниками ще одного ірраціонального дискурсу – соціальної пасивності і «безнадійної поразки» особи, яку «підсадили», «втягнули», «викинули на узбіччя» тощо. За даними АУП – повідомлення складають до 4-5 % повідомлень.

І нарешті прагматичний фрейм - формується «наймолодшою» групою інтересів, яку складаються громадські мережі та об'єднання, що мають певний фаховий та фінансовий ресурс, підтримуваний і, багато в чому сформований, міжнародною спільнотою. Саме вони виступають за так звану політику «зменшення шкоди» - себто, зменшення ризиків від вживання ПАР, залучення залежних та співзалежних до надання допомоги, спрощену процедуру призначення більш безпечних легальних ПАР з метою витіснення з обігу нелегальних ПАР, що є джерелом соціально-небезпечних інфекцій. Але присутність цієї групи, найбільш дотичної до загальноновизнаних у світі методів, в публічному просторі сягає лише 2-3%.

---

<sup>1</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Framing\\_%28social\\_communication\\_theory%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Framing_%28social_communication_theory%29)

Отже, учасники проекту АУП дійшли до висновку, що найбільш недопредставленою, є група «споживачів» та «співалежних», яка з одного боку контролюється правоохоронними органами, а з другого - групою компетенції – медичними працівниками, яка призвичаює її до сценарію приреченості – наркоманія –це на все життя.

Окремо ми відзначаємо як недопредставлену, незважаючи на деяку незвичність вживання цієї дефініції щодо неї - «політичну еліту». В першу чергу тому, що група «споживачів та спів залежних» ніколи не ідентифікувалась жодною з політичних сил, як певна електоральна сила, і, відповідно, проблематика «боротьби з наркотиками» була поверхово присутня в числі іншої загальнобов'язкової соціальної риторики в політичних програмах. Тема ПАР, попри всі потенційну соціальну небезпеку, ніколи не була причиною для будь-яких суттєвих розбіжностей в позиціях політичних сил.

Відповідно, тема формування «державної політики щодо ПАР» носить спорадичний та популістський характер, який проявляється в спробах реструктуризувати публічне побутування ПАР – заборонах реклами, обумовлення місць вільних від торгівля та споживання алкоголю тощо.

Також тематичні індикатори свідчать про відсутність цілеспрямованої і скоординованої діяльності відповідальних державних органів (МОЗ, СБУ, МВС, Комітету з контролю за наркотиками). Окремо слід відзначити інформаційну пасивність МОЗ та разючу інформаційну пасивність Держкомітету з контролю за наркотиками (див . також Звіт 1 «Огляд Інтернет-ресурсів).

До того ж дані моніторингу свідчать, що жодна визначна публічна особистість\вітчизняний меценат не пов'язали себе з вирішенням проблеми ПАР в українському суспільстві, як наприклад трапилось з проблемами СНІД (фонд О. Франчук «АнтиСНІД» та неповносправних чи хворих дітей (Фонд «Україна -3000»).

Найбільш інформаційно активною є група «правоохоронні органи», яка транслює репресивний дискурс, маніпулює статистичними показниками виміру власної діяльності, і, відповідно, активно вкорінює в масовій свідомості стійкі стереотипи щодо споживачів ПАР, апіорі дискримінуючи, порушуючи їх права за ознакою способу життя.

Група, яка презентує прагматичний підхід, все частіше виступає ініціатором журналістських розслідувань, інформаційних запитів, виступає в ролі громадських експертів щодо ПАР. Проте ця група ще є ізольованою від безпосередніх виконавців інформаційних заходів – групи «масового інформаційного впливу» - журналістів, педагогів, тобто тих, хто трансформує аналітичні та інші спеціальні матеріали в прості, зрозумілі та цікаві повідомлення, адресовані пересічному громадянину.

Отже, реальні наслідки політики (в тому числі – інформаційної) щодо ПАР в 1991-2005 роках наступні:

- суттєво зросла стигматизація, відторгнення суспільством споживачі наркотиків та членів їхніх родин;
- збільшилась кількість офіційно зареєстрованих споживачів наркотиків які знаходяться під медичним та наркологічним наглядом зросла 4 рази протягом минулих 15 років (22 466 у 1990 до 82 931 в 2006, ),кількість офіційно зареєстрованих носіїв ВІЛ-інфекції зросла в тисячі разів, словам саме за останні 15 років в масовій свідомості сформувались глибоко вкорінені, стійкі стереотипи щодо ПАР.

Поряд з моніторингом учасники Консорціуму «Здорова політика» напрацювали певну програму дій, яка лягла в основу наступних пропозицій.

Оцінюючи можливості впливу на зміну репресивного дискурсу дискримінації споживачів ПАР за способом життя, ми в першу чергу плануємо звернутись до груп «масового інформаційного впливу».

### Закріплення толерантних понять в редакційних статутах

Насамперед, саме зараз в Україні вперше відбувається етап офіційного закріплення принципів редакційної політики в редакційному статуті. До цього часу, лише поодинокі редакційні колективи мали повноцінні принципи редакційної політики. Позитивним фактором можна вважати те, що редакційні статuti регулюватимуть не лише найбільш злободенну тему для українських ЗМІ – відносини менеджерів та журналістського колективу, а й принципи подання джерел інформації, закріплюватимуть ставлення до окремих, як правило, недопредставлених та уразливих груп населення.

Слід зазначити, що 1 березня 2007 року – це останній день, коли всі українські телерадіоорганізації мають затвердити свої редакційні статuti і подати їх до Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. Положення про редакційні статuti з'явилися у новій редакції Закону України „Про телебачення і радіомовлення” (надалі – Закон) як відповідь на редакційні конфлікти зразка 2003 – 2004 років, викликані спробами цензурування, особливо в сфері новин через поширення так званих «темників». Саме вони виявилися чинником, який призвів до «журналістської революції» 2004 року, коли журналісти, подекуди цілими колективами, як то на другому за рейтингом каналі українського телебачення покидали служби новин. Тоді менеджери телекомпаній у протистояннях з журналістами посилалися на редакційну політику, яка насправді ніде не була закріплена. Саме тому нова редакція Закону від 12 січня 2006 року передбачила принцип, згідно з яким власники телекомпаній не можуть втручатися у творчу діяльність телерадіоорганізації інакше, як через затвердження редакційного статуту та шляхом внесення змін до редакційного статуту.

Виходячи з основного висновку пілотного моніторингу, про те, населення через ЗМІ отримує недостовірну та неповноцінну інформацію про наслідки, пов'язані зі вживанням психоактивних речовин, група громадських організацій – учасників консорціуму «Здорова політика» звернулися до організацій, які розробили типовий статут телерадіоорганізацій, а саме Національної Асоціації телерадіомовників, яка об'єднує більше 100 вітчизняних ТРК, та Інституту медіа-права, аналітичного центру, який опікується розвитком медіа права з тим, щоб в текст типового статуту п. «**Принципи редакційної політики щодо поширення інформації про різні групи населення**» було включено пункт про недопущення дискримінації за способом життя.

На сьогодні, там вживається термін, який закріплює необхідне вживання самоназв різних членів соціальних груп. Безумовно вимога не дискримінувати за способам життя стосується не лише «споживачів наркотиків» чи скажімо алкоголю, але саме стосовно них українські ЗМІ найчастіше транслюють репресивний фрейм, підкріплюваний публічними та прихованими інтересами правоохоронної системи.

### Офіційні джерела

Як вже зазначалось – до 70% повідомлень походять від офіційних джерел правоохоронних\силових структур, або ж від інформаційних агенцій, які ретранслюють ті ж таки джерела.

Отже, інформація подається в ЗМІ без змін якщо поширювана інформація містилася в офіційних повідомленнях або одержана від органів державної влади, органів місцевого

самоврядування у письмовій формі. Тому – іншою важливою групою, з якою ми бажаємо посилювати контакти є прес-служби МЗС та СБУ з метою ознайомлення з світовими практиками толерантності, запобіганню порушенню прав людини зсередини системи правоохоронних органів, утворення спільного понятійного поля з організаціями, які провадять прагматичний підхід.

### Ініціювання діалогу з виробниками, продавцями та поширювачими реклами

Організації, які пропагують прагматичний підхід ініціюватимуть суспільний діалог стосовно вироблення та впровадження Кодексу рекламної практики та етичних стандартів комерційної комунікації з метою стимулювання процесу саморегулювання й самоорганізації в середовищі виробників реклами алкоголю, тютюну й препаратів, які містять психоактивні речовини (рекламні компанії), продавцями реклами та її поширювачами (ЗМІ). Цим передбачається підвищення довіри до відповідальної реклами з боку споживачів, конкуруючих компаній та суспільства в цілому. Чи не єдиним позитивним фактом в цій сфері залишається факт, коли на прохання групи громадських організацій, об'єднаних асоціацією зменшення шкоди асоціація рекламистів України відмовилась від кампанії соціальної реклами, яка ґрунтувалась на некоректних та депресивних формах попередження про наслідки від вживання наркотичних речовин.

### Діалог з шеф-редакторами, контент-редакторами, провідними інформаційними агенціями, медіа-тренерами, представниками політичних еліт

Консорціум «Здорова політика» започаткував діяльність прес-клубу для презентації прагматичних підходів до ПАР саме основним «нюс-мейкерам», від яких залежить впровадження редакційної толерантної політики щодо дискримінованих та недоспредставлених груп.

### Навчання журналістів

На сьогодні в Україні не проводились спеціальні тренінгові та навчальні програми для журналістів «Як висвітлювати проблематику ПАР». Учасники проекту підготували пропозиції та програму для тренінгу\практикуму. Огляд ситуації показав, що в Україні не існує підготовленого медіа-тренера, який би міг професійно навчати саме цьому аспекту. На сьогодні ця проблема буде вирішуватись за рахунок спільної праці експерта з громадських організацій та медіа-тренера.

Члени Консорціуму привернуть увагу до теми «ЗМІ та психоактивні речовини» через серію відкритих лекцій в університетах, де готують журналістів.

Моніторинг ЗМІ є однією з необхідних передумов планування продуктивної інформаційної кампанії - з чітким врахуванням особливостей аудиторії, специфіки донесення інформації з урахуванням регіональних, вікових, освітніх, соціально-професійних, політичних особливостей аудиторії.

Пілотний моніторинг дозволяє виявити лише панівні загальні тенденції і перейти до значно наукового і компетентного, але і, водночас більш фінансозатратного дослідження побудованого на методі контент-аналізу.

#### **Рекомендації.**

1. Внести пропозицію щодо прямого згадування про «залежних» та «споживачів наркотиків» в кодексах редакційної політики, як про групи, що мають бути захищені від стигматизації за ознакою способу життя.
2. Розробити спеціальні навчальні програми та модулі «Як висвітлювати проблеми ПАР» для журналістів. Ініціювати серії журналістських розслідувань щодо проблематики ПАР.

3. Ідентифікувати медіа-тренерів, з тим, щоб стимулювати внесення тренінгу «Як висвітлювати ПАР» до програм медіа-тренінгів, які відбуваються в Україні ( наприклад Школи молодого журналіста)
4. Провести серію відкритих лекцій «ЗМІ та психоактивні речовини» на журналістських факультетах журналістики.
5. Продовжувати серію зустрічей в форматі медіа-клубів з провідними ньюс-мейкерами України.
6. Провести моніторинг ЗМІ на основі контент-аналізу з метою отримання більш науково-достовірних висновків.

Академія Української преси буде вдячна за відгуки та рекомендації з оцінювання моніторингу – зокрема вдосконалення моделі моніторингу, відслідковування тем вартих уваги та публічного інтересу.

Звіт підготували О. Волошенюк ( АУП) та Денис Полтавець (координатор Консорціуму «Здорова політика»)

Проект відбувається за підтримки Міжнародного фонду «Відродження».

