

А. О. Горчикова,  
асистент кафедри Теорії та методики журна-  
лістської творчості,  
Приватний вищий навчальний заклад  
«Міжнародний економіко-гуманітарний  
університет імені  
академіка Степана Дем`янчука»

Horchykova Anastasiia,  
Assistant of the Department of Theory and  
Methodology of Journalistic Work,  
Private Higher Educational Establishment  
“International University of Economics and  
Humanities named after  
Academician Stepan Demianchuk”

УДК 007:621.397.13

## **Зміни комунікативної системи в епоху інфор- маційної глобалізації на прикладі всеукраїнсь- кого телеканалу «Україна»**

### **The changes of communication system in epoch of information globalization on the example of all- ukrainian tv channel “Ukraine”**

**РЕФЕРАТ.** У статті визначено прикметні зміни в масовокомунікативному середовищі країни, які є невід’ємною частиною інформаційної глобалізації. Детально розглянуто окремі глобалізаційні тенденції, що дозволяє проаналізувати їх у контексті українського комунікативного поля на конкретних прикладах та провести аналогії. Визначено важливість повідомлень про закордонне життя й їх співвіднесення із внутрішньою державною інформацією в системі глобалізаційних змін. На прикладі телеканалу «Україна» проаналізовано кількісне залучення аудиторії до матеріалів, які продукує всеукраїнський засіб масової інформації. Визначено характерні риси, притаманні всім українським аудіовізуальним мас-медіа, які особливо яскраво показують себе в глобалізаційних змінах. Проведено порівняльний аналіз засобів масової інформації для підтвердження тези про калькування ідей та тематичної розробки питань на рівні українського інформаційного простору.

**Ключові слова:** глобалізація, комунікативна система, телебачення, інформаційне суспільство.

**ABSTRACT.** The article deals with the changes in mass-communication environment of the country as an inalienable part of information globalization. It examines in detail the certain tendencies of globalization that allows to analyse them in the context of the Ukrainian communication field on the concrete examples and to conduct analogies. It focuses on importance of the reports related to the life abroad and their correlation with internal state information in the system of globalization changes.

On the example of the television channel “Ukraine” it is analysed the quantitative involvement of the audience to materials produced by this all-Ukrainian media outlet. It is defined the special features, inherent to all Ukrainian audio visual mass-media that are shown themselves especially brightly in the changes of globalization. A comparative analysis of mass media is conducted in order to prove the thesis about counter-drawing of ideas and thematic development of questions at the level of the Ukrainian information space.

**Keywords:** globalization, communication system, television, information society.



**Вступ.** Актуальність теми змін комунікативної системи в часи глобальної трансформації інформаційних процесів визначається, в першу чергу, загальним охопленням цієї проблеми всієї інформаційної сфери. Масові комунікації як своєрідний лакмусовий папірець на тлі інформаційних процесів стають першочерговим об'єктом розгляду та аналізу глобальних перетворень. У свою чергу, наявність певних комунікативних змін зумовлює необхідність розгляду явища в комплексі та виявленню позитивних і негативних тенденцій у даній проблемі. Науковий розгляд потреб та усвідомлення локальних медіа вийти з-під егіди мас-медійних світових гігантів та аналіз можливостей до продукування оригінального інформаційного продукту без адаптацій всесвітньо розтиражованої продукції є однією із базових проблем медійного сьогодення. Також важливим моментом наукового розгляду є й проблема своєрідної монополізації інформаційного простору та глядацької аудиторії гігантами інформаційного виробництва.

Вагомий внесок у дослідження глобалізаційних проблем із різних ракурсів зробили О. Пруднікова, А. Москаленко, Т. Глобан-Клас, Дж. Сарторі, Я. Дашкевич, В. Гришина, І. Шаповалова, С. Кара-Мурза, Д. Сакса, В. Іванов та ін. Цікавий аспект інформатизації подає В. Гришин у своїй роботі «Особливості формування єдиного інформаційного простору України на державному рівні», в якій розглядає позитивний аспект включення громадян в інформаційну систему. Проблеми глобалізації та антиглобалізаційних перетворень розглядає Д. Травин у статті «XXI век, глобализация, импортозамещение, миграция».

Водночас, загальний огляд перетворень комунікативної системи із наведенням конкретних даних на прикладі відомого та впливового всеукраїнського телеканалу дає можливість розглянути проблему із нової точки зору та виявити прикметні риси, властиві саме аудіовізуальному мас-медіа в епоху глобалізації.

Метою статті є розгляд, аналіз та осмислення змін комунікаційної системи України в епоху глобалізаційних перетворень через призму конкретних даних із діяльності всеукраїнського телеканалу «Україна». Для досягнення мети було поставлено такі завдання:

- розглянути контент телеканалу «Україна»;
- виявити характерні глобалізаційні тенденції на конкретних прикладах;
- проаналізувати сучасну ситуацію в українському медіапросторі та виявити редакційні дії представників телеканалу «Україна» на бажання аудиторії;

- на прикладах конкретних програм визначити характерний комунікативний стиль подання інформації журналістами телеканалу в контексті інформаційних глобалізаційних тенденцій;

- охарактеризувати позитивні та негативні характеристики глобалізації в контексті телеканалу «Україна».

Об'єктом дослідження є українська комунікативна система в часи глобалізаційних інформаційних змін, предметом дослідження виступають глобалізаційні процеси, які аналізуються на прикладі всеукраїнського телеканалу «Україна».

Методи дослідження. Під час роботи над статтею використано такі наукові методи: загальнонауковий – при розгляді суперечностей та протистояння між природними глобалізаційними змінами в процесі переходу постіндустріального суспільства в суспільство інформаційне та специфікою трансформаційних змін власне комунікативної системи; системний аналіз – для визначення особливих структурних зв'язків між елементами досліджуваної системи; порівняльно-типологічний аналіз – для дослідження інформаційної мобільності суспільства та конкретних мас-медіа в епоху всесвітньої глобалізації. Для більш глибокого осмислення висновків та матеріал використовується також і контент-аналіз.

Результати і обговорення. Глобальний комунікативний простір тісно пов'язаний з розвитком у світі фундаментальних наук. Під потужним впливом нових комунікативних систем з'явилася культура «реальної віртуальності». Влада віртуального світу змінює тип людської свідомості, духовний світ, систему цінностей і соціальних відносин. Віртуальний дизайн перебудовує психофізіологічну систему людини, привчаючи її отримувати інформацію в невербальному вигляді, мисленням та комунікаціями – не в формі логічної конструкції, а енергетичними квантами, візуальним образом. Збільшення обсягу інформації і швидкість її поширення підвищує залежність людини від соціуму, від управлінських структур [1, с.44].

«Система глобальних ЗМІ спричинила суттєве прискорення культурного обміну. Під час цих контактів можуть зникнути традиційні форми життя і способи мислення, середовищем утвердження яких в індустріальну епоху були національні держави. Сьогодні ж глобалізацію можна трактувати як вихід (не тільки як реальність, але і як можливість) інформаційних процесів за межі територіальних держав і їх національних юрисдикцій» [2, с.324–327].



На даному етапі розвитку суспільства практично неможливо уявити собі засіб масової інформації, працівники якого б не використовували комунікативні технології, якими активно послуговуються західні колеги, або ж не обмінювалися інформацією між локальними інформаційними осередками у вигляді регіональних ЗМІ та медіагігантами на кшталт інформаційних агентств, які збирають інформацію по всьому світу чи великих телекорпорацій, які поширюють на загал не лише внутрішню інформацію, а й дані з усіх куточків земної кулі. Своєрідний замкнений інформаційний простір конкретних націй, держав та народностей зі зростанням впливу інформаційних технологій значно розширили свої інформаційні межі, стали відкритішими для задоволення інтересів як власних громадян, так і світової спільноти [3, с. 94–95]. Можливість створення не тільки внутрішньої замкнутої комунікативної системи всередині однієї держави, а стирання меж через абсолютну інформатизацію змінює не лише характеристики інформаційного, а й культурного життя. Паралельно із цим змінюється реальність, яка підміняється широко тиражованою віртуальністю всіх аспектів сучасного життя.

Вплив ЗМІ на громадську думку є незаперечним. Показ кризових трагічних чи драматичних подій відразу викликає осуд і обурення міжнародної спільноти [4]. Новини як програма, яка привертає увагу величезної кількості сучасних українців, які стабільно долучаються до отримання інформації з аудіовізуальних мас-медіа, є одним із показових виразників побутування інформаційної глобалізації на теренах сучасних українських телеканалів. Із розширенням інформаційних можливостей та збільшенням кількості матеріалів загальносвітового масштабу серйозно змінилася політика побудови ефірного часу та постановки сюжетів у новинних блоках [5, с. 26–30]. Однією із характерних змін у комунікативній системі є безперервна циркуляція інформаційних потоків без прив'язки до національних характеристик його поширювачів чи аудиторії.

Телеканал «Україна» є одним із найбільших аудіовізуальних ЗМІ в Україні. Червень 2015 р. показав, що цей канал зайняв перше місце відразу за двома аудиторіями 18+ та 18–54 років у рейтингу загальнонаціональних аудіовізуальних ЗМІ. Тому цей ЗМІ вважаємо репрезентативним прикладом для аналізу глобалізаційних перетворень. Українські телеканали почали все більше й більше уваги приділяти світовим новинам, які часто мають пріоритет перед показом «своїх новин». Так, телеканал «Україна» у щоденній інформаційній програмі «События» 4

жовтня 2015 р. почав свій випуск із матеріалу про поточні справи Володимира Путіна та його намагання відновити стабільні відносини із Заходом. 7 жовтня цього ж року пріоритет було віддано сюжету про сирійський конфлікт та можливості російських товстосумів заробити на ньому додаткові кошти. Безумовно, можливість демонструвати сюжети з усіх куточків планети збільшує можливості медіа та розширює коло поінформованості аудиторії. Негативною є тенденція до розміщення повідомлень без специфічного українського контексту, який дозволив би пересічному громадянину не просто отримати інформацію з-за кордону, а й оцінити, в якому ж руслі вона зможе вплинути на внутрішні справи держави та її мешканців.

Термін «глобалізація» став одним із символів змін, що відбуваються в сучасному світі. У науковому дискурсі навряд чи знайдеться більш популярний і при цьому менш пояснений термін. Його активно вживають, але рідко пояснюють, майже не намагаючись знайти єдиного визначення. Ймовірно, це і неможливо, маючи на увазі, що процес глобалізації зачіпає різні сфери сучасної дійсності, і більшість дослідників розглядає його окремі аспекти залежно від своїх наукових інтересів. Для дослідників ЗМІ багато виявів глобалізації лежить на поверхні. Однотипна реклама в журналах різних країн і на різних мовах, однакові телешоу, що йдуть хоча і на різних мовах, але показують однаково оформлені студії і схожих ведучих, миттєвий доступ до новин з будь-якої точки Земної кулі, ті ж самі новини на різних телеканалах, музика і кіно, загальні у всіх країнах [6, с. 52–64]. «Явища різного порядку, але однаковою природою змушують нас осмислювати прояви глобалізації в ЗМІ, одночасно сприймаючи мас-медіа і як сферу, найбільш явно піддається впливові цих процесів, і як агентів глобалізації, і як її основні рушійні сили» [7, с. 11–14].

Телеканал «Україна» тішить свою аудиторію величезною кількістю різноманітних програм та телешоу. Контент цього засобу масової інформації більше тяжіє до розважального типу медіа, аніж до аналітичного чи публіцистичного, що є характерним для величезної кількості глобальних медіа. Оскільки сучасний український медіапростір переповнений аналогічно спрямованими мас-медіа, то можна із цілковитою впевненістю говорити про велику кількість аналогій, які можна провести між зазначеним телеканалом та іншими всеукраїнськими ЗМІ. Однією із характерних рис усіх сучасних каналів є наявність ранкових шоу. На телеканалі «Україна» це програма «Ранок з Україною». На жаль, назвати його унікальним у своєму роді ніяк не можна, оскільки на телеканалі «1+1»



виходить ранкове шоу «Сніданок з «1+1», телеканал «ICTV» випускає «Ранок у великому місті», «Інтер» може виставити у той же ряд «Ранок з «Інтером», на «Новому каналі» можна подивитися «Підйом», «Ранок на П'ятому» на «5 каналі» та «Ранкові курсанти» виробництва «ТВі» аналізуються у тому ж ряді. Логічно буде зауважити, що такі поверхові прояви глобалізації, які впадають в очі буквально кожному досліднику і глядачеві не можна залишати поза увагою. Однаковість телешоу викликає природне запитання: «А в чому ж між ними різниця?». Статистика свідчить, що більша частина аудиторії не обирає конкретне ранкове шоу, глядач просто залишається вірним поту ЗМІ, який дивиться більшу частину дня.

Явища різного порядку, але ідентичної природи змушують осмислювати прояви глобалізації в ЗМІ, сприймаючи мас-медіа і як сферу, яка явно піддається впливові цих процесів, і як «агентів глобалізації», і як основні рушійні сили глобалізації, тобто приймати, що глобалізація суспільного і культурного життя стає можливою в умовах найбільш розвинених медіасистем [8, с. 37–55].

Усі телевізійні мережі в умовах глобалізації можна поділити на дві великі групи: універсальні телеканали та канали, орієнтовані на подання аналітичної інформації [9, с. 31].

Конкуренція телевізійних мереж на міжнародному інформаційному ринку відрізняється жорсткими умовами. Телевізійні мережі, роблячи ставку на «тверді» новини, втрачають глядачів, якщо у світі не відбувається надзвичайних подій. Справа в тому, що найбільший інтерес аудиторії до такого роду телеканалів спостерігається в періоди гострих міжнародних криз, збройних конфліктів. Коли настає «затишся», рейтинги каналів новин різко падають. Вимоги глядацької аудиторії багато в чому визначили сучасний образ і концепцію теленовин [10, с. 412]. Натомість універсальні канали займають таку нішу, яка завжди цікавить аудиторію, і можуть задовольнити потреби навіть найширшого кола глядачів.

Якщо аналізувати телеканал «Україна» на основі конкретно цього поділу, то можна з повним правом назвати канал універсальним. Оцінити його в розрізі аналітичного мас-медіа досить важко через мізерну кількість аналітичних програм у його контенті. У даному ракурсі можна навести всього лише кілька прикладів: цикл програм «События» як щоденних, так і тижневих, які розповідають про події та час від часу подають короткий аналіз контексту, в якому сталася та чи інша подія. Причому більшість «аналітики» припадає саме на недільні випуски. Така тенденція цілком зрозуміла,

оскільки саме у вихідний найбільша аудиторія може долучитися до програми. Також суттєвим є часовий чинник, адже недільні випуски тривають понад годину, а ось хронометраж щоденних новин не перевищує 25–27 хвилин. Другою програмою, яка може бути зарахована до серйозної журналістики, є проект «Воскресіння Розстріляного відродження». Програма представлена у вигляді авторських сюжетів, які розповідають і аналізують життя відомих митців українського слова, які жили в часи жорстоких репресій з боку уряду.

На користь зарахування телеканалу до когорти універсальних медіа свідчить практично вся програмна палітра ЗМІ. Суботні ранки аудиторія аудиторія цього мас-медіа проводить із програмою «Зірковий шлях», де мають змогу долучитися до життєвих перипетій народних улюбленців та дістати нові дані по побут зірок. Проект «Реальна містика» ставить за мету знайти матеріальне пояснення аномальним явищам. Проводячи аналогії, можна зауважити схожість згаданої програми та шоу на телеканалі «СТБ» «Битва екстрасенсів».

Одним із найпопулярніших проектів телеканалу є токшоу «Говорить Україна», в якій обговорюються актуальні теми, події та нові тенденції. В умовах глобалізаційних змін ця програма є чудовим прикладом масифікації ЗМІ та підлаштування тем, які обираються для обговорення, під середньостатистичного глядача, не беручи до уваги потреби аудиторії в аналізі, освіті та формуванні думки щодо справді важливих злободених питань. Натомість, програмна політика звертається до примітивних інстинктів аудиторії, яка бажає поділитися власними роздумами над проблемою рінопластики (випуск від 8 травня 2015 р.), послухати про проблеми із насиллям у сім'ї (випуск від 25 червня 2015 р.), розглянути думки людей, які мають нестандартні погляди на смерть (випуск від 15 липня 2015 р.) та обговорити проблеми власної гендерної ідентифікації (випуск від 11 вересня 2015 р.).

Висновки. Сучасна масовокомунікативна ситуація в Україні підвладна основним тенденціям до інформаційної глобалізації. Величезна кількість залученої аудиторії дозволяє мас-медіа не просто інформувати населення про ті чи інші події, але впливати на сприйняття громадянином ситуації в цілому. Численні перекручування та недосконалість в роботі аудіовізуальних медіа призводять до того, що реальна картина світу в пересічного українця піднімається віртуальною. Характерним виразником зсуву акцентів є тенденція до подання в ефір новин не за їх важливістю, а за географічними показниками. Контент значної кількості укра-





їнських телеканалів тяжіє до розважальності, що призводить до нехтування аналітичними та публіцистичними потребами аудиторії. Аналізуючи програми всеукраїнського телеканалу, одразу ж стає очевидним, наскільки глобалізаційна тенденція до залучення якомога більшої кількості глядачів негативно позначається на тій програмній палітрі, яка пропонується аудиторії. Позитивні моменти глобалізації в контексті доступу до різної інформації значною мірою нівелюються увагою працівників медіа до збільшення прибутку за рахунок збільшення аудиторії й подання матеріалів, які не мають у собі ніякої освітньої чи продуктивної цінності.

#### Джерела і література

1. *Глобальні трансформації і стратегії розвитку* / О. Г. Білорус, Д. Г. Лук'яненко, О. М. Гончаренко та ін. НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. – К., 1998. – 416 с.
2. *Лильо Т.* Глобалізація комунікаційного простору та національна ідентичність посткомуністичних суспільств: проблема узгодження // Українська періодика: історія і сучасність : Доп. та повідом. шостої Всеукраїнської наук.-теорет. конф. 11 – 13 травня 2000 року. – Л., 2000. – С. 324–327.
3. *Петров І. О.* Глобалізація як феномен епохи постмодерну / Петров Ігор Олександрович // Міжнародне життя. – 2003. – № 9 – 10. – С. 207–220. – Бібліогр. – Прим.: с. 220.
4. *Семотюк О.* Мас-медіа у процесах глобалізації: стан і перспективи [Електронний ресурс] / Орест Семотюк // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2000. – № 19. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n19texts/semotuk2.htm>. – Дата доступу 10.10.2015.
5. *Васіна О.* Огляд основних підходів до тлумачення новини як явища мас-медіа. / Олена Васіна // Українське журналістикознавство. – 2009. – № 10. – С. 26–30.
6. *Мейерс-Леві Д.* Як споживачі сприймають рекламні повідомлення: узагальнена теорія переконання / Д. Мейерс-Леві, П. Малавійя // Реклама. Теорія і практика. – 2004. – № 5. – С. 52–64.
7. *Вартанова Е. Л.* Глобалізація ЗМІ і мас-медіа Росії / Е. Л. Вартанова // Вісник Московського університету : Сер.10. Журналістика. – 2005. – № 4. – С. 11–14.
8. *Мельник Г. С.* Актуальні проблеми сучасності і журналістика // Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина / Мас-медіа в умовах глобалізації : взаємозв'язок глобалізації, глобалізму і трансформації. – СПб.,

2005. – с. 37–55.

9. *Зернецька О. В.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с

10. *Азроянц Е. А.* Глобалізація: катастрофа чи шлях до розвитку? Сучасні тенденції світового розвитку і політичні амбіції / Е. А. Азроянц. – М.: Видавничий дім «Новий вік», 2002. – 416 с.

#### Sources and literature

1. *Hlobal'ni transformatsiyi i stratehiyi rozvytku* / O. H. Bilorus, D. H. Luk'yanyenko, O. M. Honcharenko ta in. NAN Ukrayiny. In-t svit. ekonomiky i mizhnar. vidnosyn. – K., 1998. – 416 s.
2. *Lyl'o T.* Hlobalizatsiya komunikatsiynoho prostoru ta natsional'na identychnist' postkomunistychnykh suspil'stv: problema uz'hodzhennya // Ukrayins'ka periodyka: istoriya i suchasnist' : Dop. ta povidom. shostoyi Vseukrayins'koyi nauk.-teoret. konf. 11 – 13 travnya 2000 roku. – L., 2000. – S. 324–327.
3. *Petrov I. O.* Hlobalizatsiya yak fenomen epokhy postmodernu / Petrov Ihor Oleksiyovych // Mizhnarodne zhyttya. – 2003. – # 9 – 10. – S. 207–220. – Bibliohr. – Pryn.: s. 220.
4. *Semotyuk O.* Mas-media u protsesakh hlobalizatsiyi: stan i perspektyvy [Elektronnyy resurs] / Orest Semotyuk // Nezalezhnyy kul'turolohichnyy chasopys «I». – 2000. – # 19. – Rezhym dostupu: <http://www.ji.lviv.ua/n19texts/semotuk2.htm>. – Data dostupu 10.10.2015.
5. *Vasina O.* Ohlyad osnovnykh pidkhodiv do tлумachennya novyny yak yavyscha mas-media. / Olena Vasina // Ukrayins'ke zhurnalistykoznavstvo. – 2009. – # 10. – S. 26–30.
6. *Meyers-Levi D.* Yak spozhyvachi spryyamayut' reklamni povidomlennya: uzahal'na teoriya perekonnannya / D. Meyers-Levi, P. Malaviyya // Reklama. Teoriya i praktyka. – 2004. – # 5. – S. 52–64.
7. *Vartanova E. L.* Hlobalizatsiya ZMI i mas-media Rosiyi / E. L. Vartanova // Visnyk Moskovs'koho universytetu : Ser.10. Zhurnalistyka. – 2005. – # 4. – S. 11–14.
8. *Mel'nyk H. S.* Aktual'ni problemy suchasnosti i zhurnalistyka // H. S. Mel'nyk, A. N. Teplyashyna / Mas-media v umovakh hlobalizatsiyi : vzayemozv'yazok hlobalizatsiyi, hlobalizmu i transformatsiyi. – SPb., 2005. – s. 37–55.
9. *Zernets'ka O. V.* Hlobal'nyy rozvytok system masovoyi komunikatsiyi i mizhnarodni vidnosyny / O. V. Zernets'ka. – K. : Osvita, 1999. – 351 s
10. *Azroyants E. A.* Hlobalizatsiya: katastrofa chy shlyakh do rozvytku? Suchasni tendentsiyi svitovoho rozvytku i politychni ambitsiyi / E. A. Azroyants. – M.: Vydavnyyy dim «Novyy vik», 2002. – 416 s.

Горчыкова А. А.

Изменения коммуникативной системы в эпоху информационной глобализации на примере всеукраинского телеканала «Украина».

РЕФЕРАТ. В статье определяются приметные изменения в массово-коммуникативной среде страны, которые являются неотъемлемой частью информационной глобализации. Детально рассматриваются отдельные



глобализационные тенденции, что позволяет проанализировать их в контексте украинского коммуникативного поля на конкретных примерах и провести аналогии. Определяется важность сообщений о заграничной жизни и их соотношении с внутренней государственной информацией в системе глобализационных изменений. На примере телеканала «Украина» анализируется количественное привлечение аудитории к материалам, которые продуцирует всеукраинское средство массовой информации. Определены характерные черты, присущие всем украинским аудиовизуальным масс-медиа, которые особенно ярко показывают себя в глобализационных изменениях. Проведен сравнительный анализ средств массовой информации для подтверждения тезиса о калькировании идей и тематической разработки вопросов на уровне украинского информационного пространства.

**Ключевые слова:** глобализация, коммуникативная система, телевидение, информационное общество.