

Наталія Каралкіна ,

канд.філол.наук

УДК 070.1:654.197 (477.87):32.019.5

РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ «ТИСА-1»)

У науковій статті обґрунтовується важливість телевізійних ЗМІ у формуванні громадської думки; з'ясовується специфіка її висвітлення громадської думки на телеканалах регіонально-го масштабу, зокрема зосереджено увагу на особливостях мовлення державних та приватних телеканалів. У висновковій частині визначено найважливіші проблеми регіональної телевізійної журналістики у контексті висвітлення громадської думки.

Ключові слова: громадська думка, ЗМІ, регіональна журналістика, телепростір.

Вступ. Проблема взаємовпливу телевізійних ЗМІ і громадської думки актуалізується під час воєнних дій та інформаційної війни. Попри існування широкої мережі інтернет-медіа, телебачення й надалі суттєво впливає на свого глядача, сприяє формуванню його поглядів і переконань. Регіональні телевізійні ЗМІ найбільше наближені до свого глядача, тому вважаємо актуальним визначення питання їх ролі у формуванні громадської думки мешканців найзахіднішої області України. Ця проблематика є малодослідженою, і на сучасному етапі розвитку мас-медіа набуває особливого значення з огляду на необхідність захисту національних інтересів. Дослідження сприятиме визначенню пріоритетів регіонального мовлення на Закарпатті у період створення сусільного мовлення.

Базовими працями під час визначення впливу регіональних ЗМІ на формування громадської думки стали культурологічні дослідження проблем розвитку культурно-інформаційного простору, функціонування мас-медіа в Україні, які здійснили О. Гриценко [1, с. 2], І. Лубкович [2], І. Михайлин [3], Б. Потятиник [4], В. Різун [5] та ін.; роботи з історії та теорії політичних і соціокультурних трансформацій періоду незалежності, виконані В. Єгоровим [6], С. Абрамовим [7].

Регіональному телебаченню приділяє увагу Є. Дугін («Місцеве телебачення: типологія, чинники та умови формування програм» [8]) та Є. Солонін [9], праці якого стосуються інформаційного телепростору Луганщини. Чимале значення для нашого дослідження має праця Г. Кузнецової «Телевізійна журналістика» [9]. Сучасна дослідниця К. Беломоїна [10, с. 7] розглядає проблеми регіонального телебачення в Україні і виокремлює переваги мовників, які сформувалися за часів незалежності.



Також у процесі дослідження звертаємося до інформаційно-аналітичного порталу «Телекритика» [11], журналісти якого здійснюють постійний аналіз сучасної медіасфери, проводять обговорення актуальних питань.

Метою наукової статті є з'ясування особливостей функціонування громадської думки на державному і комерційних телеканалах Закарпаття, визначення ролі регіонального телебачення у формуванні громадської думки.

Методи дослідження. Серед основних методів дослідження використовуються як загальнонаукові, так і прикладні: описовий, який дає змогу краще пізнати якісні особливості явища, а також діалектичний, компаративний, структурно-функціональний, статистичний. Діалектичний метод лежить в основі аналізу сутності суперечностей, які виникають під час спроб перетворення дійсності, а також керування суспільною свідомістю через телевізійні ЗМІ.

Результати й обговорення. Особливістю сучасного світу є те, що цивілізація наприкінці ХХ - на початку ХХІ ст. поступово перетворюється на інформаційну. Тому діяльність ЗМІ стає невід'ємним складником розвитку суспільства: саме вони визначають орієнтири, пропонують шляхи вирішення проблем. Сьогодні можемо говорити про глобалізоване інформаційне суспільство, хоча доволі важко стверджувати, якого впливу в ньому більше – позитивного чи негативного. Погоджуємося з думкою О. Гриценко щодо проблеми поширення «глобальної масової культури, яка призводить до стандартизації масової свідомості на основі культурних зразків, створених на Заході і неприйнятних для багатьох регіональних етнічних спільнот зі своїми власними традиціями. Крім того, специфікою глобалізаційних процесів в умовах становлення інформаційного суспільства є те, що політичні інститути держави поступово втрачають контроль над змістом інформаційного простору» [5, с. 13]. Дослідниця стверджує, що такий вплив загрожує національному інформаційному простору й ефективному державному управлінню. Вважаємо, що подібний вплив може призвести до копіювання чужих зразків поведінки і нівелювання національних інтересів.

Суспільство дедалі більше стає залежним від інформації в реалізації економічних і політичних інтересів. Проте інформація може відігравати як конструктивну, так і деструктивну роль.

Медіа створюють певні аксіологічні моделі поведінки, з якими реципієнти співставляють свої моральні принципи, ціннісні орієнтири і навіть виробляють під впливом трансльованих зразків певні стереотипи мислення. Визначальним є те, що масові комунікації не лише забезпечують можливість масового охоплення великих аудиторій, але й пропонують суспільству низку нових ціннісних домінант, які можуть «вростати» в масову свідомість, витіснити попередні цінності реципієнта, соціальних груп чи соціуму загалом [12, с. 14].

У журналістикознавстві є поняття соціальної місії, яка полягає у формуванні громадської думки та управлінні масовими емоціями. Зрозуміло,



що ідеального суспільства не існує. Однак можливий усвідомлений, прогресивний, раціональний розвиток людства.

Не можемо заперечувати того, що процеси демократизації у суспільстві активізують ЗМІ, спонукають їх до участі в обговоренні актуальних проблем. «Засоби масової комунікації завжди виступають вагомим чинником, що впливає на розвиток всіх соціо- та етнополітичних явищ, особливо в переломні для життя країни часи. Цьому сприяє їх особливість – ЗМІ належать до швидко змінюваних мобільних суспільних інститутів» [13, с. 61]. У такий спосіб мас-медіа виконують політичну, управлінську роль у житті соціуму.

Громадська думка, наявність якої є ознакою демократичного суспільства, постійно впливає на діяльність системи ЗМІ. «Реальна роль мас-медіа полягає не в тому, щоб бути «четвертою владою», а в тому, щоб, по-перше, виступати посередником між суспільством, громадськими організаціями і державними, політичними та владними інститутами. По-друге, саме мас-медіа відіграють головну роль у процесі формування громадської думки, привертаючи увагу членів суспільства до нової, суспільно значущої проблеми чи до оцінки тих чи тих явищ [1, с. 15]», – переконана дослідниця О. Гриценко.

Цю думку підтверджує і те, що журналістика передусім є соціальним інститутом, що «створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегулюючої системи» [3, с. 26]. Суспільна проблематика включає весь тематичний комплекс, який розробляють журналісти. З врахуванням висвітлених проблем визначається актуальність їхніх матеріалів.

Отже функції мас-медіа, за І. Лубковичем [2, с. 139], полягають у тому, що вони виражають громадську думку, постачають інформацію для її формування та формують громадську думку.

Зважаючи на таку важливу місію, дуже малий відсоток медіа можна назвати об'єктивними щодо висвітлення інформації. «Оскільки ЗМК стали активними учасниками політичної боротьби між різними партіями та громадськими організаціями, у сучасному українському суспільстві політична комунікація, що реалізується саме за допомогою мас-медіа, має суперечливий характер, досить часто призводячи не до інтеграції суспільства, а до драматичного напруження у протистоянні різних сил. У цьому проявляється бінарність сучасних мас-медіа, тобто їх конструктуоча та деструктуоча роль» [5, с. 25].

У сучасному світі дедалі більшого значення набуває властивість мас-медіа звертатися до гуманістичних основ, зважати на моральні принципи, апелювати до них і в такий спосіб виховувати свого глядача. «У результаті спільної діяльності вчених і державних адміністраторів домінантою



мовлення повинні стати виявлення загальних для аудиторії цінностей, обговорення та вирішення загальних проблем і протидія деструктивним, небезпечним для життя суспільства тенденціям» [10, с. 339].

У тоталітарних державах на громадську думку впливає пропаганда, й її найбільший вплив на реципієнтів виявляється через телебачення. Колись державне ТБ було найважливішим важелем влади й управління країною. Сьогодні підхід до цього виду ЗМІ суттєво змінився, однак державне телебачення й досі покликане відстоювати інтереси країни, оскільки фінансується і цілком контролюється державою. Після створення чималої кількості приватних телеканалів державні ЗМІ дедалі частіше втрачають свого глядача через відсутність коштів для оновлення студій, гідної оплати праці співробітників та й сам підхід до програмного наповнення. Вони балансують між замовленням держави і запитами глядачів щодо виготовлення програм. Найкращим виходом з цієї ситуації є роздержавлення медіа і створення суспільного мовлення в Україні.

На сучасному етапі розвитку ТБ варто зважати на комерціалізацію ефіру. Провладні ЗМІ перейшли до рук приватних власників і наразі виконують їхні замовлення. Але є одна суттєва відмінність між комерційними і державними медіа – це боротьба за рейтинг. Воно існує завдяки рекламі, тому для його існування важлива наявність рекламодавців і спонсорів. Комерційне телебачення змушене орієнтуватися на масовість, зважати на розважальність, демонструвати видовищність. Саме тому новинні програми на таких телеканалах варто піддавати сумніву, порівнювати з винами інших ЗМІ.

Вважаємо, що на шляху становлення суспільного мовлення в Україні підходи до телебачення повинні змінюватися. ЗМІ мають досліджувати громадську думку, бути поінформованими про запити суспільства й відповідати на них.

Роль регіонального ТБ у формуванні громадської думки впливає із значення місцевих ЗМІ, діяльність яких спрямована на задоволення інформаційних потреб передусім місцевих мешканців. «Посилення ролі регіонального телебачення нині зумовлене, по-перше, великою довірою до нього населення порівняно з центральними каналами, а по-друге, його завданням – стати ключовою сполучною ланкою в системі комунікацій, яка об'єднує населення регіону на основі культурних цінностей, самобутніх традицій» [14], – переконана науковець К. Беломоїна. Водночас її тезу про посилення ролі регіонального телебачення і довіри до нього місцевого населення піддаємо сумніву. Вважаємо, що в кожному регіоні склалася особлива ситуація щодо популярності медійників, на яку впливає як рівень освіченості споживача інформації, так і професійність працівників ЗМІ. На Закарпатті, зокрема, трапляються випадки викривлення інформації журналістами, подання її під певним кутом зору, вигідним власникові медіа тощо. Такі випадки є неприпустимими, оскільки вони підривають



довіру споживачів до всіх мас-медійників, призводять до створення негативного іміджу видань і телеканалів.

На Закарпатті сьогодні функціонує державна регіональна телерадіокомпанія «Тиса-1», яка має півстолітню історію і сьогодні веде цілодобове мовлення [15]. Зважаючи на те, що в області проживають понад 30 національностей, телеканал виконує вкрай важливу функцію для задоволення їхніх інформаційних потреб. Мовлення на «Тисі-1» ведеться, крім української, угорської, словацької, румунської, ромської, німецької, російської та русинської мовами. Крім ЗОДТРК «Тиса-1», в області функціонують ще п'ять приватних телеканалів: ТРК «Мукачєво (М-Студіо)», «21 канал», «Перший кабельний», «РТК Хуст», «Виноградів ТВ». Жоден із них не має такого штату працівників, як державний телеканал, і не веде цілодобове мовлення. Усі закарпатські канали сьогодні виробляють програми новин, однак найбільш оперативними є «Тиса-1» і «М-студіо». Журналісти усіх телемовників готують розважальні передачі, натомість аналітику пропонують доволі рідко і намагаються подавати такі проекти у форматі ток-шоу. Негативною тенденцією функціонування всіх закарпатських телеканалів є те, що жоден із них не досліджує свою аудиторію. До думки громадськості звертаються лише з метою проведення бліц-опитувань для підготовки певних сюжетів чи програм.

Зменшення дистанції між джерелом інформації, журналістом і споживачем у регіональних ЗМІ створює чималі можливості для розвитку місцевого телебачення. Генеральний директор каналу ICTV Олександр Богущкий вважає, що «єдине джерело успіху регіонального телебачення – місцеві програми, насамперед новини. Розвиток місцевих інтересів і можливість (виключна!) повністю відобразити їх на місці – запорука успіху, розвитку і доброти місцевого (регіонального) телебачення» [11].

Регіональне телебачення чинить потужний вплив на ціннісні орієнтації аудиторії, її ідеали, прагнення, моделі поведінки. Місцеві телестудії допомагають глядачеві вивчити навколишню дійсність, зрозуміти й оцінити соціальні явища, виробити свою позицію стосовно них. Водночас регіональне телебачення транслює і зміцнює в суспільстві національні цінності, підвищує загальну культуру населення. Багато в чому саме від місцевого ТВ залежить, якими ідеями керуватиметься соціум, які ідеали стануть його основою [14]. Задоволення запитів різноманітних груп глядачів має стати основною метою діяльності регіональних телевізійних ЗМІ.

Висновки. Таким чином, зважаючи на роль регіонального телебачення у процесі формування громадської думки, вважаємо за потрібне виокремити найважливіші принципи функціонування телевізійних ЗМІ у регіонах:

1. Саме мас-медіа повинні стати одним із найважливіших чинників формування політичної культури на місцевому рівні. Громадська думка є виразником ідей громадянського суспільства.



2. Засіб формування і висловлення громадської думки не має бути засобом насадження ідей окремих соціальних груп, політиків, власників телеканалів. Оптимальним рішенням на шляху збереження демократії у ЗМІ є залучення якомога більшої кількості ініціативних громадян для вдосконалення діяльності засобів масової інформації. Звідси випливає необхідність створення суспільного мовлення з мережею суспільних мовників у регіонах.

3. Під час роботи над концепцією мовної політики регіональних телеканалів необхідно правильно визначити співвідношення суспільно-політичного, документального та художнього мовлення. Телепрограми повинні бути збалансованими й різнобічними, проходити кілька рівнів перевірки фактів та інформації. Програмне наповнення має задовольняти потреби різновікової аудиторії.

4. Регіональні телеканали завжди матимуть перевагу перед всеукраїнськими, оскільки вони наближені до свого глядача, бачать зсередини його проблеми і дають відповіді на запитання, що цікавлять місцеву аудиторію. Близькість журналіста до глядача дає змогу знаходити унікальних героїв.

5. Місцеві телекомпанії випереджають всеукраїнські в ексклюзивності щодо висвітлення інформації. Нерідко на основі сюжетів регіональних журналістів журналісти всеукраїнських ЗМІ готують власні матеріали.

6. Регіональні медіа повинні відповідати на аудиторні запити компактних груп. Прямі запозичення ідей центральних ЗМІ неприйнятні, тому що вони вимагають у кожному випадку перевірки та переосмислення, відповідної корекції для регіонального масштабу.

7. Мас-медійникам важливо пам'ятати, що саме вони виносять на широкий загальний політичний культуру в країні, впливають на культурний рівень своєї аудиторії, їхня позиція вкрай важлива у суспільстві.

У контексті формування громадської думки мешканців Закарпаття, регіональні ЗМІ мають ще один важливий складник – державний телеканал «Тиса-1», який відіграє провідну роль у задоволенні інформаційних потреб нацменшин краю. Тому в процесі створення суспільного мовлення в Україні мають бути збережені частоти, на яких мовить ЗОДТРК «Тиса-1». Адже саме регіональне телебачення задовольняє духовні потреби різних категорій населення, сприяє збереженню національної ідентичності й культурної спадщини та утворює принципи державної незалежності України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Гриценко О. М.* Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : автореф. дис. ... д-ра політ. наук / О. М. Гриценко : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики. – К., 2003. – 33 с.

2. *Лубкович І. М.* Соціологія і журналістика : [підручник] / І. М. Лубкович. – 2-ге вид., перероб., допов. — Львів : ПАІС, 2009. – 232 с.



3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : [підручник] / І. Л. Михайлин. — К. : ЦУЛ, 2002. — 284 с.
4. Потятиник Б. В. Четвертий різновид журналістики / Б. В. Потятиник // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т імені Івана Франка, 2010. — Вип. 9.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації: [підручник] / В. В. Різун. — К. : Вид. центр «Просвіта», 2008. — 260 с.
6. Єгоров В. В. Телебачення: теорія і практика / В. В. Єгоров. — М. : МНЕПУ, 1992. — 312 с.
7. Абрамов С. О. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / С. О. Абрамов, В. О. Горобцов, М. М. Карабанов та ін. — К. : Дирекція ФВД, 2006. — 648 с.
8. Дугін Є. Я. Місцеве телебачення: типологія, фактори й умови формування програм / Є. Я. Дугін. — М., 1982. — 240 с.
9. Соломін Є. Інформаційне телевізійне мовлення Луганщини / Є. Соломін // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т імені Івана Франка, 2012. — Вип. 11. — С. 252–258.
9. Беломоїна К. С. Ціннісні концепти в сучасній медіакulturі / К. С. Беломоїна // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. - 2011. - Т. 24 (63). - № 1–2.
10. Запитання «Телекритики»: - Яким ви бачите майбутнє регіонального телебачення в Україні? А яке майбутнє, на ваш погляд, оптимальне? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/expert/2001-11-02/1438>. — Дата доступу: 4.02.2015.
11. Кузнецова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : монографія / Т. В. Кузнецова. — Суми : Університетська книга, 2010. — 304 с.
12. Гриценко О. М. ЗМІ та проблеми етнополітичного розвитку України в процесі державотворення / О. М. Гриценко // Актуальні питання журналістики. — Ужгород : МП «Ліра», 2001. — С. 60–64.
13. Беломоїна К. С. Регіональний рівень розвитку українського телебачення [Електронний ресурс] / К. С. Беломоїна. — Режим доступу: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura39/28.pdf>. — Дата доступу: 5.02.2015.
14. ЗОДРТК «Тиса-1» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tysal.tv/tysal/index.php/en/>. — Дата доступу: 2.02.2015

Reference list

1. Abramov S. O. Ukrainske telebachennia: vchora, sohodni, zavtra / S. O. Abramov, V. O. Horobtsov, M. M. Karabanov ta in. — K.: Dyrektsiia FVD, 2006. — 648 s.
2. Belomoina K. S. Rehionalnyi riven rozvytku ukrainskoho telebachennia [Electronic resource]. — Reference: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura39/28.pdf>. Accessed: 5.02.2015.
3. Belomoina K. S. Tsinnisni kontsepty v suchasni mediakulturi // Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu im. V. I. Vernadskoho. Seriiia: Filosofiia. Kulturolohiia. Politolohiia. Sotsiolohiia. - 2011. - t.24 (63). - № 1-2.
4. Hrytsenko O. M. ZMI ta problemy etnopolitychnoho rozvytku Ukrainy v



protsesi derzhavotvorennya / O.M. Hrytsenko // Aktualni pytannia zhurnalistyky. – Uzhhorod: MP «Lira». – 2001. – S. 60-64.

5. Hrytsenko O. M. Mas-media v protsesakh demokratychnykh transformatsii ukrainskoho suspilstva (polityko-kulturolohichnyi aspekt). – Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovoho stupenia doktora politychnykh nauk / O. M. Hrytsenko. – Kyivskiy natsionalnyi universytet im. Tarasa Shevchenka, Instytut zhurnalistyky. – K., 2003. – 33 s.

6. Duhin Ie. Ia. Mistseve telebachennia: typolohiia, faktory i umovy formuvannia proqram / Ie. Ia. Duhin. — M., 1982. — 240 s.

7. Iehorov V. V. Telebachennia: teoriia i praktyka / V. V. Yehorov. – M.: MNEPU, 1992. – 312 s.

8. Zapytannia «Telekrytyky»: - Yakym vy bachyte maibutnie rehionalnoho telebachennia v Ukraini? A yake maibutnie, na vash pohliad, optymalne? [Electronic resource]. – Reference: <http://www.telekritika.ua/expert/2001-11-02/1438>. Accessed: 4.02.2015.

9. Kuznietsova T. V. Aksiolohichni modeli mas-mediinoi informatsii: monohrafiia / T. V. Kuznietsova. – Sumy: Universytetska knyha, 2010. – 304 s.

10. Lubkovych I. M. Sotsiolohiia i zhurnalistyka [pidruchnyk]. Vydannia druhe, pereroblene i dopovnene / I. M. Lubkovych. — Lviv: PAIS, 2009. — 232 s.

11. Mykhailyn I. L. Osnovy zhurnalistyky: [pidruchnyk] / I. L. Mykhailyn. — K.: TsUL, 2002. — 284 s.

12. Potiatynuk B. V. Chetvertyi riznovyd zhurnalistyky // Tele- ta radiozhurnalistyka: Zb. nauk. pr./ Lvivskiy nats. un-t imeni Ivana Franka , 2010. – Vyp. 9.

13. Rizun V. V. Teoriia masovoi komunikatsii: [pidruchnyk] / V.V. Rizun. — K.: Vydavnychiy tsentr «Prosvita», 2008.— 260 s.

14. Solomin Ie. Informatsiine televiziine movlennia Luhanshchyny // Tele- ta radiozhurnalistyka: Zb. nauk. pr./ Lvivskiy nats. un-t imeni Ivana Franka, 2012. – Vyp. 11. – S. 252–258.

Karalkina Nataliia

The role of regional television in shaping public opinion (the case of TV channel “Tysa-1”)

Abstract. In the scientific article the importance of television media in shaping public opinion is proved; the specificity of coverage of public opinion on TV channels of regional scale is studied. In particular the attention is focused on the specifics of broadcasting of state and private TV channels. The most important problems of regional television journalism in the context of coverage of public opinion are represented as a conclusion part of the article.

Keywords: public opinion, mass media, regional journalism, TV space.

Каралкина Наталья

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «ТИСА-1»)

В научной статье обосновывается важность телевизионных СМИ в формировании общественного мнения; выясняется специфика её освещения на телеканалах ре-гионального масштаба, в частности сосредоточено внимание на



особенностях вещания гос-ударственных и частных телеканалов. В выводах определены важнейшие проблемы регио-нальной журналистики в контексте освещения общественного мнения.

Ключевые слова: общественное мнение, СМИ, региональная журналистика, те-лепространство.

