

СУЧАСНІ МОЛОДІЖНІ ЗМІ В ТЕЛЕРАДІОІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

I. О. Репницька

В статті проводиться моніторинг наповнення молодіжними програмами ведучих телеканалів країни.

Ключевые слова: молодь, журналістика, телебачення

У статті проведений моніторинг наповнення молодіжними програмами провідних телеканалів країни.

Ключові слова: молодь, журналістика, телебачення

The article monitors the filling of leading channels of the country with youth programs

Key words: youth, journalism, television

Яскравим свідченням реальних зрушень у житті України стали зміни, що відбулись після проголошення незалежності держави в одній з найголовніших сфер суспільних відносин – інформаційній. Динаміка цих змін значно вища, ніж в інших галузях

До **1990 р.** в Україні систему електронних засобів масової інформації склали виключно державні телерадіоорганізації (республіканське радіо, республіканське телебачення і 25 обласних студій) із загальним обсягом мовлення близько 100 тисяч годин на рік.

У період з **середины 1990 р. до 22 березня 1994 року**, коли було опубліковано і введено в дію Закон України „Про телебачення і радіомовлення”, Держтелерадіо та його обласні підрозділи видали понад 200 реєстраційних посвідчень телерадіокомпаніям (студіям, редакціям) недержавної форми власності. Проте в ефір тоді вийшли лише поодинокі з них.

Станом на **грудень 1992 р.** зареєстровано 902 ТРК: телевізійних – 518, радійних – 342, змішаних – 42. Загальний обсяг мовлення становив 1800 годин на добу. Станом на **травень 1996 р.** до Державного реєстру внесені 108 телерадіокомпаній. Національні ТРО: Національна телекомпанія (УТ-1 і частково УТ-2) та телекорпорація „Інтер”, а також і 88 обласних державних ТРК. В Києві діяло 17 ТРК.

В 2000 році було зареєстровано 791 телерадіоорганізацію, що мали 931 ліцензію на мовлення на ефірних частотах, у мережах кабельного (проводового) телебачення і радіомовлення та мовлення через супутникові ретранслятори. А сумарний обсяг теле- і радіомовлення складав 8366 годин на добу. А в **2002 році**, станом на 18 грудня, отримали ліцензії вже 916 ТРО. На **червень 2003 р.** в Україні діє 919 телерадіоорганізацій (ТРО), у т.ч. 382 телекомпанії, 480 радіокомпаній, 57 телерадіокомпаній.

Станом на **1 лютого 2004** в Україні діють 1150 телерадіокомпаній, з них – 35 продакшенстудій. Вони спроможні видавати в ефір і кабельні мережі до двох мільйонів годин програмного продукту щороку.

В 1991 році Дитячий Фонд ООН (ЮНІСЕФ) звернувся до засобів масової інформації з пропозицією працювати спільно для добробуту дітей. В партнерстві з Міжнародною Радою Національної академії телемистецтв і науки (NATAS) і був започаткований цей день.

В 1992 році 200 телерадіокомпаній більше ніж з 80 країн світу взяли участь у проведенні першого Міжнародного Дня дитячого телебачення та радіомовлення. В 1993 році телерадіокомпаній було вже 824 з 112 країн світу. З кожним роком кількість учасників збільшується. Телеканали та радіостанції багатьох країн світу, наприклад Канади, Бразилії, Фінляндії та інших, надають дітям великі блоки ефірного часу.

Безперечно, в інформаційному просторі України молодіжна тема присутня. Але законодавче не закріплена підтримка та стимулювання виробників дитячих, навчальних передач та програм соціального спрямування.

Актуальність. Молодь, як і решта суспільних груп, опинилася перед проблемою правдивості існуючих інформаційних каналів, через що гостро постає питання: наскільки ЗМІ дійсно знайомі з діяльністю та потребами молоді, наскільки об’єктивно та неупереджено висвітлюють дану тематику, а також чи задовольняють вони інформаційні потреби самої молоді?

Чисельність молоді є не лише важливою характеристикою вікового складу населення, але й передумовою тих чи інших демографічних перспектив держави. Чисельність молодіжного контингенту (14-28 років) в Україні протягом 1991-2001 рр. збільшилася з 10, 7 до 11, 1 млн осіб, а його питома вага підвищилася за цей час з 20, 7 до 22, 6%.

На 1 січня 2004 року населення України становило 47 млн. 622 тис. 436 осіб, з яких 32 млн. 146 тис. 465 проживали у містах, а 15 млн. 475 тис. 971 – у селах. Тему взаємодії між молоддю та ЗМІ досліджували такі науковці: Сорокіна Л.Н., Ташенко А.К., Чудовська-Кандиба І.А., Шлян О.М., Коляка І.В., Перепилиця Т.Г., Панасюк Л.В., Усова Г.О., Яковлева О.Д., Колодкін Б.В., Макаренко Н.Г., Окнев’юк В.О., Омельченко Ю.В., Семенова М.І. та ін.

Тема молоді та ЗМІ відображена в монографіях, але, на жаль, їх не так багато: Ефимов Є.М. „Школьникам о ТВ” (1986р.), Машенко І.Г. „В тенетах телебізнесу: буржуазне телебачення і молодь” (1988р.), Чекалова Е.Л. «До и после «Взгляда». Телеэкран для юных» (1990 р.), Векслер Р. „Телебачення в школі (1966 р.), Гальперина Е. “КВН? КВН... КВН” (1966 р.), Егоров В.В. «Телевидение и зритель» (1977р.),

Ксенофонов В.В. «А если в семье телевизор и... дети?» (1973 р.), Прасолов Р.С. «Телевидение и обучение» (1972р.), «Телевидение и дети» (1976г.), «Учебное телевидение» (1974г.), Яковлева О.Д. „Навчальне телебачення” (1964р.). Чашко Л.В. „Кіно, радіо, телебачення у виховній роботі” (1979р.), Доброневський О.В. „Учням про телебачення” (1972 р.), „Використання навчального телебачення у вузі” (1990 р.) та ін. **Мета.** Аналізувалися такі телерадіокомпанії: УТ-1, УТ-2, ТРК „Ера”, Студія „1+1”, „Інтер”, ІСТУ, СТБ, „Новий канал”, „ТЕТ”, „Тоніс”, „Гравіс”, „Київ”, ІУК, КТМ, „Україна”, 5-й канал.

Під час дослідження були помічені деякі парадокси. Наприклад, законодавче не встановлений віковий критерій молодих людей, що становить саме поняття „молодь”. Так, ст.1, ч.1 Конвенції ООН про права дитини стверджує: „... дитиною є кожна людська істота до досягнення нею 18-річного віку...”. А Міністерством статистики України вивчається „молодь” віком 14-25 років. В молодіжній студії м.Києва, при Міжнародному просвітницькому центрі молоді, журналісти створили програму під назвою: „Молодь, хто ми?”. При проведенні всіяких телевізійних конкурсів немає номінації „молодіжні телепрограми”, є тільки „дитячі”: „Золоте курча” (Київ), „Кришталеві Джерела” (Суми), „Вместе к звездам!” (Днепропетровск), „Золота Хвиля” (Харьків), „Ми майбутнє твоє, Україно!” (Кременчук) – ось фестивалі та конкурси, де молоді журналісти можуть представити свої роботи.

В Євпаторії працює студія „Перший крок”. Студія існує 7 років. На сьогодні в ній працюють 40 молодих журналістів віком від 5 до 17 років. Фактично це невелика школа, де в програмі акторське мистецтво, мовлення, рухи, основи сценарного та операторського мистецтва, режисури, журналістики та вокал. Діти поділені на 4 вікові групи. Більше уваги приділяється режисурі, ніж журналістиці. Головне – ідея та впровадження її в життя. Студія виробляє і новостійні сюжети, публіцистичні передачі, фільми-роздуми. Але більше, звичайно, в них ігрових моментів. Програми виходять в ефір (з повторенням) на регіональному телебаченні „Моріон” та транслюються на інших телерадіокомпаніях України. В даний момент молоді журналісти створюють цикл передач „Клякса” (розважально-пізнавальна передача), „Такі різні діти” (передача для всієї сім’ї, сюжети сформовані по певній тематиці), „Конкурс від Пізнайки” (ігрова пізнавальна програма, разом з журналом „Пізнайка”), «Город» (створена молодими журналістами старшої групи; пізнавальні, іронічні сюжети про місто та різні події), «Лапы. Ухи. Хвост» (про тварин), а також знімають ігрове юмористичне кіно (типу „Ералаша”), а також окремі передачі та фільми (тематика та жанри різні). На жаль, наведені програми ведуться не державною мовою. Програми, створені студією, були лауреатами та мали Гран-Прі різних конкурсів та фестивалей.

Проведений моніторинг наповнення молодіжними програмами з 25 лютого по 29 лютого 2004р.:

- **УТ-2:** „Освітній канал” (цей день в історії, історія українського козацтва, освіта ХХІ ст., кам’яні жителі Асканії) – 8 год. 20 хв. в тиждень, укр. мовою.
- **УТ-1:** „Студія 5” – 5 год. 50 хв. на тиждень, укр. мовою; цей день в історії, укр. – 1 год. 40 хв. на тиждень; „Подружки” – 25 хв. на тиждень, укр.; уроки іноземних мов (німецька, французька, англійська) – 1 год. в тиждень
- **„Інтер”:** „Мелорама”, укр. – 1 год. 20 хв. на тиждень; „LG – Еврика” – 2 год. 25 хв. на тиждень, укр.; „Все для тебе” – 1 год. 20 хв. на тиждень, укр.; „Шанс” – 1 год. 50 хв. на тиждень, двомовна; „Перехрестя кохання” – 1 год. 55 хв., двомовна.
- **„ІСТУ”:** „Дівочі сльози” – 8 год. 20 хв. на тиждень, рос. мовою; „Галопом по Європах” – 40 хв. на тиждень, укр.
- **„СТБ”:** „Голод” – 10 год. на тиждень, рос. мова; „Сквот” – 2 год. на тиждень, укр. мова; „Світ комп’ютерів” (двомовна) – 55 хв. на тиждень; „Ні хвоста ні чешуї” – 20 хв. на тиждень, рос. мовою; „Кентавр” (для чоловіків) – 50 хв. на тиждень.
- **„Новий канал”:** „Кунсткамера” – 4 год. на тиждень, укр. мовою; „Один за всіх” – 2 год. 15 хв. на тиждень укр.; КВН – 2 год. 20 хв.; „За гроші” – 40 хв. на тиждень.
- **„5-й канал”:** „Молодіжна телеслужба” – 2 год. 55хв. на тиждень, укр.
- **ІУК:** „Уроки історії” – 1 год. 30хв. на тиждень; „В гостях у Масяні – 3 год. на тиждень, рос. мова; „Переменка” – 5 год. 10 хв. на тиждень, рос.
- **„Київ”:** „Молодіжна телеслужба” – 2 год. 55 хв. на тиждень, укр.
- **КТМ:** „Love story” – 1 год. 15 хв. на тиждень, рос. мова.

Як бачимо, більшість програм для молоді – розважального напрямку. Змушені констатувати, що порівняно з груднем 2003р. з ефіру „ІУК” вилучена молодіжна програма „Рецепты студента”.

Українська молодь майже не представлена і в світовому інформаційному просторі. До закордонного слухача, читача, глядача інформація про життєдіяльність української молоді в Україні потрапляє ситуативно, найчастіше за допомогою приватних контактів або в контексті загальнодержавних криз, конфліктів, стихійних лих, резонансних справ тощо. Ми впевнені, що поліпшити ситуацію можна, спираючись на цілісну картину, а також за умови широкого обговорення проблеми усіма зацікавленими сторонами.

Засоби масової інформації для молоді здебільшого творяться талантом і розумом молодих/ Молодіжні ЗМІ – справжня кузня кваліфікованих кадрів для вітчизняного інформаційного простору, де отримують путівку в життя потужні когорти лицарів пера, мікрофона й блакитного екрану.

Постійно падає інтерес юнаків і дівчат до літератури, мистецтва, духовної спадщини взагалі. Зростають споживацькі настрої молоді, зорієнтовані перш за все на сферу розваг. Негативно впливають на молодь низькопробні зразки іноземної масової культури, зокрема найпривабливішої для молодих людей її частини – кінематографу, перенасичені елементами жорстокості, порнографії, пропагандою чужих для українського

народу моральних і світоглядних цінностей. І все ж, які зміни мають відбутися в країні (економічні, політичні, соціальні, культурні), щоб телевізор із монстра перетворився на ненав'язливого друга?

Третє тисячоліття поставило перед людством вимогу трансформації суспільного життя, найціннішим продуктом якого є інформація, тож саме журналістам випадає чи не найвідповідальніше завдання бути випробувачами та провідниками нових перспектив.

Молодіжна Альтернатива провела опитування молоді м. Києва. Респондентами були молоді люди, віком від 18 до 25 років – студенти київських вузів. На запитаннями існує свобода слова в Україні – позитивно відповіли 41,53% опитаних, 37,57% важко відповісти, 20,9% вважають, що її не існує. В існування незалежних ЗМІ вірить 36,16% молодих людей.

Висновки. Стабільний розвиток телерадіоінформаційного простору України залежить, в першу чергу, від стану економіки та від досконалості законів. Саме вони створять рівні правила гри в інформаційній сфері, а відтак – можливість телерадіоорганізаціям бути економічно спроможними, розвивати свою матеріально-технічну базу та реалізовувати незалежну програмно-творчу політику.

Тепер, коли Україна торує собі шлях до спільноти розвинутих, демократичних, правових країн світу, послідовно наближає критерії та орієнтири національного розвитку до стандартів, прийнятих в країнах Європейського Союзу, не можна недооцінювати значення в цьому процесі молоді. Адже від того, наскільки буде молоде покоління готове взяти на себе відповідальність за розвиток держави, як активно і конструктивно приєднається до суспільних процесів, наскільки ініціативно братиме участь у розв'язанні нагальних завдань, значною мірою залежить доля країни, завтрашній день якої належить саме молоді. Нам здається, телебачення нині – усюдисуще і не можна применшувати його вплив на дітей та підлітків.