



Парасковія ДВОРЯНИН
*асистент кафедри радіомовлення і телебачення
Львівського національного університету
імені Івана Франка,
науковий керівник –
доктор філологічних наук,
професор Василь Лизанчук*

УДК 007:304:070

**НОВИНИ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ:
ПОШУКИ КРЕАТИВНИХ РІШЕНЬ, ДОТРИМАННЯ
ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ
ТА МОРАЛЬНО-ДУХОВНИХ ЦІННОСТЕЙ**

Розглянуто основні стандарти та базові морально-духовні цінності у контексті підготовки новин на регіональному телебаченні. Окреслено проблеми взаємовпливу суспільства і телебачення для ефективності функціонування регіональних телевізійних каналів.

Ключові слова: *новина, регіональне телебачення, журналіст, правдивість інформування, баланс думок, морально-духовні цінності.*

Постановка проблеми. Телевізійний простір з кожним роком видозмінюється. Чим жорсткішою стає конкуренція, тим гостріше стоїть завдання перед власниками та редакційними колективами телеканалів вдаватися до все креативніших рішень стосовно подачі матеріалів. Виникає потреба дбати про нові підходи до творення новин та телевізійного контенту.

Медіааналітики сайту “Телекритика” порахували, що сучасна людина споживає щодня у п’ять разів більше інформації, ніж 20 років тому, а створюють її – у 200 разів більше [14]. У такому вирі інформаційних подразників важливо виокремити саме те, що зацікавить аудиторію, тобто забезпечуватиме рейтинг медіа на ринку.

Зараз уже замало бути першими у висвітленні тих чи інших подій і мати надійні джерела та інформаторів. Як свідчить практика, сучасна аудиторія вимагає від журналіста вміння спостерігати, побачити те, чого не бачать інші, подавати новину у такій формі, щоби її сприйняли і вона сприяла формуванню високих морально-духовних національних життєвих цінностей.

Пошуки нових підходів у тележурналістиці – важлива тема для дослідження, адже ця складова медіаторчості постійно розширюється і дискутується медіааналітиками та науковцями. Інноваційні процеси у телепросторі вимагають від авторів швидко переймати досвід світових медіа та ініціювати власні. Щоправда, прагнення будь-якою ціною вирізнятися у загальному медійному потоці породжує чимало спокус для журналіста, а ще більше – наслідків. Те, як не порушувати базових засад журналістської творчості, дотримуватися стандартів, розуміти цінності і пропонувати новий інформаційний продукт, ми й проаналізуємо у нашій науковій розвідці.

Мета статті – проаналізувати і науково осмислити сучасний стан новинної журналістики на регіональному телебаченні та окреслити шляхи щодо поліпшення інформування телеглядачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняних та закордонних наукових працях знаходимо різні класифікації стандартів інформації. Більшість науковців одностайні щодо їх дефініцій і базовими стандартами вважають оперативність, достовірність, точність. В інших працях ця класифікація є розширенішою. Наприклад, медіааналітики-практики Ігор Куляс та Олександр Макаренко, які тривалий час консультують українські телеканали, вважають, що сучасний телевізійник мав би послуговуватись сімома стандартами у роботі. Йдеться про точність подачі інформації, вичерпність або її повноту, достовірність інформації, простоту її подачі, баланс думок та відокремлення фактів від коментарів [7, с. 7]. Доцент Могилянської школи журналістики Анатолій Яковець пояснює цей перелік стандартів і доповнює його ще трьома: Автор вважає, що базою для журналістських матеріалів мали б слугувати також і неупередженість, простота і логічність [13, с. 21]. Дослідник Мітчел Стівенс привертає увагу до таких стандартів: важливість, цікавість, суперечливість, надзвичайність, актуальність і близькість [10, с. 262].

Провідний американський теоретик журналістики Мак-Квейл, докладно розглядаючи структуру, організацію та культуру медіа, визначає новини (news) як основну форму представлення поточної інформації про громадські події. Наголошуючи на відповідальності ЗМІ перед суспільством, науковець вводить, на нашу думку, надзвичайно потрібний на сьогодні українській журналістиці термін “новинні цінності” (news values) і пояснює його як критерії, якими журналісти і редактори новинних організацій послуговуються, щоб визначити доцільність оприлюднення конкретних новин. Серед найважливіших – зацікавленість потенційної аудиторії та реальна значущість події [8, с. 491]. Отож, сучасний телевізійний простір, окрім базових стандартів, міг би звіряти на якість свої матеріали ще й за базовими цінностями журналістики.

У книжці “Основи журналістики: що варто знати працівникам ЗМІ і чого має очікувати публіка” ветерани журналістики Білл Ковач і Том Розенстіл вводять поняття “осмисленої журналістики”, яка забезпечує не лише саму інформацію, але й контекст, необхідний для її розуміння: “новий журналіст більше не вирішує, що має знати публіка. Він допомагає аудиторії знайти певний порядок. Це не значить просто додати в матеріал інтерпретацію чи аналіз. Перше завдання журналіста-осмислювача полягає у тому, щоб перевірити надійність інформації, а потім впорядкувати і подати її так, щоб люди могли її реально сприйняти” [6, с. 28].

Професор А. З. Москаленко, узагальнюючи стандарти і настанови журналістам, підкреслював, що “журналіст зобов’язаний правдиво й об’єктивно відображати дійсність шляхом точної і вичерпної інформації з тим, щоб громадськість могла на основі повідомлення одержати чітке уявлення про соціальні процеси, їх походження, суть і значення. Журналіст повинен сприяти тому, щоб засоби масової інформації об’єктивно відображали плюралізм думок і поглядів, не допускали приховування суспільно значущої інформації, перекручування фактів та їх корисливої інтерпретації” [11, с. 143].

Виклад основного матеріалу. В регіональних медіа найцікавіше вивчати процес поширення (чи, як його ще називають, дифузії новин) та впливу інформації на аудиторію (бо аудиторія не є настільки розмита для вивчення, як в центральних каналів). У той час, коли в регіонах кількість працівників у редакціях на порядок менша, а регіональне телебачення змушене працювати в умовах великого вибору медіаресурсу і жорсткої конкуренції на телевізійному ринку і глядач вимагає “інформуйте та ще й здивуйте мене”.

Журналіст, інформуючи та дивуючи аудиторію, водночас мусить дбати ще й про власне реноме, щоб його матеріали не були “одноденками” на цьому ринку, не спровокували судових позовів, не травмували аудиторію. Науковці наголошують, що уникнути негативізму і порозумітися з аудиторією можна, якщо дотримуватись визначених стандартів при підборі тем та орієнтуватися на морально-духовні цінності під час підготовки телевізійних матеріалів.

Парадоксальна ситуація склалася в українській журналістиці. У регіональній вона особливо помітна, коли імітація процесів замінила самі процеси. Влада імітує миттєву реакцію на те, про що пишуть та показують журналісти. Останні натомість переконують себе і все більше вірять, що їхніх телевізійних матеріалів та газетних публікацій бояться посадовці та політики. Суспільство, не витримавши навали інформаційних потоків, імітує, що воно сприймає і розуміє продукт, який їм пропонує українське телебачення, і все більше поповнює лави інтернет-користувачів. Усі учасники комунікаційного процесу це розуміють, бо таке імітування часом маскується під креативними формами, переростає у традицію і нівелює поняття стандартів та цінностей у журналістиці.

У боротьбі за рейтинг та намагання втриматись у телевізійному просторі серед лідерів регіональне телебачення в останні роки трактує стандарти у журналістиці на свій лад, хибуючи підміною понять та функцій. Це пов’язано з умовами, в яких розвиваються регіональні медіа. Незріле суспільство породжує незрілу журналістику, адже представники владних структур не дотримуються прийнятих законів. Відсутня чітка вертикаль влади, натомість працюють корупційні системи та визначальним є лобізм у законодавчих структурах. У незрілому суспільстві немає чіткої системи відкликання громадою політика чи посадовця, отож немає відповідальності за вчинки та рішення цих осіб. За таких умов громада делегує медіа владні повноваження.

Телебачення стає контролюючим органом, і, окрім інформування аудиторії, пропонує своїм глядачам ще й послуги з залагодження проблем цієї громади. У правовому, демократичному суспільстві, де верховенство права та мораль є визначальними, органи влади змушені незалежно реагувати на журналістські розслідування. В українській державі дещо інша ситуація. Журналіст знаходить інформацію, описує факти зловживань, аналізує і осмислює їх, ще й у матеріалі обіцяє перевірити, чи виконав той чи інший посадовець свою роботу якісно, чи відреагував начальник на порушення свого підлеглого, чи не забула прокуратура розслідувати інцидент та знайти винних. Така діяльність медіа, коли в одній особі журналіста поєднується і той, хто викриває, і той, хто звинувачує, і той, хто судить, і той, хто карає, на наше переконання, лише шкодить і журналісту, і редакції та деформує життя у суспільстві. Такий непосильно великий обсяг завдань, виконання яких не властиві і не притаманні функціям медіа, змінює саму суть медіа, і розпорошує увагу журналіста та змушує його порушувати базові стандарти. Не усвідомлюючи своєї визначальної мети – бути посередником між подією та глядачем, передати її якнайоб’єктивніше та дати можливість глядачеві зробити висновок, журналіст натомість перебирає право виносити вердикт та “оголошувати винних”.

Журналістику, в якій з кожним роком стає все більше суб’єктивізму, редакції регіональних телеканалів перетворюють, з одного боку, на диспетчера, який відповідає на запити, з іншого – на спеціаліста широкого профілю, який знає або мусить знати відповіді на всі запитання. Якщо власник телеканалу (а це, зазвичай, спостерігаємо в регіонах) ще й має намір активно ангажуватися в політику, то диспетчерська служба телеканалу набирає все більше обертів, а українським новинам все частіше не вистачає власне новин. Проаналізувавши опитувальники, що їх готували телеканали для своєї аудиторії, ми не побачили бодай спроби вийти за межі звичного. Склалося враження, що телеканали й не

намагаються намалювати іншу перспективу розвитку.

Професор Володимир Здоровага слушно зауважив, що “протягом сімдесяти років “найпередовіша і найсправедливіша соціальна система” породила тип журналіста – не тільки покійного виконавця волі можновладців, слухняного пропагандиста лозунгів, доведених до безумства і безглуздя, але й абсолютно безініціативного та індіферентного у діловому відношенні” [3, с. 91]. Дивним чином ця нездорова і кількома десятиліттями культивована тенденція переросла в інший, не менш цікавий феномен, якщо характеризувати професійний рівень сучасної телевізійної новинної, передовсім регіональної журналістики. В. Й. Здоровага про це написав 1993 р., однак через десять років нам доводиться говорити про ті ж вади, яких чимало в регіональній телевізійній журналістиці, – а саме: “хибує вона (журналістика) і легкістю у подачі фактів, і багатослів’ям, і безапеляційністю, і низьким рівнем мовностилістичної культури, і невмінням вести полеміку по-сучасному. Незважаючи на зміну зовнішньої атрибутики, жонглювання епітетами “демократична”, “незалежна”, ми продовжуємо дивитись на “мас медіа” як на орган, який дає “цінні вказівки”, вчить і повчає, б’є обухом по головах непокірних, є монополістом істини в останній інстанції” [3, с. 249].

Журналісти натомість все частіше вдаються до описовості та констатації, а незліченна кількість повідомлень у новинних випусках знижує значущість інформації для глядача, тим паче, коли більшість новин дублюється з випуску у випуск у різних варіантах та не залишає і сліду в свідомості реципієнтів.

Погоджуюся з думкою відомого українського журналіста Сергія Рахманіна, що “журналістика з фаху, де треба вміти ставити запитання, перетворюється на фах, який все частіше дає готові відповіді” [12]. І парадокс – глядач має звикнути до такого формату і, власне, далі все частіше вимагає таких відповідей – регіональні медіа, конкуруючи в умовах невеликих територій та однакових подій, вибирають шлях хлопчиків-помагаїв. Регіональне медіа все частіше перетворюється на бюро добрих послуг, яке легко нівелює головну засаду – інформативну, нехтує основними та базовими стандартами: зберігати баланс думок, не підмінювати факти коментарями, дбати про повноту інформації. За поспіхом та намаганням привести до тями наступного чиновника нівелюються і стандарти точності, достовірності та повноти інформації. Доктор наук із соціальних комунікацій Сергій Демченко певен, що таку одноманітність у журналістиці породжує боязнь вийти за межі відомого і знайомого комунікаційного поля, не знаючи, як відреагує ще не готова до такої інформації аудиторія. Тому медіа пропонує аудиторії одних і тих же героїв і подібні теми, якщо й відбувається заміна, то на аналогічні теми і на подібних героїв, інформаційний потік не змінюється. Система комунікації залишається незмінною і прогнозованою. Але ж вміння вийти за межі звичного породить резонанс, тому дослідник прогнозує, що саме таке вміння дає нагоду “спалахнути”, “прозвучати”, “прогриміти”, “засвітитись”, тобто створити потенційний для комунікації матеріал. Ця комунікація почне миттєво розповсюджуватись, розростатись і тиражуватись усіма можливими засобами» [2, с. 300].

Висновки. На нашу думку, сучасні регіональні канали, добре знаючи свою аудиторію та будучи краще обізнані з місцевими темами, мали б шукати якомога більше точок для творчого спалаху, який схарактеризував С. В. Демченко. Це найважливіший шлях залишатися конкурентоспроможними у сучасних умовах, не порушуючи стандартів та не нехтуючи морально-духовними і національними цінностями. Адже в основі професійно-моральної діяльності журналістів регіонального телебачення повинні бути національна свідомість, розуміння ними принципів, функцій, свободи ЗМІ та відповідальності за слово і зображення в ефірі. Виконуючи бінарну функцію, регіональне телебачення, репродукуючи і продукуючи, тобто відображаючи реальну дійсність і впливаючи на її

творення, вносить свою інформаційну частину у процес формування українського національного інформаційного простору. Це є нині одним із найважливіших завдань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойд Е. Ефірна журналістика: технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд ; пер. з англ. О. О. Колот ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К. : 2007. – 429 с.
2. Демченко С. В. Масова комунікація як чинник формування громадянського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне) : монографія / С. В. Демченко. – Дн-ськ : Вид-во Маковецький, 2009. – 368 с.
3. Здоровега В. Й Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2005. – 268 с.
4. Іванов В. Ф. Журналістська етика : підруч. / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк ; передм. В. П. Мостового. – К. : Вища школа, 2007. – 231 с.
5. Журналістська етика : підруч. / Р. Кібл ; пер. з англ. Д. І. Смоляк ; Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. – К. : Київська типографія, 2007. – 188 с.
6. Ковач Б. Элементы журналистики / Б. Ковач, Т. Розенстил. – М. : Престиж, 2004. – 208с.
7. Куляс І. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформативника : практ. посібник для журналістів / І. Куляс, О. Макаренко. – К. : ХББ, 2006. – 120 с.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 496 с.
10. Стівенс Мітчел. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет / Мітчелс Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.
11. Москаленко А. З. Вступ до журналістики / А. З. Москаленко. – К. : Школяр, 1997. – 297 с.
12. Рахманін Сергій: “Журналістика епохи постмодернізму. Політика епохи пост журналізму” / С. Рахманін. – 2012. – 12 березня. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до : <https://www.youtube.com/watch?v=t8YFyPMj66Y>
13. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія та практика / А. В. Яковець. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2009 – 262 с.
14. www.medianext.com.ua/news/social/113-2011-02-20-12-33-11
15. <http://osvita.telekritika.ua/material/1721>

Парасковія Дворянин

**Новости регионального телевидения:
поиски креативных решений соблюдения журналистских стандартов
и морально-духовных ценностей**

Рассмотрены основные стандарты и базовые нравственно-духовные ценности в контексте подготовки новостей на региональном телевидении. Изучены проблемы взаимовлияния общества и телевидения для эффективности функционирования региональных телевизионных каналов.

Ключевые слова: новость, региональное телевидение, журналист, правдивость информирования, баланс мыслей, морально-духовные ценности.

Paraskovia Dvorianyn

Regional TV News : the searches of creative solutions, compliance with the journalistic standards, moral and spiritual values