

<https://doi.org/10.17721/2312-5160.2017.21.51-68>

UDC 070:316.6

Commonality in Agendas of Ukrainian Television Channels

Anastasiia Plotnikova

*Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv,
36/1 Melnikova str., 04119 Kyiv, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: a.d.plotnikova@gmail.com

ABSTRACT

Relevance of the study. The problem of thematic misbalance in news is indisputable nowadays. Newsmakers are obliged to meet not only standard news criteria, but also a media audience expectations regarding the structuring of its interests.

The main objectives of the study were to detect the coherence in agendas of the leading Ukrainian TV channels as well as to trace their conformity with the public agenda.

Methodology. Content-analysis method was used to identify those topics in news stories (N=1186) that got the most attention on the studied channels. Calculating the coherence and rank correlation coefficients made it possible to trace the commonality in thematic priorities among channels themselves and between channels and their audience. Data triangulation method made it possible to select the points of public agenda from the survey by the “Democratic Initiatives” Foundation.

Results. The studied channels tend to reflect Ukrainian and world events in identical thematic proportions: coherence coefficient of devotion attention to the topics was fixed at a high level: $W = 0.87$ ($p \leq 0.005$). There is a tendency for emphasizing particular range of issues (bureaucrats, corruption, crime, material support) and missing from attention of some others (decentralization, environmental issues). Only a half of the topics (49%) was identified as important to the public's view, other issues didn't correspond to public agenda, therefore, the manifestation of the agenda-setting effect was fixed at a weak level ($r = 0.2$ at $p > 0.1$). The probable cause of the low correlation between media and public agendas may be the deterioration of living standards in Ukraine due to current state of war conflict.

Conclusions. In terms of thematic priorities, leading television channels can be characterized by a high degree of consistency, while the television agenda is only half-compliant with public agenda, so that its conformity with the public agenda was fixed at a weak level.

KEYWORDS: media effect; agenda-setting effect; media priorities; subjects of news outlets.

Спільність порядку денного українських телеканалів

Плотнікова Анастасія Дмитрівна, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, аспірантка, магістр зі спеціальності «Журналістика».

Резюме

Нині якісними є ті новини, котрі не лише відповідають критеріям новинності, а й виправдовують сподівання аудиторії медіа щодо структурування її інтересів. Пропоноване дослідження розглядає проблему пріоритизації окремих тем у новинах та погодженість тематики новин із пріоритетами громадськості, що в медіазнавстві називають ефектом формування порядку денного.

Мета дослідження – з'ясувати погодженість порядків денних провідних українських телевізійних медіа і простежити їхню відповідність суспільному порядку денному.

Методологія. Для дослідження обрано вісім провідних каналів українського телебачення («ICTV», «Україна», «Інтер», «1+1», «112», «5 канал», «UA: Перший», «СТБ»). Виділення тем телевізійного порядку денного з сюжетів новин (N = 1186) було здійснене за допомогою методу контент-аналізу; зіставлення градації тем телевізійного порядку денного з даними соціологічного опитування було реалізовано методом кореляційного аналізу (обчислення коефіцієнтів конкордації та рангової кореляції). Метод триангуляції даних дозволив виділити теми суспільного порядку денного з результатів соціологічного дослідження Фонду «Демократичні ініціативи».

Результати. Виявлено, що провідні українські телеканали відображають події України та світу в тотожних тематичних пропорціях: коефіцієнт конкордації зафіксовано на високому рівні: $W=0.87$ ($p \leq 0.005$). Лише в 49% сюжетів телеканали мовлять на теми, відповідні суспільному порядку денному, тоді як іншим темам приділяється повноцінна половина ефіру. До найчастіше висвітлюваних тем у новинах належать теми врегулювання конфлікту на Донбасі (15%) і діяльності чиновників (15%). Прояв ефекту формування порядку денного зафіксовано на слабкому рівні ($r=0.2$ при $p>0.1$).

Висновки. У розподілі уваги до тем у новинах сучасним телевізійним медіа притаманний високий ступінь погодженості, утім, телевізійний порядок денний лише наполовину відповідає пріоритетам громадськості, і його погодженість із суспільним порядком денним зафіксовано на слабкому рівні.

Ключові слова: медіа ефекти; формування порядку денного; пріоритети медіа; тематика новин.

Плотнікова А.Д. Общность повестки дня украинских телеканалов.

В наше время качественными являются новостные материалы, которые не только соответствуют новостным критериям, но и оправдывают ожидания аудитории медиа по структурированию её интересов. Данное исследование рассматривает проблему приоритизации отдельных тем в новостях и согласованность тематики новостей с приоритетами общественности, называемую в академической журналистике эффектом формирования повестки дня.

Цель исследования – определить согласованность повестки дня ведущих украинских телеканалов и проследить их соответствие общественной повестке дня.

Методологія. Для дослідження вибрано вісім провідних каналів українського телебачення («ICTV», «Україна», «Інтер», «1+1», «112», «5 канал», «UA: Перший», «СТБ»). Виділення тем телевізійної новини дня із сюжетів ($N = 1186$) було здійснено методом контент-аналізу; сопоставлення градації тем телевізійної новини дня з даними соціологічного опитування було здійснено методом кореляційного аналізу (визначення коефіцієнтів конкордації та рангової кореляції). Метод триангуляції даних дозволив виділити теми суспільної новини дня за результатами соціологічного дослідження Фонду «Демократическі ініціативи».

Результати. Виявлено, що провідні українські телеканали відображають події України та світу в тождественних тематичних пропорціях: коефіцієнт конкордації зафіксовано на високому рівні: $W = 0.87$ ($p \leq 0.005$). Лише в 49% сюжетів телеканали освітають теми, що відповідають суспільній новині дня, тоді як іншим темам відводиться повноцінна половина ефіру. Найчастіше освітаються теми в новинах стосуються теми врегулювання конфлікту на Донбасі (15%) та діяльності чиновників (15%). Проявлення ефекту формування новини дня зафіксовано на слабкому рівні ($r = 0.2$ при $p > 0.1$).

Висновки. В питанні розподілу уваги до суспільним питанням в новинах сучасним телевізійним медіа притаманна висока ступінь узгодженості. Тем не менше, телевізійна новинка дня лише наполовину відповідає пріоритетам суспільності, відповідно, її узгодженість з суспільною новинкою дня зафіксована на слабкому рівні.

Ключові слова: медіа ефекти; встановлення новини дня; пріоритети медіа; тематика новин.

1. Вступ

Тематична пропорційність та багатоманітність контенту є вагомим елементом конструювання реальності медіа. Повномірна, зрівноважена трансляція актуальних проблем – те «ідеальне», чого від медіа очікують у першу чергу. Утім, нинішній стан речей не зовсім відповідає належному. Попри те, що новини – «найбільш статусний, престижний та історично первинний тип повідомлень» [1, 51], помітним огріхом телевізійних редакцій є ідентична незбалансованість змістової верстки випусків новин. Дослідивши сітку програм Першого каналу Національного радіо, М. Нагорняк у цьому контексті фіксує наявність диспропорції у викладі найвагоміших суспільно значущих повідомлень на внутрішню й зовнішню тематику: в інформаційному радіомовленні переважають політичні новини та новини воєнного спрямування [2]. З теленовинами – та сама ситуація: відповідно до результатів моніторингу теленовин Академією української преси (далі – АУП), політичні новини займають близько третини ефіру, хоча, порівняно з попередніми роками, інтерес до політичної сфери в Україні зменшується. Керівник проекту з контент-аналізу провідних медіа України Н. Костенко стверджує, що політика більше не є центральним змістовим компонентом в новинах (її частка складає 33% новин, або 41% – у сукупності з міжнародними новинами політичної тематики) [3], але нерідко й у неполітичних сюжетах наявні ознаки політизації [4, 174], а отже, на ділі частка політичних новин в новинному потоці може бути значно більшою. Пріоритизація тем в українському медіасередовищі відбувається за досі не дослідженими принципами, тож питання тематичної збалансованості верстки новин на сьогодні лишається відкритим.

Мета дослідження – з'ясувати погодженість (спільність) порядків денних провідних

українських телевізійних медіа і простежити їх відповідність суспільному порядку денному, тобто уявленням громадськості про актуальні проблеми сьогодення. З'ясування ознаки спільності даватиме змогу в цілому розглядати загальний порядок денний провідних українських медіа відносно суспільного. Поставлену мету розділено на низку завдань, а саме: 1) з новинного контенту досліджуваних телеканалів виділити теми телевізійного порядку денного; 2) встановити спільність або відмінність тематичних пріоритетів у новинному контенті; 3) зіставити ранжування тем телевізійного порядку денного з даними соціологічного опитування щодо актуальних проблем сьогодення. Виконання останнього завдання дозволить на прикладі українських телевізійних медіа перевірити наявність ефекту формування порядку денного в умовах загрози національній безпеці, якою позначаються нинішні українські реалії (2014-2017 роки). Як правило, ефект формування порядку денного проявляється в високій кореляції між медійним і суспільним порядком денним.

2. Методи дослідження

Для дослідження обрано вісім провідних каналів українського телебачення, тобто тих, які стабільно мають найвищі, згідно з даними ТВ-панелі компанії Nielsen, рейтинги в сегменті топ-вечірні новини в період з 2014 по 2016 рік. Інтерес для дослідження становить найвпливовіший тип медіа в Україні, саме тому нашу увагу зосереджено на дослідженні телебачення, якому на сьогодні з-поміж інших медіа надає перевагу разюча більшість громадян, а саме 79% українців (за результатами дослідження розвитку медіа в Україні в 2016 році, проведеного міжнародною організацією «Інтерньюз» у межах проекту USAID «У-Медіа» [5]). До складу досліджуваних телеканалів увійшли «ICTV», «Україна», «Інтер», «1+1», «112», «5 канал», «UA: Перший», «СТБ». Такий склад вибірки зумовлений тим, що саме через ці канали більша частина українського населення отримує інформацію про події в Україні та за кордоном. У період дослідження було проведено контент-аналіз сюжетів теленовин (N = 1186) у 80 випусках. Основний показник аналізу – тематична пропорція випусків. Вибірка: одна програма новин на день у межах вечірнього прайм-тайму. Період спостереження – десять днів: з 1 по 10 квітня 2017 року.

Виділення тем телевізійного порядку денного було здійснене за допомогою методу контент-аналіз, позаяк його, в першу чергу, квантитативний характер дозволив з відфіксованих тем визначити пропорції, необхідні для формування уявлення щодо градації тем у порядку денному. Експерти АУП відзначають такі переваги контент-аналізу: виділення центрального аспекту контексту, що аналізується, через розгляд таких комунікативних засобів, як текст та синхрон; можливість проведення як кількісних, так і якісних операцій; забезпечення історичного розуміння подій через аналіз текстів; можливість статистичного аналізу закодованої форми тексту [6]. Для порівняння тематичних пропорцій випусків новин досліджуваних каналів ми використали компаративний метод, бо саме він у науково-філософській площині спрямований на спосіб пізнання одиничного, особливого і загального, тобто, на здійснення логічної рефлексії щодо збігу чи розрізнення ознак загального і сукупного із конкретним і одиничним. Зіставлення градації тем телевізійного порядку денного з даними соціологічного опитування було реалізовано методом кореляційного аналізу. У науці Західної Європи та Сполучених Штатів Америки, які в емпіричних дослідженнях посідають передові позиції світу, лівова частка статей, присвячених ефектам впливу медіа (а досліджуваний нами ефект формування порядку денного належить до їх числа, а саме до довготривалих медіаефектів [7, 16]) містить коефіцієнт кореляції Пірсона [8, 119]. Однак цей коефіцієнт використовується для визначення взаємозв'язку між двома ознаками, представленими у метричних шкалах, а якщо для даних дослідження коефіцієнт кореляції Пірсона є незастосовним (як і у випадку нашого дослідження), то обчислюють коефіцієнт рангової кореляції Спірмена або коефіцієнт конкордації Кендалла, який здатен

відображати статистичний зв'язок між більше ніж двома ознаками) [9, 18]. З огляду на це, кореляційний аналіз для оцінки погодженості порядків денних різних телеканалів у пропонуваному дослідженні було здійснено у спосіб обчислення коефіцієнта конкордації Кендалла, тим часом як аналіз взаємозв'язку між медійним та суспільним порядком денним (усього дві ознаки) – у спосіб обчислення коефіцієнта рангової кореляції Спірмена. Статистичні обрахунки було здійснено в програмі SPSS Statistics 19.0.

Новини досліджуваного масиву було аналізовано переважно за заголовками, позаяк однією із основних функцій заголовку інформаційного матеріалу є темо-видільна [10, 5], а в дослідженнях порядку денного тематика матеріалів виходить на перший план як така, що має значний потенціал до впливу на градацію суспільно важливих питань в дотичному до медійного суспільному порядку денному. Отже, протягом дослідження до уваги бралися заголовки сюжетів телевізійних випусків новин, якщо вони належали до інформаційного типу і дозволяли визначити тему сюжету. В іншому разі, коли заголовок містив метафоричні конструкції, що не дозволяли закодувати сюжет відповідно до теми, аналізу підлягало повне текстове розшифрування сюжетів, спеціально надане для дослідження Київським Центром контент-аналізу. Таким чином, об'єктом контент-аналізу у пропонуваному дослідженні є інформаційний масив, представлений сукупністю тем новинних матеріалів, а одиницею аналізу – тема телевізійного сюжету. Одиницею підрахунку є частота появи теми в сукупному масиві досліджуваного матеріалу.

Категорії аналізу були виокремлені на основі результатів дослідження «2016-й: політичні підсумки – загальнонаціональне опитування» [11], проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» (далі – ДІ), яке містить зріз громадської думки з найважливіших питань соціально-політичного характеру станом на кінець 2016 року. Одним із завдань нашого дослідження є з'ясування відповідності телевізійного порядку денного суспільному, і для аналізу цього явища мають бути застосовані дані, отримані за єдиним принципом. Дані дослідження Фонду, на наш погляд, цілковито дозволяють виділити градацію тем суспільного порядку денного для подальшого співвіднесення із медійним. Це уможливує реалізацію поставленого завдання і виключає необхідність проведення аналогічного повторного опитування в рамках нашого дослідження, хіба що отримані в цей спосіб дані будуть менш репрезентативними (у дослідженні Фонду похибка не перевищує 2,3% і є наближеною до мінімуму за рахунок кількості опитуваних – 2018 осіб, яка у межах одноосібно здійснюваного дослідження є неможливою і не доцільною з огляду на оптимальну організацію дослідження). В методології наукових досліджень застосовуваний нами спосіб обробки результатів отримав назву триангуляції даних [12, 62; 13, 1]. Найбільший інтерес у перспективі поставлених завдань становило одне з запитань опитувальника ДІ, сформульоване найбільш наближено до «оригінального» запитання у дослідженнях порядку денного. ДІ запитував у респондентів, на чому, на їхню думку, «зараз повинна зосередити головні зусилля влада» [11], при цьому «класичне» запитання в дослідженні порядку денного адресується респонденту у майже ідентичному формулюванні: «Які проблеми/питання з наявних у країні на сьогодні є найважливішими?» (англ. «what are the most important problem facing the country today?») [14, 665].

Оскільки результати контент-аналізу операціоналізують телевізійний порядок денний, що його на кінцевому етапі дослідження потрібно зіставити з суспільним порядком денним, вони мають бути представлені в єдиній системі категорій, тож, у ході контент-аналізу ми прагнули мінімально скорегувати вжиті в дослідженні ДІ категорії, щоб застосувати їх до досліджуваного масиву сюжетів, зберігаючи таким чином принцип однорідності основи порівняння. Варто також наголосити на тому, що досліджувані новини часто маркувалися не однією, а кількома категоріями, адже в одному сюжеті нерідко згадують кілька проблемних аспектів. У цьому разі закодовані категорії мали менший коефіцієнт висвіт-

лення (наприклад, «0.5» – у разі, якщо в сюжеті ключовими є дві проблемні теми, або «0.33», якщо таких тем три і т.д.), адже з огляду на хронометраж випусків, увага кожній проблемі в такому випадку також надавалася меншою мірою, аніж у сюжетах з однією ключовою проблемою. Тобто, якщо виділити основну тему сюжету можна на основі однієї категорії, то в результаті кодування такого сюжету в зведеній таблиці даних з'являтиметься показник «1» навпроти конкретної категорії, а якщо ключових категорій кілька, то відповідний показник («0.5» або «0.33») належатиме кожній із наявних в сюжеті категорій. Ми вдалися до такого способу розділення, оскільки часто теми у сюжетах тісно переплетені протягом усього сюжету, тобто одна набуває відтінків іншої, а не змінює іншу по черзі. Це не завжди дозволяє точно підрахувати обсяги приділеної темі уваги в числових показниках (скажімо, в текстових символах), бо виключно методом кількісного аналізу майже неможливо розпізнати метафоричність або переносність окремих значень. Тож, певний ступінь абстрактності у рівномірному подрібненні сюжетів на категорії, вірогідно, можна вважати обмеженням дослідження, утім, суттєвої різниці у визначенні кінцевих результатів це, на наш погляд, давати не повинно.

3. Теоретичне підґрунтя

Деякі аспекти добору новин, критерії цінності інформаційних повідомлень, логіку новинної верстки у своїх працях розглядали і українські, і закордонні вчені. Серед них Г.Почепцов, В. Іванов, М. Нагорняк, В. Гоян, Н. Габор, Г. Скорупська, І. Рогозіна, Ю. Беленькая, С. Гончарова, О. Дьякова, В. Сергеева та ін. Загальний інтерес до теми виник ще на початку ХХ ст. Концепція цілеспрямованого добору новин базується на ідеях, що їх висловив К. Левін у 1947 р. Поступово розгортаючись до окремого наукового напрямку, обговорювана у працях Д. Вайта, В. Гібера, Дж. Макнеллі, А. Басса, Р. Брауна, Дж. Дімміка, Дж. Гербнера, К. Розенгрена, Е. Остгарда та ін., проблема добору новин стала розглядатися в межах теорії верстки, теорії настановчості медіа і теорії новин. Важливий внесок у розвиток теорії верстки зробили праці М. МакКоумбза і Д.Шоу, Д. МакКусейла і С. Віндала, Дж. Р. Фанкхаузера і Е. Шоу, С. Йенгара, Дж. Міллер і Дж. Кроснік та ін. Фактично, завдяки їм набула популярності окрема теорія – теорія формування порядку денного – що нині розгалужується на два основні напрями досліджень: вивчення формування порядку денного як *процесу* і як *ефекту*, причому українські науковці переважно розглядають добір новин в межах першого, залишаючи, відтак, відкритим питання впливовості контенту, що продукується в результаті його тематичної диспропорції.

Медійний порядок денний складається з проблем, що мають потенціал до формування картини світу індивіда. Класифікація проблем у теорії формування порядку денного має досить специфічний характер. Поділ проблем на різні типи відбувається за ознаками *нав'язливості, тривалості, абстрактності, драматизму, виразності* [15, 21]. Залежно від цих ознак, проблема може мати значний, середній чи малий «виступ» (*англ. salience*) у суспільному порядку денному. Виступ проблеми в порядку денному – результат інтенсифікації новинного потоку, регульованої атрибутами висвітлюваних проблем.

Нав'язливість проблеми визначається наявністю особистого, безпосереднього і постійного досвіду індивіда у певній проблемній сфері (наприклад, безробіття, інфляції тощо). Першим гіпотезу про залежність ефекту формування порядку денного від ступеня нав'язливості проблеми висунув Г. Цукер [15, 17]. Він стверджував: якщо проблема не нав'язлива (а це означає, що індивід не має безпосереднього досвіду у сфері її проблематики, а отже, проблема не є для нього психологічно близькою), то така проблема з більшою вірогідністю може бути впливовою в контексті ефекту формування порядку денного і з більшою імовірністю зможе потрапити до суспільного порядку денного лише за

рахунок систематичного згадування про неї у новинах, аніж, відповідно, проблема нав'язлива.

Тривалість проблеми. Окрім гіпотези щодо нав'язливості проблеми, Г. Цукер (1978) запропонував вважати однією з детермінант ефекту порядку денного тривалість перебування проблеми на порядку денному. Він стверджував, що чим довше питання стоїть на порядку денному, тим менший потенціал воно створює для медіаефектів. Це пов'язано з двома факторами: (1) громадськість має обмежену увагу і (2) чим довше певна проблема належить до порядку денного, тим більше людей мають власну сформовану про неї думку, а отже, вірогідність ефекту послаблюється з тієї ж причини, що й у випадку з нав'язливою проблемою.

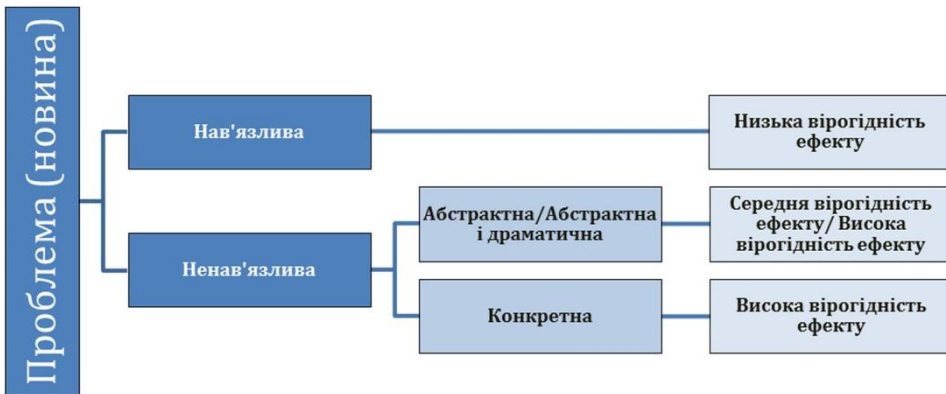
Абстрактність проблеми. Абстрактність проблеми визначається тим, наскільки чітко можна уявити її за допомогою конкретних образів, або, фактично, те, як проблема візуалізується в свідомості. Чим абстрактніша проблема, тим менше існує шансів потрапляння її до суспільного порядку денного. Гіпотеза стосовно того, що абстрактність проблеми певною мірою може виражати її впливовий потенціал, не набула широкої підтримки в науковій спільноті, незважаючи на те, що її автори, А. Ягейд і Д. Доз'єр (1990), підтвердили свої припущення емпірично.

Драматизм проблеми. Той факт, що драматичні події відіграють важливу роль у процесі встановлення порядку денного, в числі перших відзначили М. МакКуен і С. Кумбз (1981). Проаналізувавши медіаконтент та показники реального стану речей, що відображають становище в певній галузі (переважно, різні статистичні дані), вони побудували моделі, які для низки питань дозволяють спрогнозувати виступ проблеми у порядку денному.

У кожній з вищевказаних гіпотез інформаційні питання і теми сюжетів розподіляються по-різному і мають різні прогнози щодо встановлення порядку денного. За різними підходами одна і та сама проблема може бути або драматизованою, або абстрактною, і відтак мати різний потенціал впливу. Та це не означає, що згадані гіпотези суперечать одна одній. Насправді, можливість прогнозування масштабів ефекту встановлення порядку денного може покращитись, якщо врахувати атрибути нав'язливості, тривалості, абстрактності та драматизму проблеми разом. Перші дві проблеми разом розглядав Г. Цукер (1978), проте його дослідженню, на думку вчених, бракувало строгості, і з усіх напрацювань попередніх років Г. Цукера і досі найбільше привертає увагу лише його первинна гіпотеза. Друга спроба дослідників вивчити кілька атрибутів проблеми одночасно належить перу В. Ванті та Й. Ху (1993), які поєднано розглядали атрибути абстрактності та драматизму. Та лімітацією їхнього дослідження було те, що вони вивчали тільки ненав'язливі проблеми і цим виключали можливість розгляду основної гіпотези Г. Цукера.

Американський дослідник С. Сорока пропонує розглянути комбінацію атрибутів нав'язливості, абстрактності та драматизму подій таким чином. Проблема є нав'язливою або ненав'язливою (Див. Рис. 1). Якщо проблема нав'язлива, то можливості медіа щодо встановлення порядку денного значно зменшуються, бо в такому разі громадськість просто реагує на реальний світ. Проте, якщо питання є ненав'язливим, то можливість та спрямованість ефекту встановлення порядку денного значною мірою залежать від того, чи є ця тема абстрактною чи конкретною. Незручна, конкретна проблема сприяє орієнтувальному впливу медіа, особливо якщо це питання має ознаки драматизованості. З іншого боку, ненав'язлива, абстрактна проблема з набагато меншою імовірністю покаже будь-які наслідки для встановлення порядку денного. І врешті, драматизм проблеми стає визначальним для ненав'язливого, абстрактного питання і призводить, як у випадку із конкретним питанням, до високої вірогідності виникнення ефекту [15, 20].

Рис. 1. Класифікація проблем у дослідженнях порядку денного.



4. Результати й обговорення

Кілька років тому, дослідивши, як теорія формування порядку денного діє на практиці українських телеканалів, українська вчена Н. Габор дійшла вельми красномовних висновків. За результатами її роботи, для опису сучасних медіа достатньо застосувати три заперечення «не»: не ланцюгові пси демократії, не нейтральні інформатори і не четверта влада. До українських телевізійних медіа, на думку Н. Габор, не можна застосувати і модель вільних та відповідальних медіа [16, 158]. Такими провідні канали побачила Н. Габор, а ми, продовжуючи цю тенденцію, виявили, що вони, крім того, не відповідають запитам суспільства.

Невідповідність телевізійного порядку денного запитам суспільства.

Результати нашого дослідження свідчать про те, що **лише половина висвітлюваних в новинах тем є важливими на погляд громадян** (див. Рис. 2), **решта – стосується тих питань, що не увійшли до суспільного порядку денного станом на грудень 2016 року**. Варто зауважити, що між соціологічним зрізом громадської думки, проведеного Фондом ДІ у грудні 2016 року (з якого ми вилучили показники питань суспільного порядку денного), і емпіричною частиною нашого дослідження, є проміжок у кілька місяців, але ми переконані, що ключові питання порядку денного не могли кардинально змінитися протягом такого періоду. На доказ своїх припущень, розглянемо динаміку змін громадської думки щодо найзлюбоденніших питань порядку денного, звернувшись до аналогічного дослідження Фонду, проведеного роком раніше: «2015-й – політичні підсумки – думка населення» [17]. Що у 2015-му, що у 2016-му році головними питаннями суспільного порядку денного були:

- станом на кінець 2015 року (у порядку спадання): врегулювання ситуації на Донбасі (для 79% громадян), боротьба із корупцією (56%), підвищення пенсій і зарплат (48%), регулювання цін і тарифів (45%), стимулювання розвитку економіки та сприятливих умов для бізнесу (43%).

- станом на кінець 2016 року (у порядку спадання): врегулювання ситуації на Донбасі (75%), регулювання цін і тарифів (56%), стимулювання розвитку економіки та сприятливих умов для бізнесу (48%), боротьба з корупцією (46%), підвищення пенсій і зарплат (42%).

Примітка. Респондентам у дослідженні пропонувалося обрати до 5 проблем з запропонованих в опитувальнику, тому сукупне значення відсотків не має дорівнювати одиниці або 100%.

Отже, за цілий рік у суспільному порядку денному незначною мірою змістилися:

- у напрямку спадання: питання врегулювання ситуації на Донбасі (на 4%), питання боротьби з корупцією (на 10%), підвищення пенсій і зарплат (на 6%);
- у напрямку зростання: питання регулювання цін і тарифів (на 12%), а також стимулювання розвитку економіки та сприятливих умов для бізнесу (на 5%).

Незважаючи на те, що відсоткові показники дещо змінилися, ці теми не змінили своєї ключової позиції: вони вже протягом двох років тримаються у топ-п'ять найважливіших на погляд суспільства напрямків державної політики і в уявленнях громадян стабільно випереджають за значущістю інші десять питань соціального спрямування. Звернімося, на додачу, й до іншого соціологічного дослідження. Дані всеукраїнського опитування компанією «Gfk Ukraine» за червень-липень 2017 року, презентовані у дослідженні «Суспільно-політичні погляди в Україні» [18], вказують на аналогічний розподіл значущості соціальних питань в суспільних уявленнях. Так, військові дії на Донбасі, корупція в державних органах, низький рівень виробництва, безробіття, контроль за ростом цін і соціальний захист бідних постають як ключові проблеми для України за даними і цього опитування. Здійснивши категоризацію зазначених в дослідженні проблем і зіставивши їх з даними ДІ, ми отримали результат, що свідчить про сильний прямиий зв'язок між ними на рівні 0.84.

Виходячи із того, що наше припущення щодо фігурування постійного кола проблем у суспільному порядку денному є статистично підтвердженим, ми відкидаємо ймовірність сутнісної зміни питань суспільного порядку денного, передбачаючи, що основні його позиції в умовах актуальної загрози національній безпеці протягом кількох років фактично залишаються незмінними. За умов іншої динаміки, ми могли б інтерпретувати невідповідність медійного порядку денного суспільному, апелюючи до застарілості даних опитування, адже виявлена кореляція значно менша очікуваної на перших етапах дослідження. У нашому випадку картина зовсім інша, і причину низької погодженості порядків денних, вірогідно, потрібно шукати в атрибутах висвітлюваних проблем.

Вельми цікавою є й динаміка досліджених проблем у площині медійного порядку денного. Зі згаданого на початку статті дослідження АУП дізнаємося, що частка новин на тему війни на Сході в телевізійних медіа також зменшилася: у 2016 році ця тема стала висвітлюватися майже в два рази менше, ніж роком раніше. Щодо боротьби з корупцією та економічної проблематики – частка згадування цих тем у медіа змінилися лише на кілька відсотків. Вищевказане дає нам підставу, з одного боку, припускати наявність зв'язку між кількістю згадувань певної теми у медіа і позицією цієї теми в суспільному порядку денному (як у випадку з темою війни на Сході), оскільки що в суспільному, що в медійному порядку денному позиція цих ключових проблем знизилась, а з іншого боку – прогнозувати слабкість цього зв'язку, а отже, і вірогідний низький ступінь ефекту формування порядку денного в нинішній політичній ситуації, бо, на відміну від медійного порядку денного, в суспільному увага до проблеми зменшилась лише на кілька відсотків, та аж ніяк не в половину. Детальніше наявність і ступінь ефекту формування порядку денного ми розглядатимемо трохи далі.

У будь-якому разі, помітно, що суспільний порядок денний телеканали не підтримують. Лише в 49% сюжетів телеканали мовлять на дійсно важливі для громадян теми, тим часом як іншим новинам приділяється повноцінна половина ефіру. До таких інших новин, належать, зокрема, сюжети за принципом «хліба та видовищ», котрі, як пишуть у «Телекритиці», є прерогативою «так званих редакцій розваг «ТСН» та «Вікон». Ці інформаційні програми подекуди, якщо не практично у кожному випуску, відверто перегинають палку розважальності» – зауважує «Телекритика» [19].

Рис. 2. Тематика новин провідних телеканалів: охоплення тем суспільного порядку денного – квітень 2017.



Спільність в розподілі уваги до тем.

«Наш світ складається зі стандартних історій» [20, 29] – стверджує німецький медіадослідник Н. Больц в «Азбуці медіа», і ця думка є лаконічним відтворенням наших напрацювань. Результати нашого дослідження вказують на високий ступінь погодженості досліджуваних телеканалів в питанні розподілу уваги до тем. **Статистичний аналіз методом обчислення коефіцієнта кореляції Кендалла показав статистично достовірний показник погодженості в розподілі уваги до тем на рівні $W=0.87$ ($p \leq 0.005$).** Загалом, значення коефіцієнта конкордації Кендалла може бути в межах від 0 до 1. Чим ближче отримане значення до 0, тим ступінь погодженості досліджуваних ознак менший, і, відповідно, чим ближче отримане значення до 1, тим ступінь погодженості вищий. Наше попереднє дослідження стосувалося порядку денного українських новинних сайтів, і їх погодженість була на рівні $W=0.77$ ($p \leq 0.01$) [21, 100], що є також достатньо високим показником. Проте результати телевізійних медіа випереджають і його. Маючи вкрай високий ступінь погодженості тематики порядку денного, телеканали демонструють більший маніпулятивний потенціал, бо за рахунок цього здатні формувати уявлення реальності, що повторюється, новинами, що підтверджуються. Д. Рашкофф у «Медіавірусі» з цього приводу писав, що «сучасна інфосфера є нічим іншим, як співвідношуваним самим із собою колажем, а більшість медіа те і роблять, що коментують те, як медіа коментують медіа» [22, 20], і ми не можемо не погодитися з автором – медіа дуже вправні в коментуванні того, що коментують інші медіа.

Рис. 3. Співвідношення змістових категорій телевізійного порядку денного. Темі з часткою згадування більше 10% – квітень 2017.

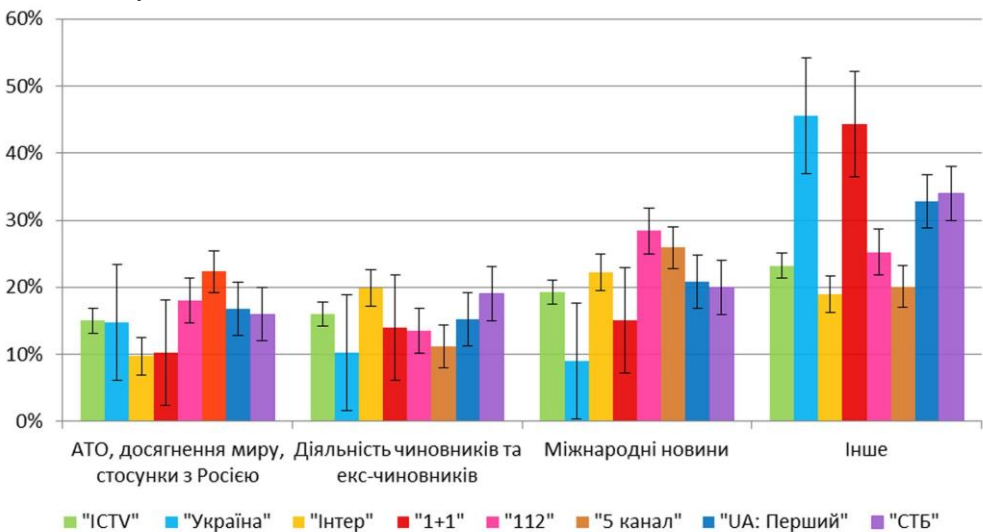
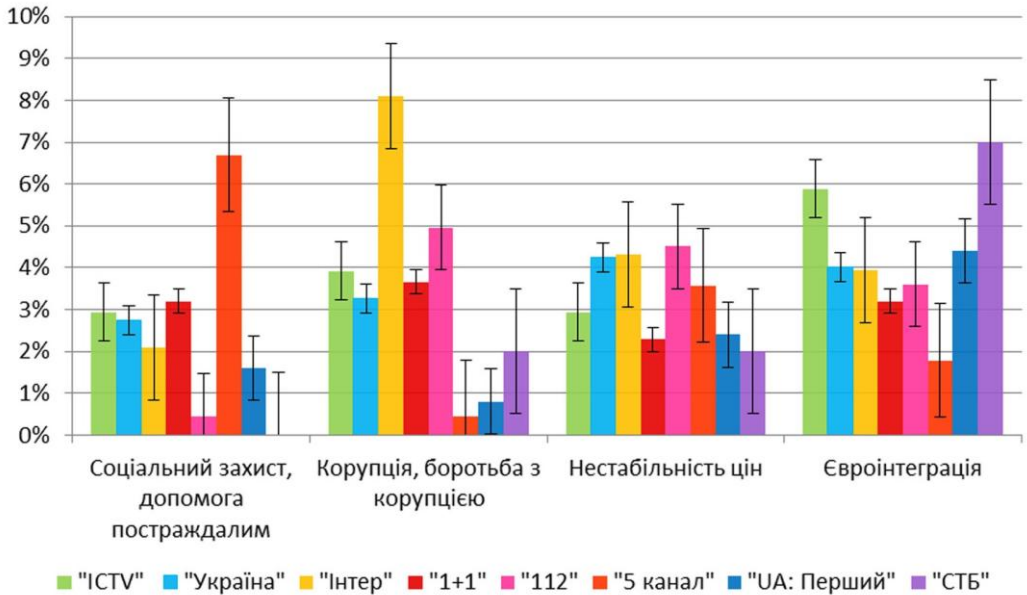


Рис. 4. Співвідношення змістових категорій телевізійного порядку денного. Темі з часткою згадування менше 10% – квітень 2017.



Примітка. Категорії «Інше» та «Міжнародні новини» охоплюють сюжети, що не розглядають теми суспільного порядку денного, однак вартою уваги є їхня частка серед усіх новин.

Журналістка «ТСН» Н. Нагорна в одному зі своїх навчальних виступів підкреслювала, що повторюваність тем – це не повторюваність матеріалів: «Працюючи у новинах, я переконалася: теми для сюжетів можуть бути однаковими, але щоразу їх потрібно висвітлювати по-новому» [23], і в цьому також може бути елемент доцільності, проте така позиція редакції увіразнює відсутність прагнення медіа ввести до порядку денного інші теми. Приміром, нам вдалося зафіксувати лише 0.5% сюжетів екологічної проблематики, хоча важливість цього спектру питань навіть не потребує додаткових обґрунтувань. Інша річ – «пропускна здатність» українського менталітету, яка поки що не сприяє входженню екологічної проблематики до топових проблем. На доказ цього, «Медіаосвіта» провела окреме дослідження, результати якого свідчать про те, що більшість опитаних редакцією журналістів вважають екологічну тематику рейтинговою і такою, що хвилює людей, але екологічні теми, за словами журналіста І. Бабошина, цікаві людям «рівно настільки, наскільки вони зачіпають їхнє здоров'я і гаманець безпосередньо» (в цьому, до речі, і є їхня нав'язливість), або ж нецікаві для більшості зовсім [24]. Аналогічна ситуація з темою децентралізації влади. В суспільному порядку денному ця тема перебуває на рівні тем євроінтеграції та обороноздатності країни, тим часом як у теленовинах вона не представлена зовсім (див. Рис 5).

Однотипність і принципову тотожність контенту телебачення виокремлює як ключову його ознаку російський медіадослідник В. Третьяков, зазначаючи, що «телебачення – це найповніша і безперервна у часі картина світу, котра сьогодні висить на стіні у кожного жителя Землі. Але картина ця відображає (при всій своїй витонченій візуальності) не світ в усій його глибині і складності, а світ лише у зовні окресленому обсязі й стереотипних проявах (зразках)» [25, 91]. Хоч телебачення на сьогодні є лідером серед новинарних медіа, новини за «стереотипним зразком» навряд чи мають ту есенційну цінність, яку тривалий час вкладали в них медіазнавці. Сучасним телевізійним медіа дійсно притаманні стандартизованість викладу, спільність тематичних пріоритетів та погодженість редакційних

принципів, і це, на перший погляд, не викликає заперечень, бо привабливість новини і її значущість – далеко не одне й те саме у боротьбі за увагу глядача. В умовах жорсткої конкуренції на медіаринку редакції телеканалів послуговуються єдиними, оптимальними критеріями визначення цінності новин (детальніше це питання розкрито в статті Г. Скорупської [26]). Маркетинговий підхід до новин вимагає їх добір залежно від актуальних і потенційних інтересів глядачів, людей, що купують інформацію [26, 17]. З таких міркувань допустимим є нинішній стан речей, за якого не в усіх новинах на перший план виходить компонент значущості – деякі новини повинні бути насамперед захопливими і цікавими, щоб не втрачати глядацький інтерес. Питання в тім, як тут балансувати.

Тематична одноманітність може не завжди бути тенденцією висвітлення, якщо розглядати окремі події, наприклад, на одному каналі може докладніше і триваліше презентуватися подія місцевого параду ЛГБТ, а на іншому – протестні акції громадян із приводу підвищення тарифів, однак спрямування проблеми в обох випадках матиме єдиний, протестний вектор. Що загальніше класифікувати новинний контент, то більше збігу спостерігатиметься в добірці новин та охопленні проблематики (цю саму тенденцію було зафіксовано у нашому дослідженні українських новинних сайтів), тож, окремим фактором надійності в дослідженнях порядку денного є ретельний добір категорій аналізу, недотримання якого може призвести до хибнопозитивного показника конкордації, бо якщо категорії надто загальні, погодженість між каналами буде максимально високою. Додатковим кроком у подальших дослідженнях ми вбачаємо перевірку погодженості основних медійних каналів також із каналами іншої, контрольної групи (загальноформатні, наприклад, порівнювати з альтернативними медіа), щоб пересвідчитись у придатності категорій до точного репрезентування закодованої формату тексту. Оскільки ми зафіксували високий показник погодженості порядків денних досліджуваних каналів, є сенс говорити про спільність тематичних пріоритетів провідних українських телеканалів. Високий ступінь конкордації добірок новин дає підставу в подальшому аналізувати телеканали в такому ж складі, оскільки вони представляють генеральну сукупність як однорідні елементи.

Рис. 5. Розподіл уваги до тем суспільного порядку денного у теленовинах – квітень 2017.



Примітка. Частка згадування теми вирахована відносно всіх тем новинного потоку, зокрема і тих, що не розглядають теми суспільного порядку денного.

Серед найбільш висвітлюваних тем в новинах на телебаченні маємо врегулювання конфлікту на Донбасі (15%) і діяльність чиновників (15%) (див. Рис. 3). Остання подавалася в різноманітних фреймах (висвітлювалися і нинішні, і колишні представники влади; і в позитивній, і в негативній модальності; переважало висвітлення в контексті впровадження реформ). Також рясно представлені міжнародні новини (20%), однак їх високий показник може бути пов'язаним із широким охопленням категорії. Мається на увазі, що міжнародні новини кодувалися в межах однієї категорії, незалежно від характеру події (політичного чи неполітичного), інформаційного приводу тощо. В іншому дослідженні ми могли б розглядати міжнародні новини окремо, та у розрізі встановлення порядку денного вони не представляють для нас окремого інтересу. Категорію «Інше» (30%) складають сюжети, що не маркуються жодною із важливих суспільно визначених напрямків. До них належать сюжети побутової тематики в жанрах лайфсторі та наративу, анонси або огляди окремих подій, сюжети благоїдного спрямування тощо. Такі сюжети не мають викривального характеру, притаманного сюжетам проблемного спектру питань. Ці матеріали зазвичай покликані повідомити, а не тримати в курсі. Здатність таких сюжетів мати помітний виступ у порядку денному через брак практичної цінності для глядача зводиться нанівець.

До менш висвітлюваних, проте наявних у порядку денному належать теми, що стосуються соціального захисту (2%), корупції й боротьби з корупцією (3%), нестабільності цін (3%) тощо. Окремого розгляду потребує питання євроінтеграції (4%). Точніше, варто відзначити необхідність додаткової перевірки показника цього питання у новинах, тому що достатньо високий ступінь його згадування – близько 4% з-поміж усіх, у тім числі і не відповідних суспільному порядку денному, – у квітні 2017 році ми пов'язуємо із конкретним інформаційним приводом – ухваленням безвізового режиму з Євросоюзом. За відсутності цієї обставини, показник євроінтеграції, найімовірніше, міг би триматися на значно меншому рівні.

Ефект встановлення порядку денного. Статистичний обрахунок кореляції між медійним і суспільним порядком денним на основі ранжування даних опитування громадської думки і контент-аналізу досліджуваних випусків новин свідчить про **наявність слабого ефекту встановлення порядку денного**. Обчислення коефіцієнта рангової кореляції Спірмена $r=0.2$ ($p>0.1$) засвідчує наявність слабого зв'язку і низьку статистичну достовірність його оцінки. З даних дослідження це видно навіть неозброєним оком: спроба виявити бодай якусь закономірність у розподілі тем медійного і суспільного порядку денного видається марною (Див. Табл. 1). Утім, на це є свої пояснення.

Таблиця 1. Частка тем і проблем в різних типах порядку денного.

<i>Тема/Проблема</i>	<i>Суспільний ПД</i>	<i>Телевізійний ПД</i>
АТО, досягнення миру, відносини з Росією	18%	15%
Нестабільність цін	13%	3%
Економічна ситуація в країні	11%	2%
Корупція, боротьба з корупцією	11%	3%
Матеріальне становище людей	10%	1%
Відновлення промисловості, нові робочі місця	8%	1%
Соцзахист, допомога постраждалим	6%	2%
Олігархія, монополія	5%	0%
Обороноздатність країни	4%	2%
Курс гривні	4%	0%

Діяльність чиновників (реформа держуправління)	4%	8%
Євроінтеграція	2%	4%
Децентралізація	2%	0%
Недобросовісність чиновників	2%	7%
Інше	0%	51%

У першу чергу, слабкий прояв ефекту може бути зумовлений тим, що більшість проблем, яким присвячені досліджувані нами випуски новин і щодо яких ми перевіряли кореляцію із суспільним порядком денним, для українського глядача нав'язливі і тривають давно. Вони відображають основні соціальні критерії добробуту, а станом на кінець 2016 року, частка українців, задоволених своїм рівнем життя, скоротилася з 27% до 17% – повідомляє аналітична компанія «Gallup» [27]. Це ледве не найгірші показники за всю історію спостережень в країні. Водночас, згідно з дослідженням, останнім часом в Україні зріс відсоток населення, яке заявляє про «страждання», і в 2015 році досягнув максимуму в 36%, що є значно вищим, ніж показник із цього параметру серед більшості пострадянських держав. Ця оцінка й досі відображає реальний стан справ у країні, на території якої триває збройний конфлікт та яка важко працює над модернізацією своїх економічних, політичних і соціальних сфер.

5. Висновки

Провідні українські телеканали відображають події України та світу в тотожних тематичних пропорціях: показник погодженості в розподілі уваги до тем на каналах зафіксовано на рівні $W=0.87$ ($p \leq 0.005$). Спостерігається тенденція до нашаровування інформації з окремого кола питань (робота чиновників, корупція, кримінал, матеріальне забезпечення) і випускання з уваги інших (децентралізація, екологічні питання). Лише половина висвітлюваних в новинах тем є важливими на погляд громадян, решта – стосується тих питань, що не увійшли до суспільного порядку денного станом на грудень 2016 року. Помітно, що суспільний порядок денний телеканали не підтримують. Лише в 49% сюжетів телеканали мовлять про дійсно важливі для громадян речі, тим часом як іншим новинам приділяється повноцінна половина ефіру.

Серед найчастіше висвітлюваних тем у новинах на телебаченні маємо врегулювання конфлікту на Донбасі (15%) і діяльність чиновників (15%), увага до яких, щоправда, зменшилася порівняно з попередніми роками як у медійному, так і в суспільному порядку денному. Поодинокі збіги в динаміці виступу певних проблем, однак, не слід розглядати як підтвердження ефекту формування порядку денного, оскільки його прояв зафіксовано на слабкому рівні ($r=0.2$ при $p > 0.1$). Ймовірною причиною низької кореляції між медійним і суспільним порядком денним може бути погіршення рівня життя в Україні, внаслідок чого більшість висвітлюваних в медіа проблем маркуються як нав'язливі для значної кількості громадян, а цей фактор, поряд зі значною тривалістю перебування окреслених проблем у порядку денному, ладен нейтралізувати вплив, що досягається самою лише систематичністю висвітлення.

References

1. Sergeeva, V. (2011), "The Selection as a Method of the Social Construction of Reality in Television News Outlets (based on the "Vremya" program of the First Channel)", *Bulletin of NSU. Series: History, Philology [Vestnik NGU. Seriya: Istorija, filologija]*, Vol. 10, pp. 51–56.
2. Nahorniak, M. (2017), "UR-1 Broadcast Network: The Concept of Information Broadcasting Needs to be Reviewed", available at: http://stv.detector.media/kontent/monitoryng/sitka_movlennya_ur1_kontseptsiya_informatsiynogo_movlennya_potrebue_per_eglyadu/ (accessed 31 July 2017).
3. Dorosh, M. (2016), "TV News of June: New Configuration of the Political field and the Traditional Lack of Balance. Monitoring AUP", available at: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/daily_news/telenovini_chervnya_nova_konfiguratsiya_politichnogo_polya_i_traditsiyna_vidsutnist_balansu_monitoring_aup (accessed 25 July 2017).
4. Khajtam, N.R. (2014), "Mass Media Discourses of Political Events: Theoretical Analysis", *Bulletin of the Yaroslav Mudryi National Law University [Visnyk Nacionaljnogho universytetu "Jurydychna akademija Ukrajiny imeni Jaroslava Mudrogo"]*, no. 3(22), pp. 173-181.
5. USAID U-Media Annual Media Consumption Survey (2016), available at: <https://www.slideshare.net/umedia/usaid-umedia-annual-media-consumption-survey> (accessed 25 July 2017).
6. Academy of Ukrainian Press (2017), "Method of research", available at: <http://www.aup.com.ua/monitoring/metod-doslidgennja/> (accessed 26 July 2017).
7. Sapunov, V.I. (2005), *Mass communication in the XX century: concepts of the western researchers*, Voronezh, 110 p.
8. Institute of Journalism (2014), *Scientific Studies of Ukrainian Media Content: Social Dimension: Scientific Journal*, no. 2, 131 p., available at: <http://www.journ.univ.kiev.ua/ndumk/> (accessed 02 August 2017).
9. Harchenko, M.A. (2008), *Correlation Analysis: Manual for Higher Education Institutions*, Voronezh, 2008, available at: <http://window.edu.ru/resource/562/65562/files/m08-196.pdf> (accessed 02 August 2017).
10. Rizun, V.V., Mamalygha, A.I. & Feller, M.D. (1998), "Aspects of the Theory of Text", *Essays on text: Theoretical issues of communication and text [Narysy pro tekst: Teoretychni pytannja komunikaciji i tekstu]*, RVC "Kyjivsjkyj un-t", Kyiv, pp. 3–59.
11. Democratic Initiatives Foundation (2016), "Public Opinion Poll", available at: <http://dif.org.ua/uploads/pdf/6525892325863dda7cb3426.54613456.pdf> (accessed 28 July 2017).
12. Romakh, O.V. (2017), "Triangulation as a Method of Ensuring the Validity of Results of Qualitative Research", *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, vol. 19, issue 119, pp. 62–64., available at: http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/hum_v19_119.pdf (accessed 01 August 2017).
13. Kister, L. (2012), "Instruments of the Research Strategy of Situational Analysis", *Scientific Notes on Ukrainian History [Naukovi zapysky z ukrainskoi istorii]*, issue 31, pp. 209–212.
14. Zhang, G., Shao, G. & Bowma, N.D. (2016), "What Is Most Important for My Country Is Not Most Important for Me: Agenda-Setting Effects in China", *Communication Research*, no. 39(5), pp. 662–678, available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1016.2323&rep=rep1&type=pdf>, DOI: 10.1177/0093650211420996 (accessed 02 August 2017).
15. Soroka, S.N. (2002), *Agenda-Setting Dynamics in Canada*, available at: <http://ebookcentral.proquest.com.revproxy.brown.edu/lib/brown/detail.action?docID=341201> (accessed 25 July 2017).

16. Ghabor, N. (2011), "The Theory of Media Orientation in the Practice of Modern Ukrainian TV Channels", *Scientific Bulletin of the Uzhhorod University [Naukovyj visnyk Uzhghorodskogo universytetu]*, vol. 25, pp. 155-158, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuufilol_2011_25_29 (accessed 02 August 2017).

17. Democratic Initiatives Foundation (2015), "2015: Political Results – Public Opinion", available at: <http://dif.org.ua/article/2015-y-politichni-pidsumki-dumka-naseleण्या> (accessed 02 August 2017).

18. GfK Ukraine (2017), "Socio-Political Views in Ukraine", available at: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/02-News-2017/Ukrainian_Poll_August_2017.pdf (accessed 10 August 2017).

19. Stecjkо, M. (2010), "How Information and Entertainment Co-exist on Ukrainian TV Channels?", available at: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/yak-spivisnuyut-informatsiya-ta-rozvaaha-na-ukrayinskykh-telekanalakh.html> (accessed 28 July 2017).

20. Bol'c, N. (2011), *The Hornbook of Media*, Evropa, Moscow, 136 p.

21. Plotnikova, A.D. (2016), "News within or without Limits: The Media Agenda of Ukrainian News Sites", *Współpraca Europejska / European Cooperation*, vol. 7(14), pp. 91–103.

22. Rushkoff, D. (2003), *Mediavirus*, Ultra, Moscow, 368 p.

23. KNUKIM (2017), "Television Story from A to Z: For Beginners and Not Only", available at: <http://knukim.edu.ua/novunu/televizyniy-syuzhet-vid-a-do-ya-dlya-pochatkivtsiv-i-netilki> (accessed 24 August 2017).

24. Detector.Media (2011), "The Troubles of Ukrainian Eco-Journalism", available at: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/khalepi_ukrainskoi_ekozhurnalistiki/ (accessed 29 August 2017).

25. Tretjakov, V.T. (2014), "Specifics of Television as Audiovisual Mass Media", *Journalist. Social communications [Zhurnalist. Social'nye kommunikacii]*, pp. 79–97, available at: <http://www.ruj.ru/documents/%D0%96%D0%A1%D0%9A%202-14.pdf#page=79> (accessed 01 August 2017).

26. Skorupsjka, Gh.V. (2011), "The Question of Selection of News in the Views of Domestic and Foreign Scholars", *Information society [Informacijne suspiljstvo]*, Kyiv, pp. 15-20.

27. Korrespondent.net (2016), "The Level of Life of Ukrainians Has Drastically Reduced – Poll", available at: <http://ua.korrespondent.net/world/worldabus/3611105-riven-zhyttia-ukraintsiv-rekordno-vpav-opytuvannia> (accessed 01 August 2017).

Список джерел

1. Сергеева В. Селекция как механизм конструирования социальной реальности в телевизионных выпусках новостей (на примере программы «Время» Первого канала) / В.К. Сергеева // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2011. – Т. 10. – Вып. 6. – С. 51–56.

2. Нагорняк М. Сітка мовлення УР-1: концепція інформаційного мовлення потребує перегляду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://stv.detector.media/kontent/monitoring/sitka_movlennya_ur1_kontseptsiya_informatsiynog_o_movlennya_potrebue_pereglyadu/. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.

3. Дорош М. Теленовини червня: нова конфігурація політичного поля і традиційна відсутність балансу. Моніторинг АУП [Електронний ресурс] Марина Дорош. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/daily_news/telenovini_chervnya_nova_konfiguratsiya_politichnogo_polya_i_traditsiyna_vidsutnist_balansu_monitoring_aup/. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.

4. Хайтам Н.Р. Мас-медійні дискурси політичних подій: теоретичний аналіз [Електронний ресурс] / Хайтам Ніамах Рахім // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2014. – № 3 (22). – С. 173-181.
5. USAID U-Media annual media consumption survey [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/umedia/usaaid-umedia-annual-media-consumption-survey>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
6. Метод дослідження [Електронний ресурс] / Академія української преси. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/monitoring/metod-doslidgennja/>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
7. Сапунов В.И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследователей / В.И. Сапунов. – Воронеж, 2005. – 110 с.
8. Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір: науковий журнал [Електронний ресурс] / голов. ред. В. В. Різун. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – №2. – 2014. – 131 с. – Режим доступу: <http://www.journ.univ.kiev.ua/ndumk/>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
9. Харченко М.А. Корреляционный анализ : учеб. пособие для вузов [Електронний ресурс] / М.А. Харченко. – Воронеж, 2008. – Режим доступу: <http://window.edu.ru/resource/562/65562/files/m08-196.pdf>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
10. Різун В.В. Аспекти теорії тексту // Нариси про текст: Теоретичні питання комунікації і тексту / В.В. Різун, А.І. Мамалига, М.Д. Феллер. – К. : РВЦ "Київський ун-т", 1998. – С. 3–59.
11. Фонд "Демократичні ініціативи імені Ілька Кучера" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dif.org.ua/uploads/pdf/6525892325863dda7cb3426.54613456.pdf>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
12. Ромах О.В. Тріангуляція як метод забезпечення валідності результатів якісних досліджень [Електронний ресурс] / О.В. Ромах // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. – 2017. – Vol. (19). – I.: 119. – P. 62– 64. – Режим доступу: http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/hum_v19_119.pdf. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
13. Кістер Л. Інструменти дослідницької стратегії «ситуативного аналізу» [Електронний ресурс] / Лукаш Кістер // Наукові записки з української історії. Випуск 31, 2012. – С.209-212.
14. Zhang G., Shao G., Bowma N.D. What Is Most Important for My Country Is Not Most Important for Me: Agenda-Setting Effects in China [Електронний ресурс] / G. Zhang, G. Shao, N.D. Bowma // Communication Research. – 2016. – No. 39(5). – P. 662–678. – Режим доступу: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1016.2323&rep=rep1&type=pdf>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
15. Soroka Stuart N. Agenda-Setting Dynamics in Canada [Електронний ресурс] / Stuart N. Soroka // ProQuest Ebook Central. – Режим доступу: <http://ebookcentral.proquest.com.revproxy.brown.edu/lib/brown/detail.action?docID=341201>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
16. Габор Н. Теорія настановчості медій у практиці сучасних українських телеканалів [Електронний ресурс] / Наталя Габор // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. - 2011. - Вип. 25. - С. 155-158.
17. 2015-й: політичні підсумки – думка населення [Електронний ресурс] / Фонд "Демократичні ініціативи імені Ілька Кучера". – Режим доступу: <http://dif.org.ua/article/2015-y-politichni-pidsumki-dumka-naseleण्या>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.

18. «Суспільно-політичні погляди в Україні» [Електронний ресурс] / Компанія "Gfk Ukraine". – Режим доступу: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/02-News-2017/Ukrainian_Poll_August_2017.pdf. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
19. Стецько М. Як співіснують інформація та розвага на українських телеканалах? [Електронний ресурс] / М. Стецько. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/yak-spivisnuuyut-informatsiya-ta-rozvhaha-na-ukrayinskykh-telekanalakh.html>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.08.2017.
20. Больц Н. Азбука медиа / Норберт Больц ; пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных. – М. : Европа, 2011. – 136 с.
21. Плотнікова А.Д. Новини в рамках чи без меж: медійний порядок денний українських новинних сайтів / А.Д. Плотнікова // Współpraca Europejska / European Cooperation. – 2016. – Vol. 7(14). – pp. 91–103.
22. Рашкофф Д. Медиавирус./Дуглас Рашкофф; [пер. с англ Д. Борисова]. – М.: Ульт-ра. Культура, 2003. – 368 с.
23. Телевізійний сюжет від А до Я: для початківців і не тільки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knukim.edu.ua/novunu/televizyinyy-syuzhet-vid-a-do-ya-dlya-rochatkivtsiv-i-ne-tilki/>. – Назва з екрану. – Дата публікації: 15.04.2017.
24. Халепи української екожурналістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/khalepi_ukrainskoi_ekozhurnalistiki/. – Назва з екрану. Дата доступу: 23.08.2017.
25. Третьяков В.Т. Специфика телевидения как аудиовизуального средства массовой информации [Електронний ресурс] / В.Т. Третьяков // Журналист. Социальные коммуникации. – 2014. – С. 79–97. – Режим доступу: <http://www.ruj.ru/documents/%D0%96%D0%A1%D0%9A%20-14.pdf#page=79>. – Назва з екрану. Дата доступу: 23.08.2017.
26. Скорупська Г.В. Питання добору новин у поглядах вітчизняних і зарубіжних науковців / Г.В. Скорупська // Інформаційне суспільство / голова редкол. В.В. Різун, голов. ред. В.Ф. Іванов ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2011. – С. 15-20.
27. Рівень життя українців рекордно впав - опитування [Електронний ресурс] // Korrespondent.net. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/world/worldabus/3611105-riven-zhyttia-ukraintsiv-rekordno-vprav-opytuvannia>. – Назва з екрану. Дата доступу: 23.08.2017.