

багатотиражної преси з метою всебічного її вивчення і введення до наукового і культурного обігу. Рішення щодо розроблення цієї теми пов'язане з прагненням уникнути паралелізму у пресознавчих дослідженнях, а також тим фактом, що інформаційний потенціал багатотиражної преси досі не розкритий, цей феномен системно не вивчений, хоча його значення як інформативного джерела наукою вже доведено. Серед причин майже повної відсутності розробок цього виду періодичних видань — недооцінка їх науковцями, які досліджують «велику» пресу, відсутність методики дослідження «малої» преси, значний масив цих видань. У контексті досліджень багатотиражної преси України плануємо видання монографії та першого каталогу цієї серії, до якого увійдуть фабрично-заводські газети з фондів НБУВ.

Зазначимо, що на цьому етапі відділ пресознавства досліджує лише газетні видання, проте не тільки ті, що зберігаються у фондах газетного відділу, а в усій Бібліотеці, а саме: у відділі юдаїки Інституту рукопису НБУВ, відділі бібліотечних зібрань та історичних колекцій Інституту книгознавства, відділі організації та обслуговування основним фондом. На перспективу плануємо розширити рамки наших досліджень. Передбачаються також спільні проекти з відділами національної бібліографії, науково-бібліографічної інформації; важливим напрямом корпоративної діяльності відділу пресознавства буде й участь в електронній бібліотеці НБУВ «Україніка», цифровій бібліотеці історико-культурної спадщини.

Наталія Гайдур

ДІАХРОННИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Стверджено, що діахронний аналіз функціональної системи засобів масової інформації дозволить з'ясувати рівень чутливості до інтересів суспільства на всіх його рівнях — від країни загалом до невеликої громади. Для вдосконалення результатів аналізу виокремлено два виміри цього аналізу та запроваджено т. зв. «емпіричний трикутник».

Ключові слова: аудиторія, журналістика, контент, медіа, стратегії, суспільство, текст.

It has been argued that diachronic analysis of the functional media system will determine the level of sensitivity to the interests of society at all its levels — from the country as a whole to a small community. To improve the results of the analysis, two dimensions of this analysis have been distinguished and the so-called «empirical triangle» has been introduced.

Keywords: *audience, journalism, content, media, strategies, society, text.*

Постановка завдання. Засоби масової інформації створюють спільний світ шляхом уведення додаткових специфікацій для спостереження за дійсністю. Так само, як в економіці існують різні методи бухгалтерського обліку, що створюють власну реальність у зв'язку з подальшою диференціацією під кодексом вигідності/неприбутковості, програмні засоби функціонування засобів масової інформації зумовлюють такий вибір технологій, який визначає рівновагу між аналітичним та розважальним контентом [2].

При цьому і аналітика, і розваги працюють на аудиторію, відкрито маніпулюючи нею, виділяючи фіктивність описового або рухомого контенту. Через контраст стосовно реальності розвага просто дарує аудиторії відпочинковий ефект, а новини зосереджуються на намаганні зробити реальними будь-які як *встановлені*, так і *постановочні* (читаймо — вигадані) факти та події, а отже, саме мас-медіа повинні мати можливість стати суспільним чинником правди. Квазіоб'єкти неправди форматуються, квазіактори та квазівідносини вигадуються, притягуються до необхідності розтлумачити щось аудиторії — і це призводить до того, що засоби масової інформації вибирають елементи об'єктів, акторів та взаємин так, як цього вимагають засоби передачі новин, і таким чином, вони не описують суспільство таким, яким воно є, але описують суспільство, в якому щось визнається інтерпретацією фактів.

Однак для того, щоби дати характеристику засобам масової інформації як чиннику форматування вже згадуваних нами об'єктів, акторів та взаємин, необхідно врахувати, що засоби масової інформації додатково програмують певні селектори, принципи вибору цих самих об'єктів, акторів та взаємин, вибору технологій подання і препарування інформації під інтереси і зацікавлення аудиторії. Це означає, серед іншого, що засоби масової інформації у такому контексті свого функціонування відзначаються відходом від стан-

дартів мас-медіа, які позначають консенсусне висвітлення подій — включно із конфліктами інтересів [1, с. 35—37].

Те саме стосується порушення місцевої норми і аморальних дій як критеріїв відбору в засобах масової інформації: на жаль, вони загалом цікавлять медіа [5]. Мета діахронного аналізу функціональної системи засобів масової інформації полягає в тому, щоб дослідити, як селектори і критерії контенту стають актуальними навіть з урахуванням функціонування тих мас-медіа, які свідомо порушують стандарти журналістики.

Сучасне суспільство функціонально диференціюється з точки зору різних функціональних систем, у межах яких кожен споживач контенту або конструює, або сприймає світ у своєму власному, вузькому, індивідуальному і персональному вигляді. Актуальною стає проблема динамічної стабільності журналістики, її зосередженості на таких факторах, які впливають на механізми вибору стосовно контенту. Класична умовна формула журналіста про те, що журналістика не лише має структурні зв'язки із суспільством, а й є продовженням цього суспільства, втіленням інтересів певної частини цього суспільства тощо, свідчить про прагнення до встановленої інтелектуальної зацікавленості контентом мас-медіа.

Метою статті є виокремлення таких діахронних характеристик сучасних мас-медіа, які дали б можливість схарактеризувати особливості функціонування усїєї системи мас-медіа. Для досягнення зазначеної мети нами було поставлено для розв'язання такі завдання:

- конкретизувати чинники системи засобів масової інформації як частини наукового дискурсу;
- виокремити два виміри аналізу функціональної системи засобів масової інформації;
- з'ясувати специфіку функціонування «емпіричного трикутника».

Об'єкт статті — функціональна система засобів масової інформації.

Предмет дослідження — діахронний аналіз цієї системи.

Результати дослідження. Будь-яке наукове спостереження за функціональною системою засобів масової інформації виявляє розбіжності, які дозволяють наблизитись до розуміння конституційної формули журналістики. Адже будь-яке наукове спостереження не

повинно обмежитись поясненням того, хто виступає аналітиком. Необхідно передусім пояснити аналітичну операцію тією метою, яку має дослідник, що дозволить визначити стратегію розвідки, тлумачення тих кроків, які будуть здійснені аналітиком для реалізації зазначеної стратегії. Стратегія аналізу повинна пояснити, як проводити спостереження за теоретичними, методологічними та методологічними явищами із застосуванням стратегії аналізу стосовно тих концепцій, які піддаються спостереженню.

Ми відштовхуємось від тих наукових положень, які будь-які теоретичні школи зазвичай відносять до наукової методології (маємо на увазі розроблення онтологічних та гносеологічних проблем журналістики) та наукових методів (розуміємо їх як конкретний інструмент для аналізу). Необхідно зосередитись на віддзеркаленні такої оптики методології, яка дозволить проаналізувати функціональну систему засобів масової інформації як чинник методології визначення правдивості контенту. Тому варто особливо підкреслити, що як теоретичні положення науки про соціальні комунікації, так і спостереження за процесами, які відбуваються у самих соціальних комунікаціях, характеризують емпіричне предметне поле аналізу [6].

Наші міркування стосуються думки про те, що відбуватиметься з огляду на перспективу, але при цьому інші проблеми ризикують залишитись поза увагою. При аналізі функціональної системи засобів масової інформації необхідно дотримуватися інтерпретації відмінностей і того, як спостереження стикаються у діахронному аналізі. Йдеться не про пошук основних мотивів роботи журналіста, наміри та прості причини і наслідки цієї роботи, а про розроблення стратегії такого аналізу, який полягає у створенні та побудові дискримінаційних щодо реалій комунікаційних операцій; ці операції дозволяють маніпулювати фактами, створюючи певний контент.

Важливо здійснити аналіз функціональної системи засобів масової інформації у двох різних вимірах: спочатку у цілісному вигляді цієї системи, а потім — у її синхронних секціях. З огляду на діакритичний аналіз функціональної системи мас-медіа можливо аналізувати її концептуалізацію трансформацію її окремих чинників.

Функціональна система засобів масової інформації розуміється нами як:

по-перше, послідовність комунікаційних операцій, що виступає одиницею розбіжностей між релевантністю інформації, яку споживає аудиторія, та релевантністю реальних подій;

по-друге, діяльність засобів масової інформації, які створюють трансцендентальні ілюзії, рекурсивно спостерігаючи за реальністю.

Диференціювання контенту засобів масової інформації відбувається як різниця між планом коду контенту (реальний зміст медіа) та планом програмування контенту (бажання журналіста передати якусь інформацію). Кодування повідомлення розщеплюється як у релевантному, так і в масовому, загальноаудиторному розумінні інформації — так само, як це відбувається з економічними засадами функціонування мас-медіа.

Журналістика поза кодом контенту невігідна та неприбуткова. Утім, це не означає, що функціональна система засобів масової інформації заснована на подвійному кодуванні поза віддзеркаленням інтересів суспільства або без урахування вимог суспільства. При цьому операційна система журналістики працює зовсім не так, як працює система економічна. Як і грошові кошти, що допомагають диференціювати систему економічного функціонування, мас-медіа як середовище розповсюдження контенту допомагають узагальнити та диференціювати функціонування системи масової інформації. За допомогою технічних засобів усе, що, як здавалося раніше, не може відбуватись, відбувається — якщо не насправді, то в медіа — через поширення в них без параметрів безпосередньої присутності людей [3, с. 26—28].

Діахронний аналіз іноді має дещо описовий характер, але серйозне і неупереджене обґрунтування діяльності мас-медіа може стати основою для вдосконалення подальших спостережень за системою медіа у синхронному аналізі. У синхронному режимі актуалізується концепція розуміння контенту мас-медіа як різниці у спостереженні за контингентною формулою діяльності окремого журналіста та контентом, що подається цим журналістом в медіа.

Необхідність стратегії двостороннього аналізу функціональної системи засобів масової інформації полягає не лише в тому, що виробляється єдиний концептуальний розвиток аналізу явищ, при-

таманних журналістиці, а й у можливості отримувати й проаналізувати те, як контент медіа проявляється у реалізації концепції діяльності окремого журналіста по відношенню до різних інших концепцій. Із поєднанням двох стратегій уможливиться уникнення нечутливої соціальної інтерпретації понять, які складають сутність теорії соціальних комунікацій.

Згадаємо німецького філософа і соціолога, дослідника суспільств Райнгарта Козеллека, який 1982 р. використав термін «пильна семантика» [7, р. 38]. Із дбайливим семантичним посиланням на тексти публіцистики, які пов'язані із наукою, цей вчений окреслив коло вихідних матеріалів, що складаються з письмових бібліографій, підручників, роздумів про журналістику та роль журналіста в період від 1665 р. Р. Козеллек дійшов висновку про те, що перевага використання письмових матеріалів полягає в тому, що письмова форма працює більш всебічно із змістом і є консервативною щодо можливостей зберігання змісту; письмова форма написання може будь-коли виправити текст чи ілюстрації, навіть поміняти наміри автора.

Журналістика оперує повідомленнями, які публікуються в дійсності з *метою* інформування, але *цілі* журналістики видаються нам більш агресивними. Для того, щоби збагнути кінцеву мету повідомлення (чи групи повідомлень), запровадимо т. зв. «емпіричний трикутник», який складається із трьох фаз.

Початкова фаза — оперативне читання текстів у такому вигляді, у якому вони з'являються в друкованих засобах масової інформації. Аудиторія утримується від первинного розуміння намірів у текстах, але замість цього сприймає тексти такими, якими вони є.

Наступна фаза — узагальнення змісту тексту, що має значення для інформативної обробки повідомлення, яке несе в собі текст. Інформація відбирається і лише актуалізується для аналізу читачем. Читач відсікає вторинне від первинного, другорядне від головного, те, що вважає за невідоме і незрозуміле для себе, залишає позаду. Таким чином, зберігається безпомилковий емпіричний матеріал.

Остання фаза має аналітичний характер, виявляє суттєві розбіжності між власним баченням події, про яку повідомляють масмедіа, та позицією медіа. Динамічно стабілізовані характеристики контенту проявляються більш чітко, ніж на другому етапі, та по-

вільно в аудиторії починає з'являтися стабілізація розуміння цілей повідомлення.

Утім, запропонований нами «емпіричний трикутник» лише підтримує визнання інтересу аудиторії до повідомлення, але не дозволяє урізноманітнити власне розуміння події. При цьому дана оптика вивчення контенту, безумовно, має певні наслідки. Це дозволяє визначити принцип концептуалізації контенту журналіста, знайти відповідь на запитання про те, яким чином відбувається передача контенту через каузальні контексти.

Ще одна проблема вибору джерел інформації виникає, коли термін «журналістика» не використовується за своїм первинним значенням, але може зацікавити дослідника у спорадичному контексті вживання і розуміння. Для того, аби зрозуміти ключові концепти журналістики, необхідно, по-перше, використовувати різницю з метою конденсації значення журналістики як прикладного явища; по-друге, виробити концепцію «контрконцепції», суть якої полягає у тому, що через емпіричне читання аудиторія встановлює відмінності у тому, що написано і що насправді думає про це кожний читач.

Водночас актуальною вважаємо і концепцію еволюції аудиторії, за допомогою якої спостереження регулюється зв'язком між відбором контенту, варіаціями контенту та рестабілізацією розуміння. Важливо, що аудиторія завдяки емпіричному ознайомленню з контентом слідує семантичній еволюції, наслідком якої є можливість застосування діахронного аналізу кожного нового факту, — при цьому щоразу, коли в медіапросторі з'являється нова тема, аудиторія може шукати релевантну інформацію подальшої емпіричної зацікавленості цією темою. Вважаємо, що виникає ефект семантичної еволюції, який є наслідком потенційного діахронного аналізу аудиторією подій, яким присвячено повідомлення медіа.

Діахронний аналіз — це певна стратегія, в якій контент сприймається як смислова боротьба за те, щоб сформулювати тексти шляхом конденсації смислів у такі поняття, які є зрозумілими для аудиторії. Різниця між фактом та його описом у мас-медіа являє собою різницю між значенням і змістом, стиснутим у межі подачі цього значення в мас-медіа. Німецький філософ Крістіан Шульдт вважав, що конденсація сенсу повідомлення в мас-медіа означає,

що ця тема не тільки продовжує залишатись актуальною завдяки зацікавленню журналістів, а й сприяє перетворенню змісту на поняття, зрозумілі аудиторії, і, якщо це необхідно, створює розуміння семантичних форм і форм практики у сенсі структуризації апарату передачі інформації у такому вигляді, який буде зрозумілим аудиторії [8].

Існує емпірична чутливість при аналізі стану еволюції розуміння аудиторією тих подій, на висвітленні яких зосереджена увага мас-медіа. При цьому варто наголосити, що журналістика як комунікаційна практика не вирішує, яким чином буде здійснюватись адаптація журналістського контенту до інтересів аудиторії. Еволюційна концепція поступу безпосередньо пов'язана із заявленим нами «емпіричним трикутником»; у рамках тристоронньої операції між варіаціями, відбором і рестабілізацією контент треба розуміти як розширення шансів на обіцянку спілкування і як консолідацію очікувань, навколо яких функціонують суспільство та його соціальні системи.

Варіація контенту означає дислокацію або різновид несподіваного спілкування. У новинній журналістиці це може бути, наприклад, дигіталізація новинних потоків або створення нового, електронного, варіанта газети. Несподіваність — це той вибір, що спрямований на очікування комунікаційних зв'язків як структурного впливу на аудиторію, як системи. Якщо в суспільстві відбуваються якісь події, якщо трапляється щось нове, і це нове приносить багато нових потенційних можливостей, зокрема щодо вибору аудиторією джерел інформації, то за аудиторією залишається вибір цих джерел, а у продовженні цього вибору на практиці відбувається стабілізація або рестабілізація сприйняття реалій.

Журналістика орієнтується на сегментну аудиторію. Ця орієнтація не тільки визначається економічними чинниками, пов'язаними з аудиторією, а й визначає економічне спрямування медіа. Низький ступінь розвитку економічного ринку суттєво впливає і на аудиторію, і на мас-медіа з огляду на рівень комунікаційної фрагментації, при цьому мас-медіа, які більше орієнтовані на аудиторну нішу, мають чітке редакційне завдання, а професійний профіль їхньої комунікаційної практики налаштований на цільове аудиторне споживання.

Такі поняття, як громадянська журналістика та професійна журналістика, виникають там, де журналіст має писати на такі теми і таким чином, щоби відтворити реальні зацікавлення аудиторії. У той же час існує певна база знань, як групових, так і індивідуальних (тезаурус), яка робить відчутно більшим обсяг спілкування. Оксана Подаряща зазначає, що «обізнаність, інтелект, здатність використовувати тезаурус різко підвищують статус суб'єктів медійної практики» [4, с. 12].

Журналістика, можливою мірою максимально незалежна від власників, сьогодні зосереджується в кількох технологічних описах подій. ЗМІ повинні стати незалежними акторами, вони мають бути незалежним інформаційним агентством, журналістика стала самоочевидною. Приклад — будь-яка ланка політичної системи. Політичні новини, створені на основі професійних критеріїв цінності новин, не пов'язаних із політичними інститутами, повинні дотримуватись формальних правил, актуального порядку денного, часового ритму та абстрагуватись від будь-яких зацікавлених сторін політичних процесів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, журналістика має власний критерій подачі контенту, не залежний від зовнішніх чинників впливу, власний критерій відбору контенту для аудиторії. Якщо йдеться про журналістику, то мається на увазі не тільки створення історій, які лягають в основу журналістських матеріалів, а й створення спільного світу з громадянами та суспільством. Відстань між ЗМІ, суспільством та користувачами продукту засобів масової інформації все ж коротша, ніж межі цінностей суспільства. У суспільстві засоби масової інформації намагаються вписатись в інтереси, наприклад, політики, культури, економіки власними, професійними і, поза сумнівом, новими способами. Адже якщо листівки раніше запатентували журналістику, то журналістика повільно, але певно починає шукати нові дороги до аудиторії. Інформаційне суспільство суттєво вплинуло на хід розвитку журналістики, і журналістика сьогодні вкладається в суспільні інтереси новими способами.

Підвищується самовизначення і журналіста, і медіа, які дотримуються стандартів, а щодо аудиторії, то до вибору аудиторією джерела інформації застосовуються власні критерії журналістської

праці та подієвої актуальності; критерії відбору джерел інформації стають щораз більш і більш різноманітними, вони допомагають аудиторії вибирати конкретне джерело в нескінченних інформаційних потоках. Перспективними у науковому сенсі ми вважаємо вивчення критеріїв, які засновані, серед іншого, на подачах несподіванок, конфліктів, що часто і стає основою порушення норм та стандартів журналістики, своєчасності подачі контенту, його осмисленості. Тому це вже не журналістика, а політика трансляції партійних програм та політичних формул, які, на думку маніпуляторів контентом, повинні домінувати у виборі аудиторією джерела повідомлення.

1. *Іванов В. Ф., Сердюк В. Є.* Журналістська етика: підручник. Київ: Вища школа, 2007. 237 с.
2. *Косюк О. М.* Інтелектуальні розваги у телевізійній інтерпретації // Філологічні студії. Луцьк, 2003. № 1(21). С. 140—147.
3. *Луман Н.* Реальність мас-медіа. Київ: АУП, 2010. 158 с.
4. *Подаряща О. І.* Особливості соціокультурного контенту соціальних комунікацій: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій, спец.: 27.00.01 — теорія та історія соціальних комунікацій. Дніпро, 2017. 18 с.
5. *Почепцов Г. Г.* Паблик Рилейшнз, или Как успешно управляют общественным мнением. Изд. 2-е, испр., доп. Москва: Центр, 2004. 336 с.
6. *Різун В. В.* Роль ЗМК в демократичному суспільстві // Публіцистика і політика: зб. наук. пр. Київ, 2001. Вип. 2. С. 13—16.
7. *Koselleck R.* Critique and Crisis: Enlightenment and the Pathogenesis of Modern Society. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1988. 38 p.
8. *Schuldt Ch.* Systemtheorie, Hamburg Europäische VA, Hamburg, 2005. 94 p.

Елеонора Кривка

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АВТОРСЬКИХ НАМІРІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Проаналізовано претензії автора на право називатися публіцистом-дослідником. Визначено характеристики реалізації авторських намірів: зображення окремого факту як єдності документального, статистичного, візуального образів та фактографічного