

УДК 070.1:316.7 (477)

УНІВЕРСАЛЬНА МОДЕЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ОЦІНКИ І БАЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ПОБУДОВИ

Мар'ян Житарюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
бул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна, e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Здійснено спробу побудови універсальної моделі української журналістики, осмислено її сучасний стан як соціокультурної системи з погляду функціональності та ефективності механізмів державної інформаційної політики.

Ключові слова: універсальна модель української журналістики, соціокультурна система журналістики, державна інформаційна політика України, українська соціокультурна модель.

Експортовані російські моделі журналістики нефункціональні, штучні в умовах України, адже не враховують історичності (традиційності) масової комунікації і явищ глобалізації, розмитість державної інформаційної політики (ідейно-економічного і господарського хаосу на медіаринку), корелятивності суспільно-політичного ладу України загалом, ступінь залежності національних еліт (від Заходу і Півночі), межу взаємної терпимості громадян і терпимості до лідерів політико-державних еліт... Без подолання кризи модернізації суспільства, себто без врахування усіх тих важливих проблем, які це суспільство давно руйнують (їх влучно визначив київський професор В.Шкляр [10]), годі сподіватись, по-перше, на відродження, по-друге, на розвиток суспільства в цілому, по-третє, на функціональність *системоформуючих факторів* (СФФ) і менших систем-підсистем на кшталт журналістики.

Спробуємо відповісти на інтелектуальні запити В.Шкляра.

Чи впорядковано геополітичний простір з державами-сусідами? Ні.

Чи впорядковано владні відносини? Ні.

Чи впроваджено реформи у життя? Ні.

Чи збережено стабільність і внутрішню консолідацію у суспільстві? Ні.

Чи залучено широкі верстви населення до участі в політичному процесі та утвердження демократії, громадянського суспільства? Теж, на жаль, ні. “По-маранчева революція”, як виявилось, була пустоцвітом, яскравим спалахом у темному царстві.

А навіть коли б ми вибороли сучасне громадянське суспільство, то питання кінця 90-х років минулого століття від цього не менш актуальне і досі: “Що таке модель сучасного громадянського суспільства і яка його кореляція з вітчизняною системою ЗМІ, правами і свободами громадян?” [10]. Не тому, що

не зрозуміло, що таке громадянське чи демократичне суспільство, а тому, що усі суб'єкти політичного процесу вдавались і вдаються до дефініційних спекуляцій. Навіть зараз представники українського журналістського корпусу є заручниками чужих міфів, бо вважають, що відсутність офіційних “темників”^{*} — це вже демократія і свобода слова, що право беззастережно надавати ефір та газетну площу одним і тим самим особам (політичним спікерам), часто — стурбованим і непримиреним політикам — професіоналізм, фаховість і збалансованість, що надмір інформації про багатих і катастрофи та війни з інших материків — це цікаво й корисно...

Українська журналістика досі не усвідомила, які круті, просто неймовірні віражі, попри економічну стагнацію, супроводжену банківськими катастрофами й успіхами (ліквідація радянських грошей, купонізація, введення в обіг національної грошової одиниці — гривні), їй вдалося зробити за неповні два десятиріччя (пройшла шлях від радянської соціалістичної моделі журналістики до напівавторитарної в часи президентства Л.Кучми та опинилась у першій половині... ХХ ст. майже на заході англо-американського лібертарійства). До журналістики соціальної відповідальності поки що не наблизилась. У нас модно наслідувати чуже, надмірно захоплюючись різноманітними цяцьками. Але найгірше те, що модно наслідувати чуже *не сучасне чи потенційно майбутнє, а давно минуле*, те, від чого інші вже відмовились. Тому сьогоденний стан масмедіа України супроводжується кризою моралі суспільства, громадським неспокоєм і тотальною декларативністю. На фоні системної кризи влади (хронічні “коаліціади” 2006-2007 рр., знехтувані конституційні норми 2010 р., що дозволили рішуче рухатися не вперед, а до неоавторитаризму), зубожіння населення, відсутності національних пріоритетів і систем захисту національної безпеки, неефективної стратегії (несхвалення/нереалізованість концепції) державної інформаційної політики, *українська журналістика* (за певними винятками) — це все ще *не самодостатня і не самостійна соціальна система*, яка не стільки змагається за довіру аудиторії, скільки виправдовує довіру головних комунікаторів (комунікаторотворців-міфотворців) — як своїх, так і чужих, тобто медіамагнатів, дуже часто інкогніто.

Державна інформаційна політика України (ДІПУ), про яку ми писали в інших публікаціях, зокрема в монографії “Соціокультурна модель журналістики...” [2], у докторській дисертації [3], — це не тільки нормативно-правові регуляторні акти й закони про ЗМІ, радіомовлення і телебачення, про свободу слова і право на інформацію, журналістські етичні кодекси і засади професійної діяльності.

ДІПУ — це періодична, систематична, системна і неперервна пролонгація старих і полівекторна пропаганда нових інформаційних каналів (насамперед ззовні) з метою рекламування, здійснення PR-заходів, політико-економічного і культурно-освітньо-наукового зближення, споріднення та обміну, збереження статус-кво і зміцнення позицій держави на міжнародній арені як самостійного суб'єкта міжнародного права і світової спільноти, а також захисту національних інтересів цивілізованими способами, з допомогою повноцінної і самостійної інформаційної роботи.

^{*} Інструкцій органів влади для ЗМІ, розроблених Адміністрацією Президента Л. Кучми, яку очолював В. Медведчук.

ДППУ — це масштабна інтеграція у внутрішні та зовнішні політичні та соціальні структури й процеси з метою інформувати (своїх про себе і про чужих та чужих про себе), консолідувати (співгромадян та ідейно близьких чужих громадян), формувати громадську думку та поліпшувати власний імідж (про свою державу за кордоном, про закордон — вдома), унеможливити інформаційні спекуляції про Україну (недоброзичливцями-кореспондентами закордонних ЗМІ) та політичні маніпуляції (недоброзичливими суб'єктами міжнародного права).

Наявність-відсутність будь-яких декларативних документів нічого не означає, коли досі ДППУ функціонально невироблена, інструментально нереалізована. Основні зміни тут мали б означати не фантасмагоричний пошук винних, війну “з вітряками” (розмови на початку 2005 р. про те, що восени того ж року в Україні буде суспільне ТБ, обіцянки восени 2006 р. (А.Шевченко), що за декілька років не залишиться жодної державної і комунальної газети...)** , а комплекс конкретних і необхідних дій:

- купівля/ оренда землі і будівель за кордоном (стосується і медіавласників, і держави) для обладнання українських мас-медійних бюро;
- підготовка/ перепідготовка журналістів-міжнародників для тривалої роботи за кордоном (на декілька років, не на декілька днів у складі офіційної делегації);
- закупівля обладнання й техніки для роботи за кордоном;
- режим взаємності щодо закордонних ЗМІ тих держав, де українським ЗМІ пішли назустріч, тобто заохочення відкриття бюро закордонних ЗМІ в Україні.

Ці дії повинні бути поступові, щоб зменшити фінансовий тиск, і реалізовані у декілька етапів. Проте основні краще було б зробити протягом одного-двох років, щоб усі суб'єкти журналістського процесу були в рівних умовах. Якби Українська держава допомогла і передала придбані приміщення українським редакціям або в оренду, або за символічну суму на умовах не(мало)відсоткового кредиту, навіть небагаті українські редакції претендували б на власні/ орендовані закордонні офіси. Але політичні еліти, українська влада, точніше *байдужа до всього національно-ідентичного неукраїнська влада в Україні*, яка ніби за іронією формує *суспільно-політичний лад українського суспільства (СПЛУС)*, не звикла думати глобально, не виробила традиції думати по-державному (в СРСР ці функції виконували в Москві). Незалежно від того, якого кольору політична сила уособлює українську владу, тут ситуація не змінюється. Принаймні, не тими кроками, про які мріяли українські журналісти в 90-ті рр. ХХ ст.

Якщо суми на відкриття закордонних корпунктів приблизно можна підрахувати, то з'ясувати збитки України від нищення її іміджу, від ведення “дружніх” інформаційних кампаній проти України і відсутності внутрішніх та зовнішніх механізмів стримування дифамаційно-провокативних потоків — значно важче. Оскільки шкода може бути різна — пряма й непряма (зірвані контракти, переговори), політична й економічна, визнана і замовчана. Можливо, державні статистичні відомства і мають таку інформацію, але громадськості вона невідомо-

** Прошли роки, а нічого позитивного в сенсі роздержавлення ЗМІ чи успішної реалізації роздержавлення ЗМІ не відбулось. Радше навпаки має місце регрес: Перший національний очолили не просто неукраїномовні, а й люди без вищої освіти.

ма. Припускають, щороку від спланованих інформаційних кампаній Україна втрачає понад 10 млрд. євро. Отже, різниця між “дбати про себе” (купувати майно для корпунктів — і не тільки!) і “нічого не робити” (виправдовуватись і спростовувати чужі наклепи, переважно “стратегічних партнерів”) — мінус майже 10 млрд. (майже 110 млрд. грн.).

Чи вигідно це СПЛУС? Ні.

Чому так відбувається?

Бо, по-перше, СПЛУС потерпає від внутрішньої боротьби і системної кризи й тут не до корпунктів, по-друге, СПЛУС — державно-невироблений, національно і соціально атрофований, по-третє, СПЛУС не становить вершину єдиної пірамідальної системи (як в ідеалі), а стоїть збоку і дуже високо, відірвано від СФФ, ніби демонструючи самолюбівання ієрархічністю та “божественністю”.

Система мас-медіа, до кінця 2004 р. ретельно контрольована, як і інші соціальні системи, у 2005-2010 (час президентства В.Ющенка) залишилась незапитаною головною системою (СПЛУС) і почала розвиватись не за певними, прийнятими в тих чи інших країнах законами і правилами, а як заманеться — *роби, що хочеш, але зароби побільше*. Для багатьох мас-медіа України, якщо не для журналістики загалом, це *універсальна формула*, яка, з одного боку, дозволяє виживати і навіть розвиватись системі ЗМІ загалом, з іншого ж — релятивізує, знецінює онтологічні принципи журналістики. Задля об’єктивності, цю формулу не можна не врахувати при формуванні моделі української журналістики.

У політично стабільних, фінансово й демократично розвинених країнах такий стан справ не становить інформаційної небезпеки, оскільки тут надійні контрольні функції насамперед не в держаних інституціях, а в громадських організаціях та об’єднань, до збереження і збільшення аудиторії зобов’язує чесна конкурентна боротьба і просто конкурентне середовище, а не воля чиновника певного рангу чи наказ власника. У таких країн немає проблем із функціональним забезпеченням, тобто реалізацією на практиці державної (національної) інформаційної політики (ДІП). Негативні зовнішні реакції і впливи стабілізують і нейтралізують (переводять із конфлікту в русло діалогу) самі мас-медіа, без втручання владних інституцій (сили звички і навіть традиції).

ЗМІ України боролися за свободу слова, отримали її, але не в межах (за концепцією) соціальної відповідальності, а з наївністю й ознаками лібертарійства, поступово і прискорено втрачають ознаки континентальності, попри всі зусилля, так і не вписуючись у англо-саксонську систему. Як наслідок, українські мас-медіа сьогодні — у часи широко пропагованої “стабільності в Україні” — зіткнулись із іншими, не менш загрозливими тенденціями, які журналісти в один голос називають “цензурою”. Дійшло не тільки до визначення порядку денного верстки новин у ЗМІ, а й до позбавлення ліцензії провідних національних телемовних компаній (“П’ятій”, TVI, “СТБ”)!

Попри нові виклики і перепони, суцільну невизначеність і убогість, українська журналістика за великим рахунком (крім “Дня”, “України молоді”, “Дзеркала тижня” і ще кількох видань) досі не в самопошуках, а на великому роздоріжжі. І головним винуватцем, тим, що спричинив стан таблоїдизації і втрати авторитету журналістики, визначив рольові (вторинні за походженням) функції (насамперед — розважальна, рекламна, рекреаційна, провокативна) як

головні, є не чужі інфікатори чи клони (хоч мало що відбувається без їхньої участі), а *сприятлива для цього внутрішня ситуація*, що є наслідком:

- а) системної кризи СПЛУС;
- б) незбалансованості і “плинності” законодавства (в т.ч. й Конституції);
- в) невиробленості й негармонізованості державного інформаційного простору (ДІП);
- г) зміни соціальних суспільних запитів на “культ” грошей без жодних або достатніх стабілізаторів (як морально-етичних, так і фінансових);
- д) відсутність психологічної і професійної адаптації...

Як наслідок — “інформаційний вакуум”, “сприятливі умови для викривленого, тенденційного висвітлення подій”, мас-медіа як “провокаційний медіатор” [10], тобто всі ті несумісні з нетоталітарною (неавторитарною) журналістикою явища й тенденції, дещо приглушені подіями кінця 2004 р., по-перше, не сприяли системній зміні наявних спекуляційних принципів журналістики на онтологічні, по-друге, не перекреслені цілком, тому будь-коли можуть бути реанімовані в найвulgарніших і найпотворніших формах і виявах.

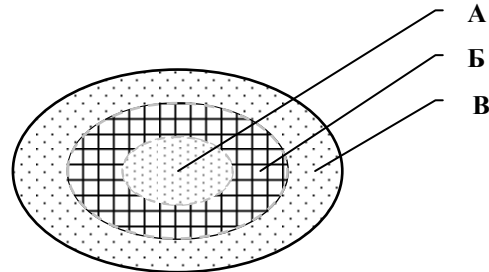
Відомо, що навіть у межах однієї системи, одного СПЛУС, тим паче в Україні, де СПЛУС надто аморфний, делікатний і вразливий, є місце для різних мотивів, обмежень (“фільтрів”), індивідуально-творчого вираження “я”, для реалізації певних ментальних характеристик. Як наслідок — одночасно чинно і законно, у межах системи, з’являться, наприклад, три різні публікації, де йтиметься про ключову роль у певних подіях (політичних, економічних, культурних, спортивних — як підготовка до Євро-2012): а) прем’єра, б) спікера, в) президента. Ці публікації можуть бути зумовлені як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Кожна з цих публікацій вестиме до різної зовнішньої реакції, яка пропорційно позначатиметься і на зовнішніх факторах, і на СПЛУС, і, відповідно, впливатиме на внутрішню реакцію масової аудиторії, журналістського корпусу тощо. Як ілюстрація — нестихаючий скандал довкола Федерації футболу України.

Журналіст — центральна системоформувальна ланка будь-якої журналістської соціальної системи, а не “внутрішня межа системи”, як на моделі росіянина С.Ахмадуліна. Журналіст у журналістиці, як актор у театрі. Журналіст без журналістики — існуватиме (стане філософом, письменником...), актор без театру — теж, але поки що неможлива журналістика без журналіста, а театр — без актора (хіба приміщення).

Українська соціокультурна модель (УСКМ) активно трансформується, хоч іноді, на цьому шляху, аморфно завмирає, ніби беручи спочинок, переважно ж — для переорієнтацій, зміни координат чи векторів у цих координатах. Тому, попри всю надактивність суспільно-політичних процесів, спрогнозувати УСКМ як стабільну і сталу поки що практично неможливо. Що стосується *моделі української журналістики (МУЖ)*, то, хоч тут теж чимало перелічених вище проблем, можна спробувати побудувати універсальну модель, бо онтологічна — надто претензійно і майже нереально.

Можна припустити, що журналістика як соціальна система є все-таки частиною іншої, більшої *суспільно-політичної системи (СПС)* або частиною інших систем (у глобальному масштабі — транснаціональних: ЄС, євразійської співпраці, американські цінності і т.д. з певними механізмами вираження і реалізації, як-от, якісні ЗМІ, російські ЗМІ, феномен CNN тощо). Наприклад, українська журналістика формує українське суспільство і СПС з допомогою ідей,

створених, відтворених, переданих, формується українським суспільством — через суспільну реакцію (еліт, масової аудиторії, власників тощо) і громадську думку. Принципово це можна зобразити графічно.



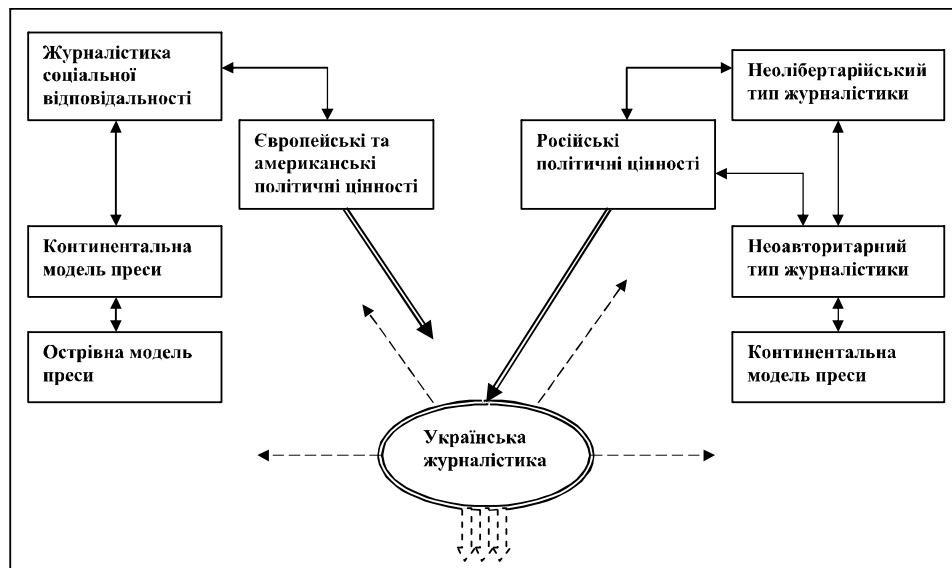
Малюнок 1.

Тут А — система журналістики, Б — національна суспільно-політична система, В — зовнішні (транснаціональні) суспільно-політичні системи (західні, східні...).

З огляду на інформаційну еру, добу глобалізації, українська журналістика, як і будь-яка інша, по-перше, могла б не тільки статично бути інформаційною складовою глобальної інформаційної системи, а й впливати на розвиток останньої, видозмінювати її, по-друге, трансформуватись з урахуванням національно-культурних та суспільних потреб, якби резистентний потенціал дозволяв зберігати статус-кво. Натомість маємо певне поглинання, узалежнення національної журналістики ззовні — зі Сходу і з Заходу, ментально й фінансово, шляхом редукування традиційних засад і принципів. Графічно це можна зобразити двояко:

А) схематично-модельно (мал. 2);

Б) полісферично (мал. 3);



Малюнок 2.

На мал. 2 показано основні *зовнішні фактори впливу* (у певних ситуаціях — трансформування) на національну (українську) суспільно-політичну систему (НСПС) і, відповідно, на систему національної журналістики (СНЖ). Вплив може бути *прямий зовнішній* — ззовні на ЗМІ, може бути *опосередкований, стабілізований* — через *внутрішні фактори впливу* (від НСПС до СНЖ), а може бути і *прямий внутрішній та внутрішній опосередкований* (через стабілізацію зовнішніми факторами або іншими внутрішніми системами і підсистемами). Незалежно від акцентування на формах і типах зв'язків, ми виділяємо *два основні (найбільш ефективні) вектори*: а) *західний* (європейські та північноамериканські цінності), б) *північно-східний* (російські цінності). Як інструментарій, крім *методів конструювання, моделювання, синтезу, наукового та порівняльного аналізу*, долучаємо *прагматичний аналіз як метод*, який, попри традиційне звужене тлумачення (“можемо використати при дослідженні реклами” [7]), дієвий у виробленні “тих чи інших комунікативних стратегій”, у пошуку “аксіоматики нашого спілкування” [7]. В Україні цей метод популяризував *Г.Почепцов*, а класичні дослідження з прагматики, з розподілом на перформативи/ констативи, належать *Дж.Остіну* [9], *Дж.Сьорлю* [6] і *П.Грайсу* [5].

Усвідомлення журналістами, властями та іншими громадянами цих дій (“вплив Заходу”, “вплив Сходу” — звичайні *констативи*, тобто констатування, звичайне уявлення про висловлювання і дійсність. Спонування громадян внаслідок цих дій до переформатування позицій, до зміни соціальної, політичної, культурної, ідентичної та будь-якої іншої реальності (“Ми повинні вступити до НАТО”, “Наше майбутнє в союзі з Росією”...) — *перформативи* [8], на які впливати (і які виправити) дуже важко, бо вони не нейтральні, а такі, що творять дійсність (і делікатно, і нейтрально, і агресивно).

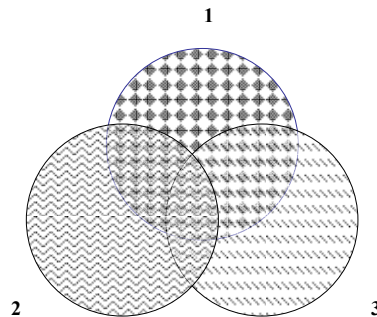
Дозволимо з'ясувати причини такої ситуації історикам, філософам та політологам, але не маємо права ані закрити на це очі (бо відійдемо від реальної дійсності і спотворимо предмет дослідження), ані заперечити ці вектори (те саме, що доводити, ніби літаки — рейковий транспорт, а поїзди — повітряний...).

Проблеми національної журналістики, національного інформаційного простору, національного інформаційного продукту, детерміновані низкою недоосмислених факторів формування *сучасної української національної журналістики (СУНЖ)*, типологічною модифікацією української журналістики і пошуком оптимальної моделі, вже розробляли чимало дослідників, з яких виділимо *В.Шкляра* [11] та *С.Вовканича* [1]. Водночас бракує своєчасної і якісної оцінки, сконцентрованих, невідкладних і спільних зусиль не тільки вчених-журналістикознавців, а й медіавласників і журналістів. Від цього залежать, по-перше, ефективна реалізація (зміцнення, розвиток) СУЖ, по-друге, міцні підвалини майбутньої української журналістики.

Подана модель відтворює цікаві особливості: в західному векторі домінують констативи, у східному — перформативи. Тобто Захід не демонструє Україні (і нашій пресі) позитивний системоформуючий підхід — тому й західний вектор коротший. Україна для Заходу існує (там уже знають, що ми знаходимося на європейському континенті, а не в Азії чи Африці), відома навіть завдяки революційним подіям кінця 2004 року, але Захід (як інституційна система — ЄС) все ще, як і раніше, наприклад, під час Геноциду 1932-1933 рр., для нас закритий, байдужий, зверхній і зарозумілий. Для ЄС Україна та її знедолені громадяни — суцільна проблема, яка втомлює, а не повноцінний парт-

нер. Попри гіршу оцінку українців за представників ромської національності (які безвізові і вільні), українці-романтики все ще вірять ЄС, покладають на ЄС надії і сподівання. Але й безкорислива українська віра не безмежна. Інша частина українців-романтиків, головню не україномовних, зберігає віру в Росію і російського президента. У державних пріоритетах різновекторність перефразована на “багатовекторність”, що не змінює ситуації тотальної державної бездіяльності, яка стимулює безповоротну втрату значної частини інтелектуальних і працездатних сил України.

Переживши у своїй історії значно драматичніші періоди (в останні століття — Австро-Угорський імперіалізм, Російський імперіалізм, кріпацтво, Геноцид [4], численні війни і політичні табори), в умовах державної незалежності, як це не парадоксально, Україна послаблюється. Медійно клоновані перформативи на кшталт: “Хочете дешевий газ — не рухайте Чорноморський флот РФ”, “Українці, дружить з Росією, не проводьте політику українізації”, “Севастополь — російське місто” тощо — не тільки провокативні кроки, що можуть загострити міждержавні стосунки, а й формують сталі політичні та електоральні уподобання, що систематично загострюють насамперед внутрішнє життя, реанімують політичну безперспективність і готують підґрунтя для нових непорозумінь, протистоянь і патових ситуацій. Аналіз ситуації не є актуальною темою ЗМІ України, тобто система української журналістики не реагує адекватно на ці ситуації: не виступає з контрперформативами, не заперечує провокації, а поділена на дві автономні *системи-команди* (прозахідну і просхідну), які в неоголошеній національній інформаційній війні (з підтримкою ззовні) навіть не намагаються дотримуватись правил.



Малюнок 3.

На мал. 3 (перетин трьох овалів) чітко позначено межі впливу і реакцію на ці зовнішні а) *подразники-константи* (співвідносні із західним вектором або європейськими та американськими політичними цінностями) — овал **2**, б) *активне позиціонування* — *перформативи* (співвідносні із східним вектором або російськими політичними цінностями) — овал **3**. *Українська журналістика* — овал **1**. Поле накладання 2 на 1 — це прозахідна інформаційна інтервенція, яка (як на мал. 2) формує прозахідні суспільні цінності і трансформується як відповідь на реакції (внутрішні, зовнішні, масовоаудиторні, професійні, політичні тощо). Поле накладання 3 на 1 — проросійська інформаційна інтервенція, яка теж формує відповідні цінності... Межі перетину-накладання (2 на 3 або 3 на

2) — взаємна нейтралізація і стабілізація відповідних ідейних, культурних, політичних та інших впливів. Спільна частина цього впливового поля (2-3-2), що заходить за межі 1, виконує, залежно від ситуації, двояку функцію:

- 1) стимулює предметні і фахові дискусії у колі 1;
- 2) залишає без уваги взаємостабілізовані аргументи, факти, процеси.

Зрозуміло, що система журналістики формуючи формується, тому в певні моменти вплив 2-1 переважає вплив 3-1 (за рахунок констативів західного способу життя — різних ток-шоу, новин катастроф, воєн і з іншим космополітичним “набором”, телефільмів тощо), але переважно 3-1 домінує над 2-1 (за онтологією перформативи, які не тільки інформаційно та за мовною спорідненістю нейтралізують і вирівнюють констативи, а й зводять їх нанівець протилежними закликами, спонукуваннями і дифамаціями, що часто рівнозначно інформаційним операціям).

Ще один цікавий аспект. Західні констативи впливовіші на молодих людей і представників активно формованого в Україні середнього класу (їхнє число постійно зростає), а східні перформативи мають більший вплив на найбільш днішні верстви, а також представників старої, радянської політичної формації, переважно людей похилого віку (таких дедалі менше). На жаль, українська журналістика як соціальний, культурний механізм, як живий нерв суспільства, — ніби нездійснений феномен (за певними винятками), недостатньо, тобто неадекватно реагує на цю ситуацію, не переформатовується відповідно до зазначених (очевидних) тенденцій, продовжує взаємні змагання у вишуканості форм і методів задля свідомого заперечення (непомічання, нав'язування) динамічних трансформацій суспільних настроїв і громадської думки.

Ступінь узалежнення ззовні та зепігонення чужого в різні часи різних. Це очевидно, адже журналістика — це система, а система, повторимо, — це живий організм, а не просто хребет, як, наприклад, модель. Так, в період виборчих кампаній, під час формування коаліції, призначення уряду, зміни державної форми правління (наприклад, з парламентсько-президенської на парламентську і навпаки, що мало місце у зв'язку з ухваленням Закону України “Про Кабінет Міністрів України” та рішенням Конституційного суду України про законність рішення Верховної Ради України щодо скасування Конституції 2004 р.) цей процес активізується й посилюються відцентрові дії та явища, перетворюючи феномен журналістики на примітивний (і теж феноменальний) рекламно-пропагандистсько-маніпуляційний засіб-інструментарій ведення ідейно-політичної боротьби. Різниця лише в тому, що, на відміну від потреб третього тисячоліття, ці дії не контрольовані, не дозовані владою, а безконтрольні, хаотичні, тому менше керовані, менше прогнозовані і зовсім не соціальні.

Не виключено, що ЗМІ ця ситуація задовольняє, адже є можливість поліпшити фінансово-економічні показники мас-медійних підприємств. Але це — шлях у глухий кут. Не може тимчасове бути важливіше за вічне, дріб'язкове — за ціле. Живий організм журналістики як живої системи знекровлюється, розбалансовується, цінністю стають тільки гроші, тому редукуються і морально-етичні та професійні принципи, і трансформується система журналістських функцій, коли другорядні “рольові” функції (пропагандистська, рекламна, провокаційна) стають важливішими за онтологічні — інформаційно-комунікативну, інтеграційну, регуляційну. За цих умов (повернемось до мал. 3), овал 1 майже цілком зайнятий іншими складниками і чинниками — або 2, або 3, або X, Y, Z тощо, тобто новими

можливими факторами, що спотворюють, знецінюють, узалежнюють як окремі мас-медіа, так і систему загалом (критичну більшість видань, теле- і радіограм, що мають більше половини теле, радіо чи пресової аудиторії).

Логічними є наслідки.

По-перше, споживач мас-медійного, культурологічного товару розчарується, втрачає довіру і до певного ЗМІ, і до ЗМІ загалом.

По-друге, журналісти (творчі працівники) і видавці (власники) усвідомлюють шлях за найменшим опором, але з найбільшими прибутками.

На перший погляд, легкий, проте надто ковзкий і небезпечний шлях над прірвою, манить тих, хто вже на ньому побував (як у наркоманів, які не вважають, що вони наркомани і тому пробують довести іншим, що ні їм, ні їхнім послідовникам нічого не загрожує). Журналістський корпус вважає, що зуміє вчасно спинитися. “Спокій” багатьом нагадує “ламку”, що викликає марення і євро-сни. На інших “зашморг” затягнуто так сильно, що навіть у “спокій” не можуть вважати себе вільними і самостійними — хотіли б усе це забути, та як? Так чи інакше це, за українськими законами (маємо на увазі також державну і комунальну журналістику), — теж преса, тобто неефективні складові журналістської системи. Але різка, непідготовлена і безальтернативна ампутація здатна надовго паралізувати систему національної преси.

Одне слово, соціокультурна модель української журналістики — через незрілість і підміну державних пріоритетів — має чимало проблем, подолання яких прискорить (уможливить) її перспективний розвиток, а ігнорування — призведе до втрати національної ідентичності, клонування чужих розважально-рекламних або конфліктних моделей.

1. *Вовканич С.* Глобалізація інформаційного простору та соціогуманістичний імператив нового тисячоліття // Збірник праць кафедри української преси. Львів: ЛНУ ім.І.Франка, 2000. Вип.3. С. 53–59.
2. *Житарюк М. Г.* Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: Монографія. Львів, 2008. 416 с.
3. *Житарюк М. Г.* Українська журналістика як соціокультурна модель: генезис, доміанти у світовому інформаційному контексті: Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 — теорія та історія журналістики. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2009. 408 с.
4. Закон України “Про голодомор 1932-1933 років в Україні” (№376-V від 28.11.2006) (Доступно з: www.president.gov.ua/documents/5280.html).
5. *Логика и лингвистика. Теория метафоры.* М., 1980.
6. *Новое в зарубежной лингвистике.* М., 1982. Вып.13.
7. *Почепцов Г. Г.* Прагматичний аналіз (Методи комунікативного аналізу) // Теорія комунікації. К., 1999. С. 47.
8. *Почепцов Г. Г.* Семантический анализ этикетизации общения // Семантика и представление знаний: Уч. зап. Тарт. ун-та. Тарту, 1980. Вып. 519; *Почепцов Г. Г.* Анализ перформативных антиномий // Филол. науки. 1982. №6; *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные аспекты семантики. К., 1987.
9. *Философия, логика, язык.* М., 1987.

10. Шкляр В. І. Актуальні проблеми модернізації суспільства і мас-медіа // Збірник праць кафедри української преси. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2000. Вип. 3. С. 354–355.
11. Шкляр В. І. Національна журналістика: від розладу до гармонії // Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра. К., 1996. С. 48–100; Шкляр В. І. Журналістика і суспільство. Журналістика: потенціал і ресурси // Основи теорії журналістської діяльності. К., 2000. С. 8–97; 138–158.

THE UNIVERSAL MODEL OF UKRAINIAN JOURNALISM: APPRAISALS AND VISION IN THE CONSTRUCTION'S CONTEXT

Marian Zhytaryuk

Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
Tel. office: (032) 239-47-75
E-mail: mgzhyt@rambler.ru

It is an attempt to construct the universal model of Ukrainian journalism. It is a comprehension of it's modern status as a social and cultural system with the point of view of functionality and effectiveness of the state informational policy's mechanisms.

Key words: universal model of Ukrainian journalism, social and cultural system of journalism, Ukraine's state informational policy, Ukrainian social and cultural model.

УНИВЕРСАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УКРАИНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОЦЕНКИ И ВИДЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОСТРОЕНИЯ

Марьян Жытарюк

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина
Тел. оф.: (032) 239-47-75
E-mail: mgzhyt@rambler.ru

Предпринята попытка построения универсальной модели украинской журналистики, осмысления ее современного состояния как социокультурной системы с точки зрения функциональности и эффективности механизмов государственной информационной политики.

Ключевые слова: универсальная модель украинской журналистики, социокультурная система журналистики, государственная информационная политика Украины, украинская социокультурная модель.

Стаття надійшла до редколегії 30.08.2011

Прийнята до друку 06.11.2011