

РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЙ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ РЕГІОНУ

Людмила Путькалец

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
бул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: lputkalec@ukr.net*

Державне телебачення – один із суб'єктів в інформаційному просторі незалежної України. Проте цей вид телевізійного мовлення втрачає популярність серед аудиторії, більш рейтинговими стають комерційні телеканали. У статті досліджено роль державних телеканалів у формуванні інформаційного простору регіону та їх перспективи у громадянському суспільстві. Охарактеризоване державне замовлення програм на телебаченні та вивчено жанрові і тематичні аспекти телевізійного мовлення.

Ключові слова: журналістика, засоби масової інформації, телебачення, телевізійна програма, державне замовлення, аудиторія, комунікація, суспільне телебачення, інформаційний простір.

Криза української економіки у кінці ХХ століття негативно вплинула на розвиток аудіовізуальних ЗМІ, насамперед державної форми власності. Хоча державний сегмент телемовлення становить не більше 3 % від загальної кількості телерадіоорганізацій, особливою державних телекомпаній, зокрема обласних, є те, що вони працюють у форматі так званого публічного, некомерційного мовлення, тобто у своїй діяльності зорієнтовані не на отримання прибутків, а на виконання державного замовлення. Це передбачає забезпечення населення офіційною інформацією про діяльність органів державної влади, про події в державі та за її межами. Варто врахувати той факт, що жодна з комерційних телеорганізацій не виробляє такого великого обсягу соціально значущого програмного продукту, як державні телеканали, тобто вони завжди вимагатимуть державної підтримки.

Проблема в тому, що в умовах конкуренції державні телерадіокомпанії втрачають популярність. Більш рейтинговими стають комерційні телерадіоорганізації. У той час, коли приватні телеканали борються за глядача, державні виконують державне замовлення. Відтак треба визначитись, чи потрібне державне телебачення.

Перспективи державного і комерційного телебачення досліджував А. Яковець у праці “Телевізійна журналістика”. Науковець дійшов висновку, що “серед засобів масової інформації традиційно переплітаються інтереси і дії трьох партнерів: держави, приватних корпорацій і громадян. Власники ЗМІ, чий інтереси визначають редакційну політику і реально впливають на зміст повідомлень – окреслюють до якого виду можна віднести конкретний ЗМІ: державних, приватних, громадських” [11, с. 131]. Аналогічні проблеми В. Єгоров розглядав у дослідженні “Телевидение между прошлым и будущим”.

А. Яковець пропонує на основі державного створити суспільне телебачення, за роботу якого громадяни України сплачуватимуть абонентські внески. Проте, чи готове до цього суспільство наразі невідомо. У нашому дослідженні ми розглядаємо це пи-

тання, а також звертаємо увагу на проблему демократичної журналістики і виконання державного замовлення на державних телеканалах.

Розглядаючи українське телебачення у контексті створення суспільного мовлення, визнаємо, що державне телебачення найбільш наближене до громадського. А ситуація, коли комерційні канали популярніші, здається загрозовою. Комерційні ЗМІ не відображають факти об'єктивно, а відіграють роль рупора тих груп і осіб, які володіють приватними каналами.

Ще одна проблема державного телебачення – непрофесійність режисури і журналістів. Це гальмівний чинник у діяльності державних регіональних телеканалів. Натомість комерційні мас-медіа використовують усі технічні можливості і творчий ресурс, за допомогою високої зарплати стимулюють роботу журналістів.

Як наголошено в концепції Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, “європейський досвід розвитку телерадіоінформаційної сфери значною мірою збігається з національним розвитком державних (суспільних) телеканалів, таких як Бі-Бі-Сі, «Дойче Веле», інших європейських каналів, які контролюються громадською, опікується суспільство шляхом бюджетного фінансування та шляхом сплати щомісячних абонентських внесків власне громадянами країни” [2, с. 12].

Розвиток недержавних компаній забезпечують власники. Однак на відміну від наших реалій творчий, виробничо-технічний та фінансовий потенціал публічних ЗМІ в Європі, а також їхній авторитет у суспільстві є значно вищими, ніж у приватних студій. Альтернативи науково-технічному розвитку телебачення немає, але можуть бути різні варіанти його реалізації.

В Україні уже прийнятий закон про створення громадського мовлення на основі державного. Однак через політичну та військову нестабільність реформи практично не реалізують. Відтак поки що державні телеканали залишаються у власності держави. “Технічне переоснащення здійснюється за державні кошти, після чого приймаються нормативно-правові акти щодо усупільнення державних аудіовізуальних ЗМІ. За європейською практикою суспільні ЗМІ – це державні ЗМІ за формою власності і громадські за способом контролю за їхньою діяльністю” [2, с. 24]. Отже, суспільними можна назвати засоби масової інформації, які діють в інтересах суспільства за рахунок громадського фінансування.

Поки що діяльність обласних державних телерадіокомпаній, безумовно, залежить від державного замовлення. У 2011 році Держкомтелерадіо України частково вдосконалив формування державного замовлення. Зокрема, запровадили блокову уніфіковану сітку мовлення на 24 години, започаткували практику обміну інформаційними матеріалами щодо впровадження реформ у регіонах України. Серед нововведень – зміна періодичності. Від початку 2012 року на регіональних державних телеканалах виходять програми з періодичністю не рідше, ніж раз на тиждень. Окрім цього, державні телерадіоорганізації збільшили виробництво телепрограм за державним замовленням, адаптованих для сприйняття особами з вадами слуху. Кількість програм за державним замовленням збільшилася майже вдвічі. Проте кадровий склад у телерадіокомпаніях не змінився. Це означає, що кожен журналіст, режисер, оператор виконував у два рази більше роботи.

Після загострення військового конфлікту України з Росією фінансування державного телебачення дещо скоротилася, відтак кількість програм знову зменшилася.

Державне замовлення регулює не тільки тематику програм, а їх тривалість і періодичність. Наразі Державним комітетом телебачення і радіомовлення затверджені стандарти: програми повинні тривати 13, 26 або 52 хвилини. Щодо періодичності, то є щоденні і щотижневі передачі. Отож, серед таких стандартів небагато місця залишається для творчості.

Поки що більшість державних регіональних телеканалів України здійснюють мовлення у двох форматах: цифровому та аналоговому. Це надзвичайно затратно. Період співіснування двох систем мовлення необхідно скоротити. Для цього має бути сформований масовий попит серед населення на телевізійні послуги у цифровому стандарті. Цього не можна досягти без активного інформування українців про переваги цифрового ефірного мовлення та забезпечення окремих категорій громадян необхідними технічними засобами.

З переходом на цифровий формат мовлення посилюються вимоги до художньої і технічної якості програм. Однак виконати цю вимогу Державного комітету телебачення і радіомовлення України не дозволяє низький професіоналізм працівників обласних телерадіокомпаній і матеріально-технічна база.

Державний комітет телебачення і радіомовлення більше уваги приділив дитячим і підлітковим програмам. Зокрема, дитяча студія “Разом” Полтавської ОДТРК виробляє цікаві та пізнавальні передачі, які здобували перемогу на міжнародних конкурсах і фестивалях. Від 2011 року на Дніпропетровській ОДТРК виходить спеціалізований дитячий навчально-пізнавальний телепроект, спрямований на вивчення англійської мови. Унікальний проект також реалізувала студія “Веселка” Луганської ОДТРК, яка разом з радіо “Пульс” випустила перший аудіодиск для дітей з вадами зору, на якому записані літературні твори у виконанні не професійних акторів, а дітей.

У 2012 році, за рекомендацією Державного комітету телебачення і радіомовлення України, усі державні телерадіокомпанії збільшують частку дитячих програм власного виробництва. Їхні зусилля спрямовані на те, щоб зробити мовлення для найвибагливішої аудиторії ще змістовнішим і цікавішим.

Зокрема, в сітці мовлення обласних і регіональних телерадіокомпаній обов’язковою стала “Вечірня казка”. До показу відбираються за дитячими рейтингами кращі казки.

Щодо висвітлення діяльності влади, то у Тернопільській обласній державній телерадіокомпанії запровадили щоденні програми “Час реформ” і “Творимо сьогодні заради майбутнього”. Серед гостей – начальники управлінь обласної державної адміністрації, голови райдержадміністрацій, рідше – науковці, представники громадських організацій, ще рідше висловлюють думки жителі краю. Така ситуація не може не викликати обурення в аудиторії, оскільки нововведень значно менше, ніж про це говорять в ефірі.

Відповідно до статті 5 Закону України “Про телебачення і радіомовлення”, який поширюється і на обласні державні телерадіокомпанії, цензура інформаційної діяльності телерадіоорганізації забороняється, а телерадіоорганізація є незалежною у визначенні змісту програм. Також не допускається невмотивоване законодавством України втручання органів державної влади чи органів місцевого самоврядування, громадських чи релігій-

них об'єднань, їхніх посадових осіб, а також власників у сферу професійної діяльності телерадіоорганізацій. З цього випливає, що вмотивоване втручання таки дозволяється.

В Україні діє закон “Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування засобами масової інформації”, який визначає порядок висвітлення діяльності органів влади. Стаття 5 цього закону визначає, що порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, “засновником чи співзасновниками яких є ці органи, визначається в договорах між органами державної влади та органами місцевого самоврядування і редакціями засобів масової інформації, а також у статутах редакцій цих засобів масової інформації”. Окрім цього, органи державної влади та органи місцевого самоврядування у межах коштів, передбачених у державному або місцевих бюджетах, формують замовлення засобам масової інформації на створення та поширення інформації, зокрема авторських матеріалів про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування роз'яснювального характеру.

У законі є ще одна стаття, яка стосується висвітлення діяльності Президента – стаття 10, яка визначає, що в аудіовізуальних засобах масової інформації підлягають обов'язковому висвітленню низка видів активності Президента: його виступи, переговори, робочі поїздки.

Державне замовлення на аудіо та відеоінформаційну продукцію про діяльність Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України забезпечується Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення, яка і здійснює контроль за дотриманням порядку, форм і стандартів мовлення.

Система державного замовлення є архаїчним і сумнівноефективним організмом, як з огляду на витрачання коштів платників податків, так і з огляду на забезпечення їхніх інформаційно-культурних прав. Державна підтримка у вигляді відкритих цільових грантів на створення передач культурного, освітнього характеру, передач для дітей, передач для нацменшин потрібна, і до неї вдаються в усьому світі. Однак при цьому має бути забезпечено принцип загальності й доступу ЗМІ всіх форм власності, а не лише державної.

Відтак державне телебачення має реформуватися у громадське. Однак повинна змінитися не лише назва, а ціла система. ЗМІ мають забезпечувати інформаційні права громадян, а не бути рупором влади.

Список використаної літератури

1. Владимиров В. Журналистика, особа, суспільство : проблеми розуміння : монографія / Володимир Владимиров. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. – 272 с.
2. Головчук О. Регіональне телебачення України : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук. із соціальних комунікацій : спец. 21.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології / Олег Головчук. – Київ, 2008. – 14 с.
3. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навч. посібник / Зенон Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
4. Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим : монография / Володимир Егоров. – Москва : Вид-во МНПУ, 1999. – 224 с.
5. Капелюшний А. Практичний посібник-довідник журналіста. Редагування в ЗМІ. Аналіз і перевірка фактичного матеріалу : навч. посібник / Анатолій Капелюшний. – Львів : ПАІС, 2004. – 576 с.

6. Капрон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс : професійний poradnik / Рене Дж. Капрон; [пер. з англ. А. Іщенко]. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2005. – 158 с.
7. Машенко І. Міфи і реалії телерадіоефіру : підручник / Іван Машенко. – К. : Знання, 2005. – 256 с.
8. Шаповал Ю. Поетика телевізійної журналістики : монографія / Юрій Шаповал. – Львів, 2003. – 24 с.
9. Яковець А. Журналіст на екрані : підручник / Анатолій Яковець. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
10. Яковець А. Концепція телевізійної програми : підручник / Анатолій Яковець. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
11. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / Анатолій Яковець. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.

Стаття надійшла до редколегії 12.09.14

Прийнята до друку 05.10.14.

ROLE OF GOVERNMENT TELEVISION AND RADIO COMPANIES IN INFORMATION SPACE

L. Putkalec

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79000, Lviv, Ukraine,
e-mail: lputkaec@ukr.net*

Today the state broadcasting segment is less than 3 % of broadcasters, and they work in the form of so-called public, non-commercial, that is not focused on earning profits, but on the state order. In conditions of competition state broadcasters lose because they fulfill state order, while private TV channels fighting for the audience. However, the author proves that state television closest to the public. Author attention also is focused on the research of role of public television in shaping the information space of the region, analyzed genre and thematic aspects of television broadcasting.

Key words: journalism, media, television, television program, public order, audience, communication, public television, information space.