

УДК 379.823:316.77:79.07(477)

## КРИТЕРІЇ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОГРАМ

Нартов Є.Д., Манакін В.М.

Запорізький національний університет

У статті розглянуті та проаналізовані різні підходи до визначення якості продуктів діяльності творчих працівників ЗМІ. Запропоновано систему оцінки якості телевізійного продукту із використанням попередніх досліджень у сфері друкованих медіа із урахуванням специфіки виробництва ТБ контенту. Розкрито проблематику сучасного українського телебачення та шляхи до поліпшення якості телевізійних програм на загальнонаціональному рівні.

**Ключові слова:** телевізійна програма, якість, українське телебачення, методика, журналістика, ЗМІ, інтелектуальна преса.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан українського телебачення можна назвати критичним. В умовах зовнішньої військової та інформаційної агресії, економічної кризи фінансування культурних сфер діяльності, до яких відноситься і телевізійне виробництво, відходить на другий план. До того ж, 2015 рік став роком змін у законодавстві, які ускладнили і без того скрутне становище великих загальнонаціональних каналів. Наразі, вони змушені вживати заходів до підтримання своєї життєдіяльності та задоволення будь-яких забаганок свого глядача, аби втримати високі показники рейтингу. На жаль, глядацький попит у цьому випадку складений з позицій, які посідають далеко не верхні ланки у піраміді Маслоу. Невибагливість українського глядача у питанні наповнення телевізійного ефіру рок за роком породжує нову хвилю другосортної продукції на екранах телевізорів, і навпаки. Проблемі первинності попиту та пропозиції окреслив свого часу Карл Маркс. Отже, зрушити з мертвої точки питання якісних програм на українському телебаченні можливо лише об'єднавши зусилля виробників телепродукту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Огляд літературних джерел показав, що дослідженням питання якості преси займалися як українські, так і зарубіжні вчені: В.Ф. Іванов, Г.В. Кузнецов, А.А. Тертичний, А.З. Москаленко, Peter Anderson, Bob Franklin, John Merrill та інші.

**Виділення не розв'язаних раніше частин загальної проблеми.** Питання визначення якості та класифікації ЗМІ за цим показником на пострадянській території порівняно нове, адже появу вільної преси на території колишніх республік СРСР знаменував собою 1991 рік, рік розпаду вищезгаданої наддержави. За 24 роки, кириличне наукове товариство видало декілька наукових праць, присвячених якості преси, але телевізійний дискурс, чомусь, не прийшовся науковцям до душі; це дає підстави на переосмислення значення терміну «якісна преса» з урахуванням специфіки виробництва ТБ та особливостей його функціонування.

**Мета статті.** Мета дослідження зумовлена необхідністю підвищення рівня медіаграмотності населення за рахунок створення методики оцінювання якості телевізійних програм, її популяризації, і, як наслідок, підвищення попиту на високоінтелектуальне наповнення національного та регіонального телевізійного ефіру та зменшення ризику маніпулятивного впливу ЗМІ на глядача.

Мета статті передбачає реалізацію таких завдань:

- 1) дослідження методів визначення якості продуктів творчої діяльності працівників засобів масової інформації;
- 2) їх систематизація у телевізійному дискурсі;
- 3) розробка шляхів до поліпшення якості телевізійних програм.

Мета і завдання дослідження зумовлюють комплексний підхід до обрання методів дослідження. Головними з них є:

- 1) діалектичний метод як загальний метод наукового пізнання;
- 2) загальнонауковий метод (аналіз, синтез, абстрагування узагальнення, наукова індукція, дедукція, класифікація);
- 3) методи теоретичного дослідження (формалізація, аксіоматичний метод, статистичні методи, гіпотетико-дедуктивний метод та ін.)

**Виклад основного матеріалу.** Здобуття українським телебаченням незалежності випередило незалежність державну майже на 3 роки. У 1989 році у Миколаєві була заснована перша приватна телекомпанія «ТОНІС» – Творче об'єднання нових інформаційних систем. Життєвий шлях цього каналу частково ілюструє історію становлення національного телевізійного ринку. «За 24 роки існування Tonis залишався вірним концепції пізнавального українського каналу та формував програму, виходячи з запитів свого глядача», – пишуть на сайті каналу. Деяко нижче телевізійники вказують: «Враховуючи потреби часу, 1 грудня 2011 року Tonis оновив концепцію: канал став соціально орієнтованим і висвітлює проблеми і питання, що хвилюють пересічних українських громадян. Оновлений Tonis почав виходити під слоганом «Перший соціальний телеканал» [8].

Виходить, глядач втратив жагу до пізнання, а проблеми побутові вийшли для нього на передній план. Бажання дізнаватись, вміти, розуміти та досліджувати щось нове у пірамідальній системі цінностей та потреб Абрахама Маслоу знаходиться приблизно посередині, а от соціальні проблеми у більшій мірі торкаються двох основних та найнижчих сегментів: фізіологічного (голод, спрага, статевий потяг та ін.) та потреб безпеки (відчуття захищеності, позбавлення страху та невдач).

Зниження рівня потреб українців говорить ні про що інше, а про зниження якості їх життя. 2011 рік – став другим роком правління одіозного 4-го Президента України Віктора Януковича. Тоді він і сам не заперечував факт наявності

проблем у суспільстві і зізнався у цьому в одному зі своїх інтерв'ю: «...одна із погроз полягає у низькому рівні життя людей та можливості його погіршення у наступному році через ріст цін, поглиблення кризи в медицині, освіті, низькому рівні соціального захисту». «Це – прямий шлях до соціальної напруги, посиленню епідемії соціальних та інших небезпечних хвороб», – додав він [11].

Як бачимо, медіа є барометром соціальних метаморфоз, а якість продукту екранного падає разом із якістю життя свого глядача. Останній параметр дещо легше визначити, ніж перший. Якщо людина здатна забезпечити себе їжею, одягом, житлом, автомобілем та сімейним відпочинком раз на рік, то можна сказати, що якість її життя прийнятна. А як бути із якістю продукту телевізійного?

Якщо намагатись визначити, що ж таке якісна журналістика, ми, мимоволі, братимемо участь у віковій дискусії про те, що є мистецтвом, а що ні. Якість видається характеристикою дуже суб'єктивною. На те, як людина трактує це поняття, впливають такі фактори, як її власні інтереси, знання, вподобання та, як ми вже переконались, політика. Але є один цікавий момент: деякі англійці, ніколи не будуть довіряти ліво-центристській *Guardian*, а інші, будуть піддавати сумніву те, що друкує консервативна *Daily Telegraph*, проте, широкою публікою, обидва ці видання вважаються якісними. Розмірковуючи над цим, важко уникнути іншої пастки: нескінченний диспут про об'єктивність, суспільну довіру та пошуки істини в журналістиці.

Важливо зрозуміти, що універсальних критеріїв якості у журналістиці не існує. Судження про якість часто мають свою культурну специфіку або пов'язані із соціально-економічним фоном, рівнем освіти і т. ін. Цікаво, що навіть Пулітцерівська премія – найвідоміша у світі нагорода за журналістську майстерність – не має набору критеріїв для оцінки того, який журналістський твір гідний головного призу, а який ні.

Якщо подивитися на якість з трьох основних боків, то з точки зору публіки важливо – наскільки добре ЗМІ інформує, виконує просвітницьку функцію і розважає аудиторію та що аудиторія думає про ЗМІ. Не є секретом, що телеканали бажають знати, що про них думає глядач і чого він бажає. Для цього більшість телевізійників проводять спеціальні опитування або статистичні вимірювання. Також редактори та журналісти створюють свої власні критерії якості та правила поведінки, так званий редакційний статут. Виміряти якість можна і з точки зору ресурсів, які були використані, аби створити матеріал, наприклад, час або гроші. Питання взаємозв'язку між інвестуванням та якістю кінцевої продукції цікавило багатьох вчених. Але є дві точки зору, на які, на нашу думку, найбільш доцільно спиратися – журналістська і академічна – вони представляють думки, які навряд чи знайдуть відгук в аудиторії, яка замість якісної преси та аналітичної програми віддасть перевагу таблоїдам та X-Фактору. Таблоїд, у перекладі з французької означає картина, зображення. Це малоформатна газета з надмірними ілюстраціями, що оприлюднює сенсаційні повідомлення і розрахована на

невибагливих читачів. Зазвичай, таблоїди ще називають «жовтою» пресою. [9]

Можна стверджувати, що засудження популістського стилю бульварної журналістики – це прояв снобізму. Зазвичай, редактори таблоїдів виправдовуються, що їх видання такі популярні тому, що вони друкують те, чого вимагають від них читачі, отже, вони не такі вже й погані. Високий рівень конкуренції, змушує якісні видання запозичувати у таблоїдів стиль викладу матеріалу та навіть зміст деяких статей. [5]

Тревор Кавана, колишній шеф-кореспондент політичного відділу газети *The Sun* казав, що значення має не те, яку частину газети складають серйозні новини, а загальна кількість читачів цієї газети: «Якщо коротко, з точки зору впливу на політичні явища, можна сказати, що популярну журналістику слід вважати, навіть, більш значущою аніж так-звану «якісну» або «інтелектуальну» журналістику, тому її необхідно сприймати більш серйозно.» [7]

Тим не менш, залишається досить велика частина аудиторії, апетит якої, до якісної журналістики продовжує зростати. Вік цифрових технологій пропонує нам безліч новин та коментарів для всіх видів аудиторії. Проблема в тому, що платити з це хочуть одиниці.

Ми не намагаємось виміряти якість, щоб підтвердити її кореляцію з будь-якими бізнес-моделями. Ми просто намагаємось визначити, як виміряти якість, щоб це було прийнятно якщо не для всіх, то для більшості журналістів. Існують журналістські стандарти та кодекси, які характеризують якісну журналістику. Усі вони мають багато спільного із роллю вільної преси у громадському суспільстві. Якщо цей різновид журналістики зникне, всі ми потрапимо у халепу. Функціонуюча демократія не може існувати без поінформованого суспільства. Аби брати участь у виборах або у громадському житті, українці повинні знати, що коїться у країні, а ще краще – у світі. Журналістика – найбільш прийнятне та, сподіваємось, заслуговуюче на довіру джерело, з якого можна ці знання почерпнути.

У книзі *The Elite Press. Great newspapers of the World* (1968) Джона Меррілла приведене оглядове дослідження на тему якісної журналістики. Тут він наводить наступні критерії, які, на його думку, характерні для якісної преси: вона безкоштовна, смілива, відповідальна, незалежна, інтерактивна.

Меррілл приходить до визначення лідируючої за якістю газети, виходячи з результатів власних досліджень. Ось п'ять достатньо великих категорій, які, на думку автора, і становлять якість:

1) незалежність; фінансова стабільність; цілісність; наявність у публікаціях соціальної проблематики; високий рівень написання та редагування журналістських матеріалів;

2) стійкість переконань та зрозумілість акцентів; світова свідомість; відсутність сенсаційності у статтях і верстці;

3) акцент на політиці, міжнародних відносинах, економіці, соціальній сфері, культурі, освіті та науці;

4) зацікавленість у залученні, розвитку та утриманні великого, освіченого, красномовного та технічно підкованого штату працівників;

5) готовність обслуговувати і розширяти коло освічених, інтелектуальних читачів всередині країни та за кордоном; бажання звертатися та впливати на лідерів громадської думки всюди, де тільки можна [6].

Джона підтримують і вітчизняні журналістикознавці. Результатом дослідницької роботи львівського науковця Бориса Потятиника став список з 7 характеристик, які властиві якісному виданню. Складаючи їх, він спирався не тільки на свої міркування, а й на досвід американських викладачів журналістики, серед яких він проводив опитування. Отже, для якісної преси характерні:

1. Повнота і всебічність висвітлення закордонного та внутрішнього життя, в тому числі політики, економіки, мистецтва, науки та освіти.
2. Наголос на глибокій інтерпретації подій, створення тла, на якому розгортаються новини.
3. Гідність, характерна для оформлення і стилю.
4. Відсутність істерії та культурний тон.
5. Неупередженість та високоетичний підхід до справи.
6. Зацікавленість загальнолюдськими проблемами.
7. Орієнтація, що виводить часопис за межі сенсаційності та провінціалізму [4].

Як бачимо, критерії визначення якості друкованої преси у різних дослідників збігаються. Сходяться вони і в думці, що основною перевагою таких ЗМІ є їх аудиторія. Вона відрізняється високим рівнем інтелектуального розвитку, наявністю вищої освіти, певним соціальним статусом.

Сутність поняття аудиторії полягає в тому, що її можна визначити як стійку сукупність людей, котра виникає на підставі спільності їх інформаційних потреб. Чим глибше і краще будь-який орган масової комунікації відповідає на запити людей, тим ширша і сталіша його аудиторія. Таким чином, величина аудиторії є показником, з одного боку, важливості органу мас-медіа, і, з іншого, – масштабів його впливу [1].

На підставі поняття елітарної аудиторії, науковець О. Тертичний зараховує до засобів елітарної інформації такі:

- наукові видання;
- експертні видання;
- спеціалізовані «серйозні» видання;
- науково-популярні видання;
- видання, що спеціалізуються на жанрі журналістських розслідувань.

У книзі «Аналітична журналістика», дослідник пропонує таку класифікацію:

- елітарні (якісні) ЗМІ;
- масові ЗМІ;
- гібридні ЗМІ [10].

Спробуємо екстраполювати вказані вище ознаки якісної преси на телебачення, враховуючи його специфіку, адже не всі пункти є актуальними для ТБ. Наприклад, газета потребує менше технічного устаткування, кваліфікованого персоналу, квадратних метрів, коштів на оформлення ліцензії на мовлення та багато чого ще. Зважаючи на це, друкованим виданням, як і всім іншим у порівнянні з телебаченням, необхідно набагато менше засобів до існування, тому фінансова стабільність, а як наслідок, і незалежність залишається під знаком питання. На-

разі, такі умови не здатен забезпечити собі жоден з українських каналів, окрім «Громадського ТБ». Ні для кого не секрет, що решта підпорядковується декільком олігархам, і ні про яку незалежність говорити не доводиться [2].

Ще одним важливим моментом є відмінність, зумовлена особливістю телебачення: журналісти та ведучі – люди публічні. Переважна більшість каналів переймається долею своїх працівників у вільний від роботи час, і ознакою гарного тону вважається відсутність чорних плям у біографії.

Також не останню роль відіграє імідж ведучого: його вік, стать, зачіска, одяг та інші параметри. Така увага до деталей аргументується ступенем довіри та сприйняття інформації. Глядач ліпше буде вірити чоловікові років 40, аніж 22 річному випускнику журфаку. До речі, завідувач кафедри телебачення та радіомовлення МДУ Георгій Кузнєцов радить слідувати прикладу молодіжної редакції петербурзького каналу «Горизонт» та взагалі не брати на роботу тих, хто вчився на факультеті журналістики. Таку позицію він виправдовує низьким рівнем професійності колишніх студентів [3].

Ще однією ознакою якості у дискурсі ТБ можна пов'язати із низькою насиченістю рекламою або взагалі її відсутність – це повага до глядача. Такою характеристикою можуть похизуватися хіба що зарубіжні гіганти медіаринку, канали на кшталт Discovery та National Geographic. Щоправда, тематика їх мовлення відрізняється від норм якісної друкованої преси, але освітньо-розважальну функцію вони виконують «на відмінно». На жаль, проекти такого масштабу на території України з'являються тільки у кабельних мережах.

**Висновки і пропозиції.** Критерії визначення якісної преси, розроблені закордонними та вітчизняними науковцями, здебільшого є актуальними і для телевізійного продукту. Серед них: повнота і всебічність висвітлення закордонного та внутрішнього життя, в тому числі політики, економіки, мистецтва, науки та освіти; наголос на глибокій інтерпретації подій, створення тла, на якому розгортаються новини; гідність, характерна для оформлення і стилю; відсутність істерії та культурний тон, неупередженість та високоетичний підхід до справи; зацікавленість загальнолюдськими проблемами, орієнтація на виведення контенту за межі сенсаційності та провінціалізму.

Основна проблема полягає у неготовності глядача до появи якісних медіа, які відповідають вищезазначеним критеріям і відсутність розуміння самої можливості існування чогось відмінного. Національний телевізійний простір наразі переповнений розважальними проектами, які покликані відвернути увагу людей від реальних проблем суспільства та зібрати максимальні рейтинги. Тотальний контроль за засобами масової інформації з боку певних бізнес-еліт зводить на нівець шанси появи якісного, а значить – інтелектуального телебачення в Україні.

Шлях до поліпшення якості телевізійного продукту на території нашої держави ми вбачаємо в (1) активізації інтелектуального та творчого потенціалу наших громадян; (2) створенні проектів на базі мережі інтернет із наступним виходом в

ефірне мовлення; (3) ревізії основних національних телевізійних ЗМІ на предмет джинси, а їх фактичних власників – на предмет фінансової чистоти; (4) введення курсу медіаграмотності або його елементів в курси історії, економіки, політології в шкільних та університетських програмах.

### Список літератури:

1. Іванов В. Ф. Соціологічні дослідження аудиторії мас-медіа [Електронний ресурс]. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280>
2. Король Д., Віннічук Ю., Косенко Д. Інформація – зброя: кому належать українські ЗМІ [Електронний ресурс]: Інсайдер: [сайт] / Дмитро Король. – Режим доступу: [http://www.theinsider.ua/infographics/2014/2015\\_smi/vlasnyky.html](http://www.theinsider.ua/infographics/2014/2015_smi/vlasnyky.html)
3. Кузнецов Г. В. Критерии качества телевизионных программ / Георгий Владимирович Кузнецов. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002, 69 с.
4. Москаленко А. З. Теорія журналістики: навч. посіб. / Анатолій Захарович Москаленко. – К.: ЕксОб, 2002. – 334 с.
5. Bob Franklin Newszak and News Media / Bob Franklin. – London: Bloomsbury Academic, 1997. – 320 p.
6. John Merrill The elite press. Great newspapers of the world / John Merrill. – London: Pitman Pub, 1968. – 336 p.
7. Peter Anderson, Geoff Ward The Future of Journalism in the Advanced Democracies / Peter Anderson, Geoff Ward. – Farnham: Ashgate Publishing, 2007. – 297 p.
8. Сайт телеканалу Tonis [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.tonis.ua/>
9. Словник журналіста: Термінию мас-медіа, статті / За заг. Ред. Ю. М. Бідзілі. – Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
10. Тertychnyy A. A. Аналитическая журналистика: учеб. пособ. для студ. вузов / Александр Алексеевич Тertychnyy. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 352 с.
11. Янукович спрогнозировал снижение уровня жизни украинцев [Електронний ресурс]: Українські новини: [сайт] Режим доступу: <http://ukranews.com/news/31533.---ru>

**Нартов Е.Д., Манакин В.Н.**

Запорожский национальный университет

## КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ

### Аннотация

В статье рассмотрены и проанализированы различные подходы к определению качества продуктов деятельности творческих работников СМИ. Предложена система оценки качества телевизионного продукта с использованием предыдущих исследований в области печатных медиа с учетом специфики производства ТВ контента. Раскрыта проблематика современного украинского телевидения и пути к улучшению качества телевизионных программ на общенациональном уровне.

**Ключевые слова:** телевизионная программа, качество, украинское телевидение, методика, журналистика, СМИ, интеллектуальная пресса.

**Nartov E.D., Manakin V.N.**

Zaporizhzhya National University

## THE CRITERIA FOR DETERMINING THE QUALITY OF TV PROGRAMS

### Summary

The article describes and analyzes various approaches to determine the quality of the products of creative media professionals. The system of assessing the quality of television products using previous research in the field of print media from specific production of the TV content. The article has shown some problems of modern Ukrainian TV channels and ways to improve the quality of television programs on the national level.

**Keywords:** television program, quality, Ukrainian TV, methodology of journalism, media, intellectual press.