

20. *Straw J.* The Decline in Press Reporting of Parliament, report published by Jack Straw, MP, House of Commons, October of 1993.
21. *Temple M.* The British press / M. Temple. — London, 2008. — 272 p.
22. *Toffler A.* The third wave / A. Toffler. — New York, 1984. — 560 p.
23. *Williams R.* The Communications. Third edition / R. Williams. — London, 1976. — 325 p.
24. *Zoonen van L.* Popular Culture as Political Communication: An Introduction / L. van Zoonen // The Public. — 2000. — № 7(2).

Сергій Демченко

ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ ЖУРНАЛІСТА ТА ЖУРНАЛІСТИКИ В ІНТЕРНЕТІ

Аналізуються процеси еволюції соціальної функції журналіста та журналістики в умовах нового інформаційно-комунікаційного простору.

Ключові слова: соціальна функція, еволюція, теорія ролей, мультимедіа, Інтернет.

Анализируются процессы эволюции социальной функции журналиста и журналистики в условиях нового информационно-коммуникационного пространства.

Ключевые слова: социальная функция, эволюция, теория ролей, мультимедиа, Интернет.

The processes of journalist' and journalism's social function evolution in the context of new informational and communicative space are under study in the thesis.

Key words: social function, evolution, role theory, multimedia, the Internet.

«Інформаційний вибух», яким позначено кінець ХХ ст. та порубіжжя ХХ—ХХІ ст., створив принципово новий інформаційно-комунікаційний простір. І справа навіть не в глобальному характері змін, які активно сприяють посиленню однорідності соціальної структури суспільства у різних країнах за рахунок однорідності й усталеності основних каналів масової комунікації, а в кардинальних змінах у технологічній базі масово-інформаційної діяльності, яка суттєво розмиває на часі самі поняття «журналіст», «журналістика» у їх традиційному розумінні.

Справді, кого називати зараз журналістом, коли кожен пересічний громадянин може відкрити свою сторінку в Інтернеті і періодично оприлюднювати на ній свої думки з будь-якого приводу? І що тоді залишається від хрестоматійно відомих функцій журналістики, зокрема її соціальної функції? Чи залишиться вона, як і раніше, одним із найважливіших громадсько-політичних інститутів суспільства чи перетвориться на безкінечну мозаїку суб'єктивно-індивідуального світобачення?

Зрозуміло, що на ці запитання уже намагалися дати відповідь українські науковці. Деякі — побіжно у монографіях та підручниках, присвячених загальним проблемам масової комунікації (В. Ф. Іванов [5], С. М. Квіт [7], О. М. Коновець [8], В. В. Різун [11]). Інші, як львівський професор Б. В. Потятиник [9] та донецька дослідниця І. М. Артамонова [1], — у спеціальних розвідках, які були присвячені філософським проблемам комунікації та становленню інтернет-комунікації в Україні.

І все ж на запитання, чому при справді революційному розвитку медіа-технологій функціональні ролі журналіста та журналістики якщо і змінюються, то надзвичайно повільно і часто в несподіваних напрямках, відповіді ще не дано. Тож запропонована стаття є однією з перших спроб прояснити ситуацію, що склалася.

Модерне розуміння функцій медіа (і, ширше, комунікації взагалі) тісно пов'язано з теорією ролей. І сам термін, і явище, яке за ним стоїть, хоч і описане в медіаенциклопедіях, що вийшли в Україні [10, с. 239] та сусідній Росії [4, с. 338], у нас не лише не досліджувалось, а й, по суті, ще не ввійшло по-справжньому і в науковий обіг.

Між тим теорія ролей, згідно з її тлумаченням, яке слідом за західними науковцями дає московський фахівець І. І. Засурський [3, с. 23], — це сукупність теорій, що визначає специфіку особистості через соціальні ролі, які вона виконує у суспільстві. Витоки цієї теорії знаходимо у знаменитій книзі голландського філософа та культуролога Й. Хейзінги «Людина, що грається» [12], який саме через різноманітні ролі, що їх доводиться (свідомо чи несвідомо) грати людині у своєму житті, намагався пояснити взаємодію індивіда і суспільства.

Зазвичай у межах цієї теорії виділяють декілька рівнів аналізу:

- соціологічний: роль як елемент соціальної культури та структури;
- соціально-психологічний: взаємодія індивідів між собою і взаємодія індивіда і групи;
- рівень особистості як системи, в якій поєднуються інтереси загальної психології, соціальної психології та соціології.

Використовуючи у своєму дослідженні соціологічний та соціально-психологічний рівні аналізу, ми виходимо з того, що соціальна роль — це стереотипна модель поведінки людини, яка об'єктивно задається соціальною позицією особистості у системі суспільних та міжособистісних відносин. Іншими словами, суспільство або соціальну групу можна уявити як певний набір певних соціальних позицій, тобто «місць» у соціальному просторі (інженер, журналіст, чоловік, студент, солдат тощо), діючи у межах яких людина ніби виконує особливе «соціальне замовлення», реалізує певну функцію. Виходячи з цих «правил гри», конкретна людина виконує один із декількох варіантів соціальних ролей, що задають як соціально-типові аспекти поведінки, так і її «особисте забарвлення», що залежить від знань, умінь, якостей особистості та її відповідності соціальній ролі [12, с. 78].

Виділяючи функціональні ролі журналіста у такому аспекті, маємо на увазі той їх спектр, що розгортається у контексті його взаємин з аудиторією (соціальні відносини), а не його внутрішньоцеlexову діяльність.

У своєму фундаментальному дослідженні, присвяченому аналізу сутності інформаційного суспільства, американський філософ і соціолог М. Кастельс акцентує увагу на тому, що «нові інформаційні технології — це не просто інструменти для використання, а процеси, які необхідно розвивати. Користувачі навіть набувають можливості брати техніку під свій контроль, як, наприклад, в Інтернеті» [6, с. 32]. Принцип запропонованої моделі — у пропозиції спиратися на сервіси споживачів та алгоритмічне опрацювання даних, інакше кажучи, у спробі перетворити кожного користувача в активного учасника одночасного процесу виробництва та використання інформації, а сам інтернет-ресурс перетворити у технічний засіб міжособистісної комунікації користувачів.

Якщо спробувати визначити пріоритетне завдання журналістів у цьому новому інформаційно-комунікаційному середовищі, то воно може бути сформульовано таким чином: управління інформаційними потоками в комунікаційній Мережі. Ось тільки це завдання такою мірою не узгоджується з професійними настановами, які домінують в українській журналістиці, що виникає потреба замислитися над запровадженням нового терміна, яким би визначали професійного комунікатора, хоч і пов'язаного генетично із звичним журналістським репертуаром (що прямо чи опосередковано вибудовується на визнанні професійної монополії на авторство), проте суттєво відрізняється від нього перш за все ідейно, через визнання власної службової, посередницької функції.

У західній теорії комунікації уже прижився термін «медіапрофесіонал», яким і позначають цю категорію працівників сфери масової комунікації. Подібний термін на вітчизняних теренах поки що відсутній, і ми продовжуємо іменувати звичним для нас терміном «журналіст» і тих, хто безпосередньо працює у ЗМІ, і тих, хто, по суті, лише надає інформаційні послуги через управління дискусіями в Мережі, локалізацію пошукових запитів, створення тематичних добірок тощо.

На основі аналізу практики медійних інтернет-проектів (інтернет-підтримка телеканалів «Інтер», «Студії «1+1», 34-го телеканалу (Дніпропетровськ), радіостанцій «Радіо-Мікс» (Дніпропетровськ) та інтернет-журналу «Медіакритика») були визначені та систематизовані функціональні ролі, які виконують журналісти у новому інформаційно-комунікаційному середовищі. За ступенем новизни для нашого національного простору ми поділили їх на три групи: традиційні, актуалізовані та нові.

До першої групи можна включити такі «вічні» ролі, як «автор», «редактор» та «організатор» (хоча вони теж об'єднують декілька різних функціональних ролей [2, с. 266]). До тих традиційних функцій, які виконувалися журналістами перерахованих категорій, додалися та розширилися відносно нові організаційні функції (наприклад організація різноманітних соціальних рухів аудиторії).

Другу групу — актуалізовані ролі — становлять такі моделі, що відомі вже давно, але висунулися нині на перший план завдяки розвитку нових інформаційно-комунікаційних технологій:

- «модератор», який організує, спрямовує дискусію, робить висновки за результатами обговорення того чи іншого питання;
- «агент впливу», який ненав'язливо акцентує увагу аудиторії на тому чи іншому об'єкті, ідеї у пропагандистському чи рекламному контексті;
- «видавець» — технічний фахівець, який забезпечує розміщення контенту на сайті, що відіграє роль «фільтра» на момент публікації;
- «маркетолог/соціолог», який залежно від ситуації та інтересів журналіста може виступати і в ролі маркетолога, і в ролі соціолога, спираючись на одні й ті ж дані;
- «продюсер», що організує та координує виробничий процес на межі внутрішньоредакційної кухні та простору аудиторії;
- «інтернет-користувач» — журналіст, що раніше працював з архівними матеріалами, а тепер має справу з новим специфічним та насиченим середовищем — Інтернетом;
- «диспетчер» — журналіст, що сприяє підвищенню ефективності пошукового запиту користувача. Його завдання — забезпечити найбільш оптимальну логістику користувача від «точки входу» до інформації, що запитувалась.

Разом з тим захоплення новими технологіями та відсутність навичок роботи з інформаційними потоками призводить не лише до труднощів у роботі з контентом, як того вимагає час, а й до певних конфліктів з аудиторією (для журналістів) і до розвитку соціальних дисфункцій (для аудиторії). Аутизм (віртуальний простір надзвичайно зручний для реалізації амбіцій, реалізація яких у реальному житті ускладнюється браком сил, упевненості в собі, волі, зв'язків, фантазії, здібностей тощо), підміна реальної особистості особистістю віртуальною, роздвоєння особистості або її «розклад» на декілька ролевих персонажів — ось неповний перелік тих соціальних дисфункцій, які виникають у навколомережевому середовищі.

У процесі освоєння технологій мережевої комунікації виникають три нові ролі, пов'язані зі ступенем «зануреності» особистості у це середовище: «глядач» (пасивний спостерігач), «спів-творець» (учасник комунікаційного процесу), «творець» (активний учасник комунікаційного процесу, творець власних, підконтрольних віртуальних продуктів: блогів, кланів, розсилок тощо).

Таким чином, виникає необхідність подолати відчутну суперечність між логікою розвитку Інтернету як інформаційно-комунікаційного простору і стереотипами медіавиробництва офлайнових ЗМІ в Мережі. Внаслідок розширення функцій та опцій роботи журналіста в Мережі низка професійних ролей переживає актуалізацію, тобто переміщається із периферії ролевого спектра у центр. З'являються і деякі нові ролі.

У зв'язку з тим, що виробництво та поширення масової інформації в Інтернеті перестало бути монополією професійних журналістів, особливого значення набувають такі відносно нові або й зовсім нові ролі та функції, як «модератор», «маркетолог/соціолог», «інтернет-користувач», «диспетчер». Орієнтація на них молодих фахівців дозволить виховати у них ставлення до Інтернету як інструменту масової комунікації на противагу моделей Мережі, які активно пропагують її як засіб відходу від реальності.

1. *Артамонова І. М.* Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. М. Артамонова. — Донецьк : Лебідь, 2009. — 416 с.
2. *Дзялошинский І.* Російський журналіст в посттоталітарну епоху : монографія / І. Дзялошинский. — М. : РІА-холдинг, 1996. — 312 с.
3. *Засурский І. І.* Путь игрока, или Теория игровых площадок / І. І. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. — М., 2006. — № 3. — С. 20—33.
4. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. — М. : Изд-во МГУ, 2004. — 416 с.
5. *Иванов В. Ф.* Аспекты массовой коммуникации : монографія / В. Ф. Иванов. — К. : ЦВП, 2009. — Часть 3: Теории и модели массовой коммуникации. — 330 с.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под научн. ред. О. И. Шкаратана. — М. : ГУВШЭ, 2000. — 820 с.
7. *Квіт С. М.* Масові комунікації : підручник / С. М. Квіт. — К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.
8. *Коновець О.* Масова комунікація: теорії, моделі, технології : навч. посіб. / О. Коновець. — К., 2007. — 266 с.
9. *Потятиник Б.* Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 312с. — (Серія: Медіакритика).

10. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. — К. : ЦВП, 2007. — 780 с.
11. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. — К. : ВЦ «Просвіта», 2008. — 260 с.
12. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнього дня / Й. Хейзинга ; пер. с нидерл. ; общ. ред. и послесл. Г. М. Тавризян. — М. : Прогресс, 1992. — 464 с.

Володимир Лернатович

**ДРУКОВАНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ:
НАЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ**

Стверджено, що преса і нація виступають конвергентними поняттями і мають інформаційний характер. Акцентовано, що національне — первинне, преса — вторинне.

Ключові слова: *засоби масової інформації, нація, діяльність держави, політичні доктрини.*

Подтверждено, что печать и нация выступают конвергентными понятиями и имеют информационный характер. Акцентировано, что национальное — первичное, печать — вторичное.

Ключевые слова: *средства массовой информации, нация, деятельность государства, политические доктрины.*

It is affirmed that press and nation appear in convergent concepts and have information character. It is accent that national is primary, press is secondary.

Key words: *Mass media, nation, activity of state, political doctrines.*

За 19 років незалежності в Україні утвердилися деякі суперечливі тенденції у політичному процесі, суспільних науках, поступі загалом. Насамперед це стосується т. зв. пострадянських державних утворень, зокрема України. Часи СРСР були епохою ідеологічних екстремумів політичних імперативів з головним формотворчим акцентом на ЗМІ як дієвому інструменті масових агітаційно-пропагандистських маніпуляцій народними масами. Ліберальна доктрина, яка стала основою конституцій незалежних держав, виокремлює концепцію свободи слова, думки, преси, визнаючи апріорі як абсолютне благо багатопартійність, виборність, парламентаризм, вільний ринок, вільне віросповідання, а з іншого боку, апелює до