

УДК 007:304:001

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ ЗА МАККОМБСОМ І НЕ ТІЛЬКИ...

Наталія Габор

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна, e-mail: nat.gabor@gmail.com*

Здійснено спробу проаналізувати зміни в редакційній політиці каналів у контексті змін влади в українській державі.

Ключові слова: редакційна політика, прайм-тайм, теорія формування порядку денного, верстка теленовин.

ЗМК — надзвичайно цікавий суспільний феномен. Про це свідчить хоча б те, що нині це об'єкт досліджень не тільки журналістикознавців, комунікативістів, але й філософів, лінгвістів, соціологів, психологів... У 2007 році побачив світ переклад книжки МакКомбса “Встановлення пріоритетів: мас-медіа та громадська думка”. Дослідження надзвичайно цікаве своїм сплавом теорії та практики й актуальне сьогодні, як і в роки, коли проводили дослідження. Основні його ідеї: теорія порядку денного, яка проголошує, що ті факти, які подаються медіями як важливі, справді стають такими для суспільства; ЗМК намагаються вказати людям не стільки ЩО думати, скільки ПРО ЩО думати.

Як же ця теорія діє на практиці на українських телеканалах? Для з'ясування було використано моніторинг “Телекритики”, думки експертів та власні спостереження.

Отже, яким є медійний порядок денний в сучасній Україні? Він такий, як є, тому що це справді важливо для суспільства, чи тому, що цього хтось хоче, щоб це було для суспільства важливо? Кажучи хтось, не маю на увазі конкретних осіб, швидше йдеться про певні групові інтереси.

Варто спробувати зрозуміти, чи справді актуальну проблему підняли ЗМК, чи вона стала такою, бо її озвучили ЗМК, чи політики, яким громада ввіряє право регулювати суспільне життя, справді вирішують нагальні для суспільства проблеми, чи вони вирішують власні проблеми, підкинувши їх громадянам через власні ЗМК, як суспільно-важливі?

Давно відомо, що в середньому людина здатна запам'ятати незначну частину інформації, і утримувати в полі своєї уваги лише декілька (2-3) важливих проблем, про які йшлося у новинному блоці. Тому зрозумілий інтерес до особливостей відбору новин, що їх журналісти обирають для підсумкового інформаційного блоку в прайм-тайм. Саме такий інтерес свого часу покликав до життя *теорію про гейт-кіперів*, яку українською потлумачили як теорію “медійних

вартових” чи “*фільтрів*” (вартові відбирають найважливіші новини, все зайве залишається на “інформаційних “фільтрах”). Близькою за змістом є теорія інформаційного фреймування / рамкування, коли оповіді про начебто найважливіші події потрапляють в рамки новин, а все решту залишається за їх межами.

Та для початку — про особливості ведення інформаційних блоків новин у різні періоди недавньої української історії. Якщо згадати презентацію новин часів Леоніда Кучми, то загалом вони виглядали як двадцятихвилинна телеоповідь про діяльність президента плюс ще десять хвилин про решту події: культуру, спорт та зарубіжжя. Ще однією особливістю того часу були ідентичні відеосупроводи та майже однотипна верстка новин. Тому, якщо інформаційні блоки починалися одночасно, то перемикаючи канали, можна було втрапити на початок виступу президента на одному та його продовження на іншому. Саме тому у професійних колах журналістів, які сповідували принцип свободи преси та розглядали погляд на модель ЗМК як безпристрасного інформатора чи посередника у суспільному діалозі, почався рух проти джинси та тиску власників на журналістів.

Упродовж 2004-2009 років за часів президентства Віктора Ющенка особливості презентації новин змінювались. Спершу ЗМК практикували моделі “дзеркала суспільства” та “контролю над владою”, характерні для початків громадянського суспільства. На певному етапі вони відчували, що безпосереднього державного контролю більше нема, а тому запропонували дещо інший підхід до виробництва новин — як до товару. Особливо це стало помітно на прикладі каналу “1+1” періоду 2008 року: змінився топ-менеджмент каналу, а з ним відбулась переорієнтація на масовішу аудиторію. Як результат — “пожовтіння” та “інфотейменізація” новинних блоків. Основний процент новин випуску підбирали за ознаками шести “С”: скандали, сенсації, страх, секс, смерть, сміх (<http://www.telekritika.ua/redpolitics/2008-06-04/38798>). Більше того, на окремих каналах такий підхід власників призвів до того, що новинні блоки інформували, за незначними винятками, про трагедії-аварії-вбивства-президентсько-прем’єрські конфлікти та іншу інформаційну “чорнуху”.

Для прикладу топ-новини каналу “1+1” за 20 серпня 2006 року у запропонованому каналом порядку: пожежа в Новобогданівці, аварія в Запорізькій області, смерть травмованого шахтаря в Донецьку. 22 серпня канал пропонував довідатись про катастрофу літака на Донеччині, вибухи у Новобогданівці, самогубство в’язнів, як МВС відзначила пам’ять загиблих колег, міжнародні новини про вибухи, ядерні дослідження Ірану, лісові пожежі. Навіть інформаційні повідомлення, що вийшли 24 серпня, в День святкування Незалежності України виглядали аналогічно: про День Незалежності, про пам’ятник жертвам Голодомору, про аварію літака ТУ-154, про загрозу аварії українського літака та пожежі на Луганщині (http://telekritika.kiev.ua/articles/129/0/7753/z_chim_pov'jazana_zmina_verstki_novin_ntn_ta_1+1). Чому верстка каналів стала саме такою? Типова відповідь, що таким стало життя чи що цього хоче глядач і вимагають рейтинги — неправильна. Саме тоді канал “1+1” поміняв власника і редакційну політику. Саме вона почала “рамкувати” відбір матеріалу й способи подачі глядачеві. Кажучи про редакційну політику, мала на увазі відмову каналу “1+1” від суспільно-політичного мовлення та новий орієнтир на видовищність та схему “шість С та одне Г”: скандали, сенсації, страх, смерть, сміх, секс та Гроші.

Саме тому в топ-новини потрапляла максимальна кількість соціально-політичних та природних катаклізмів та трагедій.

На таку зміну формату новин відреагували як глядачі, окремі політики, Нацрада, так і самі журналісти, запропонувавши проекти “добрих новин”. Так на каналі “1+1” з’явилась “Теорія позитиву”, на ICTV стартували п’ятихвилинні “Добрі новини” з Оленою Фроляк. Вона так коментувала потребу в їх появі: “Наші акценти — позитивні історії, процеси, думки. Ми не вдягаємо рожевих окулярів, і не збираємося закривати очі на реальність. Ми будемо шукати світлі сторони цієї реальності... Нам дуже хочеться повернути людям віру в себе і довести, що життя кризою не завершується...” (<http://www.telekritika.ua/news/2009-02-23/44005>)

Добрі новини, паралельно з традиційним інформуванням каналів, мабуть, мали свій сенс, якщо взяти до уваги, що свого часу, у роки Великої депресії в США, саме позитивною інформацією та трансляцією життєстверджувальних кінофільмів на замовлення уряду Рузвельта намагались порятувати американців.

Цій же меті (видовищності) прислужились також технічні нововведення, як-от: прямі включення, спілкування з гостем з іншої студії, особливі стендапи, у яких обігрували специфіку місця зйомки чи події, коли журналістка вдавала, що доїть корову (с/г сюжети), журналіст, наче актор, сідав за кермо трактора чи збирав гроші для депутатів з простягнутим капелюхом, бо деякі з них звернулись з клопотанням надати фінансову допомогу. У одному з новинних сюжетів про виставку зброї в Арабських еміратах мікрофон журналіста ТСН виїхав на міні-моделі БТР. Нерідко для посилення ефекту вставляли співзвучні до ідеї кадри з фільмів чи мультфільмів. Отримували такі-собі розважальні новини. Якби цей новинний інфотеймент до 2008 р. не був новинно-інтелектуальним, не претендував на основний вечірній час каналу, і був відразу задуманий як, наприклад, TV-таблоїд (стартував на Новому каналі у жовтні 2007 року й був закритий у жовтні 2008 р.) — різновид подачі інформації, який пропонує, насамперед молоді, гумористично-критичний погляд на останні світові чи домашні новини, то виправданість такого підходу не викликала б жодних заперечень. Більше того, якби нині особливості українського реформаторства, та й загалом стан української політики, економіки, культури, не викликали застережень, не потребували пильного контролю громадян та експертів задля адекватного розуміння того, що відбувається, на основі отриманих та потлумачених повідомлень, то принцип “інформуючи-розважай”, міг би іноді навіть бути виправданим. Нині замало просто поінформувати, важливо запропонувати контекст події, її всесторонній аналіз, коментарі фахівців.

Саме тому дивним видались міркування Олександра Ткаченка, генерального директора “1+1”, який в інтерв’ю “Аргументам і фактам” наприкінці березня 2010 року сказав, що попит на аналітичну і розслідувальну журналістику був сімдесят років тому, сьогодні інтересу до неї нема, і перехід ТБ до таких ток-шоу, як “Дом” чи “Україна має талант” — це загальносвітова тенденція.

Третій досліджуваний період — період епохи президентства Віктора Януковича — все ще триває. Вже тоді, коли Президент звітував про п’ятдесят днів при владі, стало зрозуміло, що засоби масової інформації України почали здавати свої демократичні позиції, окреслились нові виразні тенденції до їхньої цензурування та самоцензури, з’явились заборонені теми для обговорення, як-

от: податковий, трудовий та пенсійний кодекси, економічні проблеми уряду (як от “хлібна проблема”, зростання цін на товари та послуги), оцінювання вчинків та висловлювань Президента, замовчування негативної реакції світу на його політику (протести української діаспори в США, під час приїзду Януковича), міністра освіти, а також відповідності майна можновладців до їх офіційно задекларованих доходів. Іноді ТБ-канали могли показати дорогоцінні діамантові прикраси чи подарунок владного батька синові, грошей на якого не стане, навіть якщо зібрати всі його гроші за останні півстоліття, проте ставити незручні питання “звідки кошти”, щоб демонструвати невідповідність декларованої боротьби з корупцією та нецільовим використанням грошей з життям самої нинішньої провладної еліти, могла дозволити собі, за незначними винятками, хіба Катя Осадча. До речі, буде шкода, якщо виявляться правдивими чулки, що програму закриють, бо демонстрація марнотратного життя VIP-українців та їх мажорних діток (особливо в період кризи), дратує громадян України. Насправді нині— це єдина програма, яка відверто показує, куди реально йдуть наші з вами податки та йтимуть згодом кошти, отримані через продовження пенсійного віку українців та зекономлені на освітній та медичній реформах.

Яскравим прикладом новітнього цензурування може бути оповідь журналіста Єгора Соболева про те, як канал УТ-1 підготував сюжет про реакцію экс-президента Ющенка на підписання Януковичем договору “Газ в обмін на флот”. Основні тези Ющенка звучали так: “так не можна, територією держави не торгують, це зрада національних інтересів. Знаходження на території України іноземних військ і продовження на 25 років цієї дислокації — це є рішення... про мілітарну окупацію України військами іноземної держави” (Соболев Є. Не вся правда. Або як цензуються новини // <http://nslovo.com/?p=3777>). Проте випускова група відкинула запропонований текст і запропонувала дати “більш конструктивний текст. Після опрацювання матеріалу інтерв’ю Ющенка В., з нього вибрали для закадрового звучання фразу, що він закликав колишніх президентів виступити єдиною позицією щодо цього рішення”, обрубавши на тому місці, де було сказано, що цей виступ має продемонструвати, що таке рішення їм не подобається (то нічого, що у нас немає посади “цензор”, у радянські часи її теж не було, бо цензора називали “головлітом”). Цей приклад зайвий раз свідчить, що новітня цензура не потребує офіційного інституту цензури, вона діє на рівні вказівок, усних заборон, погроз та побоїв журналістів, лояльності до оточення власників (як було з сюжетом Ольги Сніцарчук до 10 річниці загибелі Гонгадзе, коли власник був проти згадування прізвища Литвина у контексті причетних до загибелі журналіста). Цей різновид цензури не стільки живиться замовчуванням події, скільки відсутністю аналізу та експертної оцінки важливих подій та розставленням потрібних владі акцентів. Таких ситуацій вже дуже багато (добре, що їх постійно моніторить і оприлюднює ТК), і вони стали можливими тому, що сучасна влада або має канали як власність (Інтер, Україна), або власники дуже близькі до влади (СТВ, ICTV). І якщо до виборів 2004 року в країні за настроєм та контентом ЗМК були і провладні (більшість), і опозиційні (меншість), то за часів президентства Ющенка, все більше медій поступово ставали опозиційними до влади, що мало свій сенс, з огляду на модель ЗМК як “сторожових псів демократії”. Однак після року перебування при владі президента Януковича критичність до влади змінилась на нейтральність.

Ці зміни в орієнтирах для ЗМК видимі завдяки моніторингу ЗМК, згідно з яким Перший національний, як найбільш владоцентричний, лідирує за кількістю текстів з ознаками замовності, замовчувань важливих суспільно-політичних подій чи процесів, які владі вигідніше не висвітлювати. Така тенденція спостерігається не тільки на цьому каналі, однак про нього варто говорити насамперед, оскільки на його базі планується створити громадське мовлення. Проте, навіть якщо події чи проблеми висвітлюють, то аналізує чи тлумачить ситуацію виключно влада. Дослідження, яке провели експерти Академії української преси та Інституту соціології, засвідчили, що “ такого дисбалансу в теленовинах не було з 2002 року, і ситуація продовжує погіршуватися. Якщо в грудні в новинах Національного каналу ... у провладних політиків було 95% часу, то в лютому опозиція взагалі практично зникла з ефіру” (<http://dif.org.ua/ua/publications/etc/23>).

Аргумент багатьох провладних депутатів, що присутність на Першому національному програма “Шустер Live” свідчить про повну свободу слова в Україні, дозволює собі заперечити тим, що влада пішла на вимушений, проте давно відомий хід: якщо явище не можна знищити, його треба очолити.

Отже, якщо підсумувати, що виявив аналіз верстки новин періоду першого року президентства Януковича, то отримаємо такий результат:

- Не зникла тенденція до поганих, депресивних новин. Середньостатистичний випуск тепер виглядає приблизно так: 28 людей померли в установах органів внутрішніх справ України цього року; в найбільшій лікарні столиці ще не увімкнули опалення; хворі із вадами серця боронили санаторій Ірпінь перед Міністерством охорони здоров'я; 3 тисячі заборозьких підприємців висловили вотум недовіри Податковому кодексу та його розробникам. Парламент повністю ввіряє владну вертикаль президенту. Історія про викрадення людини в Конотопі. (“1+1”, програма “ТСН” (за 7 жовтня 2010 р., випуск 19:30:00.))
- Відбувається спад аналітичності під час висвітлення певних проблем якот: податковий кодекс, діяльність міністра освіти (йдеться про неproblematicність представлення події, яка не дає глядачеві розуміння події).
- Відверта пропаганда влади (<http://www.telekritika.kiev.ua/medialiteracy/2010-10-09/56492>).

Останню тенденцію журналіст Андрій Куликов на зустрічі зі студентами-журналістами Львівського національного університету окреслив як намагання влади Януковича “відфотошопити дійсність”, тобто зробити її кращою, привабливішою, аніж вона є реально.

Мабуть не варто зводити вплив порядку денного новин до впливу технологій “чорного” піару. Однак якщо новинну верстку розглядати як набір сюжетів і проблем, які вибірково й цілеспрямовано у конкретний період акцентують для громадян конкретні проблеми та бажане їх оцінювання (прем'єр: “Життя стало веселіше, життя стало краще”, чи масове тиражування його доповіді з нагоди річниці роботи уряду з акцентом на те, що ціни в Україні спершу зросли, а потім відразу впали на основні продукти харчування, то неважко зрозуміти як з допомогою викладу в ЗМК потрібних фактів, їх провладної інтерпретації, замовчуванням небажаних для влади, непоясненням глибинних причин та явищ намагаються змонтувати бажану громадську думку.

Якщо перефразувати висловлювання Бернарда Коена про теорію порядку денного, що ЗМК не можуть тривалий час нав'язувати людям ЩО думати,

проте вони з помітним успіхом підказують їм ПРО ЩО думати. Як засвідчив третій досліджуваний період (2010 поч 2011р.р.), українські телеканали, насамперед Перший національний та Інтер, намагаються досягти успіху як в тому ПРО ЩО думати, так і в тому ЩО думати українцям: глядач епохи пізнього Ющенка мав знати, що влада у часи економічної кризи робить для нього все можливе, щоб полегшити йому життя. Проте що ж реально робила влада для виходу з кризи, окрім того, що сварилася між собою, ЗМК не пояснювали.

Нинішній глядач (періоду президента Януковича) отримує провладну телезагальщину про те, як з 2012 року ми будемо жити достойно, без жодного пояснення, як це станеться, якщо за рік до обіцяного щастя в українців майже “все пропало”: від гречки до шансу пожити рік-другий після виходу на пенсію. Нинішньому інформаційному споживачеві бракує аналізу, контексту, глибинних коментарів та пояснень того, що відбувається як в Україні, так і в решті складного сучасного світу з його дивними інтернет-революціями на стабільному, як досі інформували, Близькому Сході.

Тільки ж чи справді потрібні вони йому?

Чого хоче глядач?

Коли розпочався російсько-грузинський конфлікт, проводились соціологічні дослідження “Нові виклики і суспільні очікування росіян”, упродовж яких здійснювали опитування громадян Росії. Опитування продемонструвало, що попри те, що всі ЗМК посилено експлуатували тему військового конфлікту, читачів/глядачів насамперед хвилювали проблеми житлово-комунальних господарств, медицини і освіти. Хоча військовий конфлікт вперше за тривалий час спровокував інтерес до закордонних новин, бо третю частину росіян почала знову хвилювати загроза з-за кордону.

У грудні 2010 року результати опитування дослідницького центру Інституту IFAK Ukraine засвідчили, що українці на цьому етапі найважливішими проблемами вважають економічні, відсутність реальної боротьби з корупцією та безкарне свавілля міліції (<http://economics.unian.net/ukr/detail/75390>). Наприкінці лютого 2011 року ведучий ток-шоу Євген Кисельов повідомив, що як продемонстрували рейтинги перегляду, тема гречки для українців виявилась важливішою, аніж розмова про революції у північній Африці. Скандал довкола Вікіліксу теж не викликав стійкого інтересу в українських споживачів інформації (окрім журналістів) — після “касетного скандалу” їх вже нічим не здивуєш. Тільки якщо касетний скандал свого часу став одним із чинників Помаранчевого зриву, то жодні нинішні інформування про антиукраїнську Харківську угоду, політичні репресії проти опозиції, переслідування організаторів протестів підприємців, антиукраїнську освітню політику, побиття провладними депутатами представників опозиційної меншості у стінах Верховної Ради, не викликали адекватної реакції у поінформованих громадян України.

Які ТБ-канали нині маємо в Україні?

Це явно *не ланцюгові пси* демократії, бо моніторинг більшості каналів — у контексті їх неупередженості, замовності матеріалів, відсутності балансу думок, особливо на таких каналах як Перший національний, Інтер, ICTV, — дозволяє стверджувати, що вони не контролюють владу, а радше виступають її кімнатними песиками. Зайвим свідченням цього є вимога звільнити кореспон-

дента “Інтера” Р. Міщенко за сюжет про відсутність хліба у магазинах Сverdlovська та призупинення роботи міських хлібзаводів.

Модель *вільних та відповідальних* ЗМК теж важко застосувати до нинішніх українських медіареалій у контексті вже згадуваних моніторинрів. Оскільки відповідальні ЗМК мали би стати ареною для відкритого обговорення шляхів нинішнього складного стану держави та її виходу з кризи. Натомість вони найчастіше є рупором для виголошення рішень президента та прем’єра.

Вони — не *нейтральні інформатори* для суспільства, оскільки, наприклад, на основному національному каналі, який претендує стати громадським, кількість позитивних та нейтральних матеріалів з ознаками замовності про владу майже вдвічі більша, аніж у порівняно рівновіддаленого від влади та опозиції каналу СТБ, майже всім каналам характерне замовчування певних тем чи їх декларування без жодних пояснень близьких та віддалених наслідків. Якщо суспільно-важливі теми інтерпретують тільки Президент, прем’єр та їх оточення, таке висвітлення можна прирівняти до цензурування чи замовчування проблеми. Причому, замовчуються не тільки “внутрішні теми” (від зростання цін на неіснуючі послуги ЖКГ до повної відсутності пояснень громадянам, чому і у відповідності до яких законів держави її колишні керівники держави перебувають у тюрмах, якщо їм суд не висунув обґрунтованих звинувачень), але й зовнішні (як-от: особливості домовленостей між Україною і НАТО про посилення співпраці, відмову української діаспори Америки прийти на зустріч з президентом Віктором Януковичем у Нью-Йорку чи осуд австралійською діаспорою численних порушень прав і свобод в Україні за перший рік президентства Віктора Януковича).

Сучасні українські ЗМК — і не *четверта влада*. Бо якби це було так, то кожна зміна президента й уряду не викликала б таких різких перемін у редакційній політиці медій. Аналіз пост-Ющенківського періоду українського ТБ дозволяє дійти висновку, що нині нова практика журналістики відображає не суспільні зміни, а зміни в розподілі влади в суспільстві, що абсолютно неприпустимо для ЗМК, які претендують на звання демократичних. Тому найважливіше в сучасних умовах для українських ЗМК спрацювати так, щоб спонукати суспільство виробити такі механізми їхнього захисту, які б убезпечили від будь яких утисків кожної наступної влади.

THEORY AND PRACTICE OF THE MODERN UKRAINIAN TV CHANNELS AFTER MACCOMBSOM AND NOT ONLY...

Nataliya Gabor

Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine

Tel. office: (032) 239-47-75

E-mail: nat.gabor@gmail.com

Peculiarities of the changes in the editorial policy of channels in the context of changes of power in Ukraine is examined.

Key words: editorial policy, prime time, agenda setting theory, TV News Layout.

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННЫХ УКРАИНСКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ
ПО МАККОМБСУ И НЕ ТОЛЬКО...**

Наталья Габор

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,

ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина

Тел. оф.: (032) 239-47-75

E-mail: nat.gabor@gmail.com

Осуществлена попытка проанализировать изменения в редакционной политике каналов в контексте изменений власти в украинском государстве.

Ключевые слова: редакционная политика, прайм-тайм, теория формирования повестки дня, верстка теленовостей.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.2011

Прийнята до друку 06.11.2011