

## КОНТЕКСТ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ У МАС-МЕДІА ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Надія Горошкевич

*Кафедра психології Інституту психології та права національного університету  
„Львівська політехніка”, вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Україна,  
e-mail: nadja.horoshkevych@mail.ru*

Розглянуто основні аспекти доволі перспективної наукової теми. Подано ключові чинники актуальності та можливих тематичних пластів її опрацювання. З огляду на політичні та соціальні особливості регіону загалом та Івано-Франківщини зокрема запропоновано ключові аспекти опрацювання цієї проблеми.

Тоталітарна спадщина СРСР, її ідеологічні постулати до цього часу відчуваються в певних нюансах функціонування мас-медіа на західноукраїнських теренах. Ця спадщина полягає у тому, що цілеспрямовано і жорстко нав'язувався комуністичний світогляд. Нині мас-медіа покликані сприяти формуванню національно-гуманістичних, морально-духовних цінностей, державницького мислення. Подаючи оперативну інформацію, журналіст розставляє певні акценти, спонукає реципієнта думати.

Окреслено проблему контенту публікацій, які аналізуються. Досліджено висвітлення будь-якої актуальної проблематики у регіональних медіа. Контент таких матеріалів до певної міри є дзеркалом реалій, у якому відображаються глобальні процеси, які відбуваються в регіоні і в країні загалом, а також не менш важливі зміни у психології та менталітеті як наших політиків, так і простих громадян.

Особливо важливим при розробленні цієї теми є аналіз аудиторії. В ринкових умовах те, про що повідомляє засіб масової інформації та як інформує, визначається замовленням аудиторії, тобто читачів. Такі особливості редакційної політики зумовлені територіальними, соціальними і віковими відмінностями.

*Ключові слова:* аудиторія, контент, мас-медіа, регіон, державотворення.

Актуальність цієї статті полягає у нагальній потребі вивчити реальні чинники функціонування в доволі стійкому аудиторному просторі обласного рівня тих матеріалів мас-медіа, які мають державотворчі ознаки. Звісно, що ця тема охоплює дуже широке коло питань (вивчення контенту, аналіз аудиторних зацікавлень та співмірність з цими зацікавленнями власне контенту матеріалів мас-медіа тощо), і всі вони видаються надзвичайно актуальними. Йдеться про те, що саме зараз Україна перебуває на критично складному етапі як політичного, так і комунікаційного становлення державності, пошуків власного шляху розвитку.

У перспективі комплексний аналіз анонсованої проблеми стосується як теоретичних аспектів тенденцій розвитку регіональних мас-медіа на прикладі Івано-Франківщини, так і містить безпосередньо „польові дослідження” аудиторії івано-франківської преси та її ставлення до матеріалів. Власне, об'єктом аналізу має бути контекст державотворення у матеріалах як один зі стратегічно найважливіших напрямів для українського суспільства на сучасному етапі розвитку.

У Галичині традиційно є сильнішою патріотична домінанта, навіть у порівнянні з республіканськими виданнями, не кажучи вже про періодику східних та південних регіонів нашої держави. Така особливість значною мірою зумовлена читацькою аудиторією. У засобах масової інформації Івано-Франківщини аудиторію традиційно визначають як національно свідому, патріотичну, з високим рівнем знань з історії України, зокрема у контексті державотворення.

Цей регіон традиційно вважається осередком українського патріотизму, носієм традицій і національних цінностей. Державотворча думка у пресі Івано-Франківщини має довгу історію, її розвиток не припинявся навіть в умовах радянського режиму. Тут жили й творили визначні науковці та громадські діячі. На Прикарпатті з'явилося багато наукових праць, просвітницьких публікацій, що представляють значний інтерес у контексті державотворення. При цьому преса Івано-Франківщини має розглядатись не як окрема ізольована одиниця, а в контексті розвитку медіа інших регіонів України. Адже національна стратегія для більшості наших громадян є доволі розмитим поняттям, а влада, схоже, не має ані далекоглядних планів розвитку української держави, ані – навіть чіткого окреслення найближчих перспектив.

За подібною політичною ситуацією питання визначення національних пріоритетів, місця та ролі держави у сучасному та, відповідно, майбутньому суспільно-політичному контексті, має величезне значення. А тому дуже важливим є дослідження висвітлення цієї проблематики у мас-медіа, а надто у регіональних медіа: контент таких матеріалів до певної міри є дзеркалом, нехай і дещо викривленим щодо реалій, але все-таки дзеркалом, у якому відображаються ті глобальні процеси, які відбуваються в регіоні і в країні загалом, а також не менш важливі зміни у психології та менталітеті як наших політиків, так і простих громадян. Власне, за матеріалами, які з'являються у мас-медіа, можна судити про стан розвитку суспільної свідомості, про ті вектори розвитку української держави, до яких схиляються ті чи інші представники соціуму.

Якщо на початку 90-х років минулого століття актуальною була проблема національної самоідентифікації українців, то тепер це питання вже не перебуває на піку злободенності; зараз особливо гостро постає справа вибору шляху, яким розвиватиметься наша держава у найближчому майбутньому, вибору ключових засад українського державотворення. Це проблема значно ширша і глобальніша за просте питання національної ідеї, національної самоідентифікації українців. По-перше, ця проблема не є статичною, тобто кожен день глобальної війни Росії проти України ставить нові завдання перед суспільством, процес державотворення є безперервним, на часі постають все нові і нові виклики. По-друге, на відміну від проблем національного самовизначення та патріотизму, які належать до сфери ідеології, проблема державотворення включає чимало різнобарвних аспектів: економіка, законодавство, не лише внутрішня, а зовнішня політика, та, безумовно, функціонування мас-медіа.

Якщо раніше ідеологічна система тоталітарного СРСР цілеспрямовано і жорстко нав'язувала певний світогляд, то тепер, поза сумнівом, не йдеться про те, щоби мас-медіа формували, а тим паче нав'язували певну концепцію державотворення. Але проблема формування *громадської думки* та *громадянської* позиції перетворюється на основну функцію медіа. Навіть подаючи певну оперативну інформацію, журналіст

розставляє певні акценти, схиляє думки читача в той чи інший бік. При розборі аналітичних публікацій цей момент є очевидним, а надто якщо врахувати, що більшість публікацій такого характеру, особливо безпосередньо пов'язаних із сучасними політичними процесами, в українській журналістиці є замовними [3, с. 96–98]. Проте відзначимо, що формування ідеології державотворення у сучасній українській пресі — зокрема, регіональній пресі Івано-Франківщини, є більш завуальованим. Врешті-решт, навіть якщо конкретний ЗМІ не ставить собі за мету формувати певну стратегічну позицію своїх читачів, розміщуючи ті чи інші матеріали, він все одно виконує функцію державотворення, можливо, не завжди до кінця усвідомлено. Особливо, якщо йдеться про ті мас-медіа, які за основну свою мету ставлять суто комерційний успіх видання та роблять акцент на простому інформуванні читача про поточні події.

Питання сучасних регіональних медіа загалом на цей час є малодослідженими. По-перше, науковці обирають зазвичай об'єктом своїх досліджень ретроспективний масив видань — більшість досліджень регіональної преси мають характер, близький до історичного. Детально досліджуючи усі аспекти діяльності медіа минулих десятиліть (століть), науковці рідко приділяють увагу поточному масиву видань. По-друге, мас-медіа перебувають у процесі постійних змін та постійного соціально-комунікаційного технологічного оновлення [7]. Особливо ця теза стосується поточного моменту, коли дуже тісними є взаємодія та взаємовплив різних мас-медіа, відбувається переосмислення і переоцінка ролі та функцій медіа, а тому розібратися в цьому розмаїтті комунікаційних характеристик зазвичай буває досить важко. Адже в ринкових умовах на те, які публікації виходять на шпальтах газети, впливає велика сукупність чинників, а тому завжди треба враховувати політичний, економічний, соціальний контексти *видання* і відповідно до результатів аналізу робити ті чи інші висновки.

Особливо важливим при розробленні цієї теми є аналіз аудиторії. В ринкових умовах те, про що повідомляє засіб масової інформації, *що* він пише і *як* він пише, визначається замовленням аудиторії, тобто читачів. Такі особливості редакційної політики зумовлюються і територіальними, і соціальними, і віковими відмінностями.

По суті, різного висвітлення потребує обрана для аналізу медіа на проблематику державотворення на Сході і на Заході України (яскравим представником українського Заходу є Івано-Франківщина). Крім того, по-різному підходять до написання матеріалів у межах масової та елітарної (якісної) журналістики, йдеться про певні особливості світосприймання різними прошарками аудиторії: постійний рух і прагнення до нового, швидка реакція на події для міських мешканців, певний традиціоналізм, консерватизм та інертність — для сільських. Врешті-решт, й кожна вікова група сприймає питання державотворення по-своєму, має власні орієнтири, звертає увагу на ті чи інші аспекти цього складного процесу, вимагає іншого журналістського матеріалу: інших жанрових форм, мовностилістичних засобів, оперує іншими поняттями, вимагає іншої аргументації. Крім того, важливим моментом є питання власності конкретного засобу масової інформації, фінансування його діяльності. Саме цей аспект часто визначає вектори публікацій, присвячені цій тематиці. Для преси Івано-Франківщини тут актуальним є і поділ медіа на ті, що фінансуються органами місцевого самоврядування, та ті, засновниками та власниками яких є певні фізичні чи юридичні особи, не пов'язані безпосередньо з органами влади.

### Список використаної літератури

1. Владимиров В. М. Проблема розуміння інформації в журналістиці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.01.08 „Журналістика” / В. М. Владимиров. – К., 2003. – 30 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2000. – 180 с.
3. Иванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: моделі та практики / Н. В. Костенко, В. Ф. Иванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
4. Кравців І. Інтернет-портали Івано-Франківщини: сучасний стан та перспективи розвитку / І. Кравців // Теле- та радіожурналістика : зб. наукових праць / Львівський національний університет ім. І. Франка. — Вип. 9. Ч. 1. – Львів, 2010. – С. 325 – 333.
5. Лизанчук В. В. Геноцид, етноцид, лінгвоцид української нації: хроніка / В. В. Лизанчук. – Львів : Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2008. – 258 с.
6. Різун В. В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 116 с.
7. Холод О. М. Комунікаційні технології / О. М. Холод. – К. : Центр учбової л-ри, 2013. – 212 с.

Стаття надійшла до редколегії 10. 09. 15

Прийнята до друку 05. 10. 15

## CONTEXT OF BUILDING STATE IN THE MASS MEDIA OF THE IVANO-FRANKIVSK REGION: FORMULATION OF A PROBLEM

**Nadiya Horoshkevych**

*Cathedra of theoretical and practical psychology Institute of Law and Psychology,  
Lviv Polytechnic National University, St. Bandery Str., 12, Lviv, Ukraine,  
e-mail: nadja.horoshkevych@mail.ru*

Basic aspects of a promising science topic are researched. Key factors of relevance and possible topical layers of processing this relevance are given.

Given the political and social characteristics of the region as a whole as Ivano-Frankivsk's region in particular we offered key aspects of study of the problem.

The totalitarian legacy of the USSR and its ideological system felt a certain nuances operation of mass media in the westernukrainian territories until now. This heritage consist targeted and imposing tough of a specific outlook. There is not about mass media formed or imposed of a certain concept of the state creation now. But problem of formation of public opinion and citizenship turns into the main function of media. Even giving a certain operational information, journalist placed certain accents according to thought readers in either direction.

An issue of content publications which analyzed is allocated separately. There is an illumination of any relevant issues in the regional media is investigated. We believed, that content such materials is a mirror reality measurably. There are those global processes, that placed in the region and the country as a whole, also important changes in psychology and mentality as our politicians as ordinary citizens, are displayed in this mirror.

Audience analysis is a special important in developing this topic. In market conditions, information which messages mass media determined of an order audience or readers. Such features of an editorial policy are explained territorial, social and age differences.

*Key words:* audience, content, mass media, region, state creation.