

УДК 007 : 304 : 070

ХАРАКТЕРНІ ЗМІНИ В ТИПОЛОГІЧНІЙ СТРУКТУРІ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ УКРАЇНИ (1991-1998 рр.)

Антоніна Палійчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: newmedialnu085@gmail.com*

У статті охарактеризовано основні зміни у типологічній структурі періодичних видань України в 1991-1998 роках. Розглянуто особливості функціонування періодичних видань в ринкових умовах.

Ключові слова: типологія, структура преси, періодика.

Типологічна систематизація періодики України необхідна для усвідомлення соціальної ролі газетної журналістики і з'ясування організаційно-мотиваційної основи діяльності української періодики. Типологічна характеристика газетно-журнальної періодики дає можливість працівникам ЗМІ сприймати періодику як цілісну систему, уникати хаотичності в інформаційному менеджменті, та ефективніше виконувати свою медійну функцію.

Цю проблематику досліджують багато науковців, зокрема, В. Карпенко аналізує проблемні зміни в сучасній структурі періодичних видань України. М. Недопитанський визначає типологічні особливості газетно-журнальної періодики і подає два основні види ознак за якими здійснює типологізацію. В. Владимиров характеризує основні зміни в типології періодичних видань з проголошенням незалежності України, та ще багато інших українських дослідників періодики присвячують свої наукові праці зазначеній проблематиці.

Варто зауважити, що більш детальнішому розгляду проблеми трансформації типології періодичних видань України, присвячено ще кілька праць, в яких ґрунтовніше розглянуто класифікацію засобів масової інформації в різні періоди незалежності України. Зокрема, в публікації «Трансформація друкованих видань України під впливом економічних змін» ми розглядали зміни в структурах редакцій під впливом рекламного ринку і його впливу на фінансову редакційну політику періодичних видань. Продовженням наукової розвідки в даній тематичі є публікація Васьківського Ю. П., Палійчук А. В. «Особливості розвитку сучасного українського ринку преси» (2008–2011 рр.) в якій більшу увагу зосереджено на дослідженні українського ринку преси і його механізмів впливу на трансформацію типології періодичних видань у 2000-х роках.

Аналіз журналістичнознавчих праць, присвячених вищезазначеним проблемам, свідчить, що дослідники у своїх роботах намагалися відтворити цілісну картину досліджуваної теми, показати формування, функціонування і трансформацію періодичних видань протягом зазначених років.

Метою дослідження – є охарактеризувати передумовиякі спричинили зміни у типологічній структурі періодичних видань, що відбулися в 1991-1998 роках.

Для досягнення визначеної мети передбачено розкриття таких завдань:

- визначити основні передумови, що спричинили до змін у типологічній структурі періодичних видань у 1991-1994 роках;
- визначити типологічну структуру періодичних видань, що сформувалася у 1995-1998 роках;

Існують різні типології (науковий метод, основою якого є диференціація систем об'єктів і їх подальше об'єднання у групи за допомогою узагальненої моделі (типу) [1, с.74]. Цей метод використовують для порівняльного вивчення істотних ознак, зв'язків, функцій, відносин та рівнів організації об'єктів) в журналістиці [11, с.118]. В даній статті доречно проаналізувати загальні типології засобів масової комунікації. Так, професор Владимиров подає таку типологію:

«В соціальному процесі досить важко взаємодіють ЗМІ:

- за складом засновників – державні і недержавні (преса політичних партій, суспільних організацій, фінансово-промислових та комерційних структур);
- за формою власності – державні, акціонерних товариств, власні і т. д.;
- за політичною організацією – урядові, проурядові, опозиційні;
- за типами ЗМІ – газети, «електронна преса» (телебачення, радіомовлення, телегазети), журнали, альманахи, прес-бюлетені і т. п.;
- за обсягом інформаційного простору – ЗМІ міжнародного масштабу, всеукраїнського, регіонального, обласного, міського, районного і заводського рівнів;
- за періодичністю виходу – щомісячні, щотижневі, щоденні;
- за обсягом аудиторії – загальнополітичні, спеціалізовані [4, с.28].

Варто розглянути ще одну типологію друкованих видань яку запропонував С. Корконосенко:

- за регіонами розповсюдження (транснаціональна, національна, регіональна, місцева преса);
- за засновником (державна і недержавна преса);
- за аудиторною характеристикою (вікова, статева, професіональна, конфесіональна);
- за видавничими характеристиками (періодичність, тираж, формат, об'єм);
- за легітимністю (з точки зору наявності дозволу на видавничу діяльність);
- за змістовим наповненням (якісна та масова) [5, с.45];

Л. Реснянська наголошує, що найбільш поширеним та актуальним є поділ друкованих видань на універсальні та спеціалізовані [10, с.65]. Ці типології досить схожі. Проте є і відчутні відмінності. Бо типологія С. Корконосенка вже поділяє пресу за якісною ознакою змісту періодичного видання.

Отже, після проголошення Незалежності України, 24 серпня 1991 року, для країни, і для преси зокрема, розпочалися нові складні часи. Варто зазначити, що структура преси в радянській Україні відповідала структурі та ідеології влади. Як стверджує В. Владимиров, до проголошення незалежності періодичні видання виступали органами комітетів партій, рад народних депутатів та їхніх виконавчих органів [3, с.2].

З проголошенням незалежності періодичні видання опинилися у дуже складній ситуації і одним з найбільших ударів для них стала фінансова складова і складність функціонування друкованого видання в ринкових умовах. Як справедливо сказав відомий науковець і дослідник з теорії лібералізму Родні Баркер «На теренах колишнього Радянського Союзу впровадження ринкових відносин призвело радше до хаосу та сплеску організованої злочинності аніж до заможності та свободи» [9, с.130].

Таке твердження можна справедливо віднести і до стану в якому опинилася періодика зокрема, і засоби масової інформації в цілому. Такі умови змусили керівництва видань звертатися до держави з проханням про фінансову підтримку і як наслідок періодичні видання знову потрапляють в залежність від органів державної влади. Одним із важелів для захисту, впорядкування і підтримки функціонування періодичних видань мав слугувати Закон «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Варто відзначити, що реєстрація періодичних друкованих видань розпочалася ще у вересні 1990 року. На той час вже налічувалося 1 754 назви газет (з них 19 – республіканських). З вересня до грудня 1990 року було зареєстровано ще 593 назви газетних видань [7, с.12].

У 1991-1994 роках спостерігається зростання чисельності економічних, загальнополітичних і літературно-художніх періодичних видань. Як не парадоксально, але саме цей період характеризується високим рівнем свободи слова і розквітом плюралізму думок і значним сплеском у появі нових газет і журналів. На початок 90-х років типологічна структура періодичних видань включала державні газети та журнали, газети та журнали комерційних структур, багатотиражки, приватні видання, видання журналістських колективів та творчих спілок. Впродовж цих років значно зменшилася передплата на московські видання з 41,6% до 5,2%, разом з тим частка центральних видань зросла 22,6% до 32,8%. Майже вдвоє збільшилася кількість регіональних видань. Якщо кількість загальноукраїнських періодичних видань зросла приблизно на 10%, то кількість регіональних і місцевих видань зросла з 35,8% до 62,0%, тобто майже вдвоє [2, с.13].

Однак, потрібно відзначити ті вагомні проблеми які доводилося долати пресі у 1994 році і які значно вплинули на падіння тиражів і закриття багатьох видань. Зокрема це значне зростання цін на папір, поліграфічні витрати, та витрати редакцій на розповсюдження преси. Прикладом може слугувати «Літературна Україна» яка під час перебудови віддзеркалювала настрої національно-демократичної опозиції і зуміла підняти тираж до 200 000 тисяч. Однак, через два роки після проголошення незалежності, зазначені обставини різко погіршили становище редакції і тираж газети впав до 45 000 тисяч примірників. Натомість виникли та швидко завоювали ринок, особливо молодіжний, еротичні видання. Наприклад, «Лель», «Лель-ревю», «Пан+Пані», та подібні.

Позитивом в цілому став процес створення в Україні кількох десятків цілком конкурентоздатних газет, які зуміли подолати всі перешкоди та негаразди, зміцніли організаційно, фінансово і затвердились на ринку масової інформації як дійсні лідери. Початок цьому процесу дала газета «Посередник», а потім з'явилися «Експрес-об'ява», «Експрес-клуб», «Событие» та інші. Спочатку вони позиціонували себе як суто рекламні видання, а потім почали віддавати частину газетної площі (до чверті) висвітленню суспільно-політичного життя [3, с.72].

Все ж можна стверджувати, що 1991-1994 роки, стали роками найбільшого піднесення для українських періодичних видань, які стали надзвичайно впливовим чинником процесу демократизації суспільства.

Починаючи з 1995 і до 1998 років в Україні поступово формується ринок олігархічних ЗМІ. Мас-медіа перетворюються на політичні проекти для обслуговування інтересів певних кланово-олігархічних груп. З'являється заборона на критичне висвітлення діяльності президента, бачимо пряме втручання владних структур у діяльність засобів масової інформації, здійснюється тиск на ЗМІ через «темники». Зокрема, чітко виділяються три типи утворень кланово-олігархічного характеру: економічні, медіальні, політичні. Як бачимо, під впливом

зазначених обставин, типологічна структура періодичних видань починає зазнавати змін і провідну роль у ній займають видання комерційного характеру. Такі видання входять до потужних медіа-холдингів власниками яких часто виступають представники кланово-олігархічних груп. Можна стверджувати, що саме цей період стає початком у комерціалізації засобів масової інформації. Ось як описує тодішню ситуацію один із дослідників періодики В. М. Владимиров «...крах ринку реклами в серпні-вересні 1998 року значно погіршив ситуацію як з друкованими, так і з електронними ЗМІ. Втрата тиражів, нестача грошей навіть на найперші потреби поставила сотні редакцій за межу виживання. Останній «товар», який вони ще могли продати – була їхня свобода, гарантована Конституцією, але не забезпечена економічно» [3, с.118]. Тому з кожною грошовою допомогою отриманою редакцією від бюджетів органів влади чи від олігархічних груп, реальна свобода у прийнятті рішень почала стрімко падати.

Рік 1998 стає переломним для української періодики, бо ті обставини які склалися для українських ЗМІ цілому, унеможливили розвиток незалежних національних видань як одного з найважливіших та дієвих гарантів демократичного поступу українського суспільства. Тим самим поставили їх в залежність до потужних медіа-холдингів, власники яких не були налаштовані підтримувати розвиток вільної преси в Україні.

Типологічна структура української преси визначеного періоду зазнала радикальних змін. Змінювали своє місце в ній старі типи видань і з'являлися нові. Даний період відзначився появою на ринку «гібридних» інформаційних продуктів, що поєднували в собі раніше не поєднувані типи видань. До прикладу, преса яка позиціонувала себе як якісна вводить в свою структуру елементи жовтизни. Досліджуючи період трансформаційних змін в українській періодиці, ми зіштовхнулися з плінністю типологічних характеристик навіть в рамках одного видання. Неоднозначність, суперечливість і нестійкість таких тенденцій засвідчує про складний процес трансформації українських періодичних видань. Фундаментальна причина нестійкості очевидна: українська преса переживала глибоку системну кризу, що охопила всі сторони її існування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 238 с.
2. Здоровега В. Й. Українська періодика у сучасному національному інформаційному просторі./В.Й. Здоровега// Вісник львівського нац.ун-ту. Серія Журналістика. – 1995. – Вип.3. – С. 11-18.
3. Владимиров В. М. Історія української журналістики (1917-1997 роки)/ В. М. Владимиров// Навч. посіб. – Луганськ: Вид-во. Східноукр. держ. ун-ту. 1998. – 315 с.
4. Владимиров В. М. Основи теорії журналістики в поняттях та коментарях./ В. М.Владимиров // Основи теорії журналістики в поняттях та коментарях. – Луганськ: Вид-во СУДУ, 1998 – 146 с.
5. Корконосенко С. Г. Социология журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 427 с.
6. Мурзин Д. А. Очерк типологии деловой прессы./Д. А. Мурзин//Вестник Московского ун-та. Серия Журналистика. – 2003. – Сер. 10. – С.64-75.
7. Недопитанський М. І. Типологічні особливості сучасної газетно-журнальної періодики./ М. І. Недопитанський//Українська журналістика в контексті доби:

- матеріали Всеукр. наук. практ. конф. [«Українська журналістика в контексті доби»], (Львів, 23-24 вересня 2004 р.) / М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Я. Франка. – Л.: Львівський нац. ун-т ім. І. Я. Франка, 2004. – 472 с.
8. Несхозієвський А, Розум О. Газетне виробництво в Україні/ А. Несхозієвський, О. Розум // Друкарство. – 2004. – №5. – С. 11-14.
 9. Родні Баркер. Майбутнє для лібералізму чи ліберальне майбутнє?/ Р. Баркер// Лібералізм. Антологія. – Київ: Вид-во Смолоскип. – 1114 с.
 10. Реснянская Л. И. Общероссийские газетные издания./Л. И. Реснянская//Вестник Московского ун-та. Серия Журналистика. – 2000. – 424 с.
 11. Шишкин Н. Э. Введение в теорию журналистики . Учебно-методический комплекс для студентов заочной формы обучения. – Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2004. – 318 с.

THERE HAVE BEEN CHARACTERISTIC CHANGES IN THE PUBLICATION TYPE STRUCTURE OF PERIODICALS IN UKRAINE IN 1991-1998

Antonina Paliychuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Chupryny Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: newmedialnu085@gmail.com*

This article describes the major changes in the publication type structure of periodicals in Ukraine in 1991-1998, respectively. The peculiarities of periodicals functioning in market conditions have been considered in this article.

Key words: typology, structure Press, periodicals.

ХАРАКТЕРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ТИПОЛОГИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ УКРАИНЫ (1991-1998 гг.)

Антонина Палийчук

*Львовский национальный университет им. И.Франко,
ул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львов, Украина
e-mail: newmedialnu085@gmail.com*

В статье подано характеристику изменений в типологической структуре периодических изданий Украины в 1991-1998 годах. Рассмотрены особенности функционирования периодических изданий в условиях рынка.

Ключевые слова: типология, структура прессы, периодика.