

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИСВІТЛЕННЯ ПАМ'ЯТКООХОРОННОЇ ТЕМАТИКИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

*Уперше проблему охорони історико-культурної спадщини України вивчено на основі соціально-комунікаційного підходу. Виокремлено сучасні тенденції розвитку питання збереження історико-культурного надбання нашої держави у вітчизняних ЗМІ, окреслено основні проблеми національного культурного медіа-простору.*

**Ключові слова:** охорона історико-культурної спадщини, інформаційна політика, медіа-простір, культурна проблематика.

### I. Вступ

Пам'яткоохоронна діяльність є невід'ємною частиною єдиного загальноєвропейського культурного процесу. Від того, наскільки дбайливим буде ставлення українців до свого історико-культурного надбання, значною мірою залежимо й авторитет України як держави у світі, й темпи реальної євроінтеграції. З кожним роком у нашій державі стає все більш помітним поглиблення інтересу до історичного минулого нашого народу, проблем охорони історико-культурного надбання. Однак таке поживалення зацікавленості зумовлено далеко не єдиним прагненням відповідати вимогам сучасних європейських країн. А, насамперед, необхідністю протягку національних пам'яток історії та культури. Регулярні випадки вандалізму, розкрадання музейних фондів, контрабанди культурних цінностей, недбалості посадовців, свавілля бізнесменів та руйнування пам'яток архітектури стали повсякденною темою на шпальтах газет і телеекранах.

Безсумнівно, роль саме засобів масової інформації щодо популяризації ідей, констатації та розтлумачення проблем пам'яткоохоронної справи і шляхів їх вирішення – величезна, оскільки преса є важливим суб'єктом культурного та громадсько-політичного життя, інструментом впливу на свідомість людей, засобом формування суспільної думки. Тому в умовах сучасних реалій українського інформаційного простору питання охорони національної історико-культурної спадщини доцільно розглядати не лише в галузевому аспекті – історичному, архітектурному, археологічному тощо, – як досі це робили більшість науковців, а й у контексті соціальних комунікацій.

Наголосимо, що сьогодні важливо дослідити пам'яткоохоронну тематику у масмедіа на основі соціально-комунікаційного підходу, саме у соціальному вимірі: з позиції того, як її висвітлення залежить від політичної та соціально-економічної ситуації у краї-

ні, вивчити правові засади діяльності журналістів. При цьому потрібно визначити, як саме журналістські матеріали формують пріоритети державної інформаційної політики стосовно культури, впливають на прийняття та дотримання законів у сфері охорони історико-культурного надбання. Також цікаво розглянути питання співпраці ЗМІ і пам'яткоохоронних організацій.

Важливим стимулом для всебічного, ґрунтовного вивчення теми охорони історико-культурної спадщини у контексті соціальних комунікацій слугують активні зміни, що зараз відбуваються в обраній для дослідження сфері. Так, все більш популярними стають круглі столи, медіа-форуми, семінари, де науковці, журналісти-практики обговорюють різні аспекти, тенденції культурної журналістики, в тому числі й висвітлення у засобах масової інформації пам'яткоохоронної тематики. До того ж однозначно, що після подій Євромайдану, зміни владної "верхівки" окреслена проблематика набуває нових обрисів, з'являються нові тенденції і перспективи досліджень.

### II. Постановка завдання

Мета статті – визначити специфіку й тенденції висвітлення пам'яткоохоронної тематики у вітчизняному медіа-просторі. Для досягнення зазначеної мети слід проаналізувати позиції науковців, а також журналістів-практиків, окреслити основні проблеми щодо цього питання та простежити дієвість інформаційної політики держави.

Вперше питання охорони національної історико-культурної спадщини досліджено в контексті соціальних комунікацій. У статті використано такі методи дослідження, як аналіз документів (опрацьовано публікації фахівців та матеріали круглих столів), емпірико-аналітичний та порівняльний методи (проаналізовано й порівняно праці науковців і позиції журналістів-практиків щодо проблем висвітлення теми охорони історико-культурної спадщини України).

Досі питання охорони історико-культурної спадщини у контексті соціальних кому-

нікацій окремо не було висвітлено в працях дослідників. Можемо констатувати, що накопичений масив наукових праць, які певною мірою стосуються різних аспектів теми, – це переважно дослідження ЗМІ як суб'єкта культурного та громадсько-політичного процесу, а також роботи, де періодика виступає одним із головних джерел досліджень. Серед теоретичних напрацювань вітчизняних науковців слід відзначити праці, що стосуються функцій журналістики, зокрема їх культурної спрямованості. Вчені підкреслюють роль засобів масової інформації у розповсюдженні культури (А. З. Москаленко, С. І. Горевалов, І. Л. Михайлин), наголошують на необхідності популяризації культурних цінностей (О. О. Бритюк, Ю. В. Ращупкін, В. В. Щербаченко, Ю. В. Опалько, О. Р. Копієвська, О. М. Титова).

Водночас українські науковці висловлюють своє занепокоєння рівнем інформованості суспільства стосовно проблеми охорони історико-культурної спадщини. При цьому стверджують, що ЗМІ акцентують на пам'яткоохоронних проблемах лише тоді, коли відбуваються випадки цинічного вандалізму, що обурюють громадськість (В. О. Горбик, О. В. Усенко). Зустрічаються й негативні відгуки про роботу преси, й відверті звинувачення журналістів у співпраці з шахраями (Р. Орлов).

Предметом уваги зарубіжних учених стали різні аспекти масово-комунікаційної діяльності, розвитку ЗМІ: науковці дослідили співіснування мас-медіа, влади і свободи (Б. Багдіян, Д. Кін), констатували, що преса набуває форм і забарвлення тих соціальних і політичних структур, у межах яких вона функціонує (Т. Пітерсон, Ф. Сиберт, У. Шрам). Значну увагу зарубіжні автори приділили вивченню культурно-просвітньої спрямованості журналістики, передачі культурних здобутків, поширення культурних цінностей (Р. Блюм, Є. П. Прохоров, В. В. Перевалов, А. С. Соколова). А також зробили огляд жанрово-тематичного контенту мас-медіа (Е. А. Саракєва), дослідили висвітлення у ЗМІ пам'яткоохоронного процесу, вплив преси на формування історико-культурного менталітету населення (Х. А. Атажанов, Т. С. Болховітіна, Х. А. Гайнуллін).

### III. Результати

Часи УРСР, коли ЗМІ виконували конкретне ідеологічне замовлення, промивали й без того промиту пролетарську свідомість радянського народу, канули в Лету. За сучасних умов ситуація змінилася досить суттєво. Діяльність мас-медіа як форма соціокультурного управління вже не змушена слідувати інтересам єдиної політичної системи, моноідеологічним принципам. Сьогодні на перший план має виходити соціокультурна ефективність самої системи ЗМІ, рівень компетентності та зрілості видань,

загальної культури, моральних якостей журналістів. Утім, це в ідеалі. На практиці – засоби масової інформації змушені “пританцювати під сопілку” їхніх власників-бізнесменів із товстими гаманцями й великими (в тому числі й родинними) зв'язками в політиці. Та й владні структури не соромляться зайвий раз нагадати журналістам офіційних видань їхнє “місце”, як і що “треба” писати. Причому це стосується матеріалів усіх тематик, у тому числі й культури. А особливо коли йдеться про руйнування пам'ятки архітектури і зведення на її місці чергового ресторану або елітного бізнес-центру.

Насправді в Україні ситуація із культурною журналістикою як мінімум плачевна. У 2011 р. в одному з інтерв'ю українському інтернет-виданню “Телекритика” заслужений журналіст України, що працював редактором відділу культури в газеті “Киевские Ведомости”, а у 2005 р. очолив відділ культури в тижневику “Дзеркало тижня. Україна”, Олег Вергеліс заявив, що *“культурна журналістика – це те, чого нема. Чи майже нема...”* [5]. Оскільки тепер, за його словами, *“під рубрикою “Культура” пишуть про спідниці, шкарпетки і нижню білизну перевертнів від шоу-бізнесу... намагаються порахувати кількість грошей, які виділяються на ті чи інші проекти, але нікого не цікавить остаточний художній результат... нас регулярно тримають у курсі справ людей, які ні прямого, ні опосередкованого відношення до культури не мають взагалі!”* [5].

Прикро констатувати, але в Україні лишилося лише декілька друкованих видань і з великою натяжкою сайтів, де про культуру намагаються говорити серйозно. Серед таких друкованих ЗМІ Олег Вергеліс називає: *“Дзеркало тижня. Україна”, “День”, іноді – “Комерсант. Україна”. Є своя аудиторія у видання “Український тиждень”, де подаються гострі публіцистичні й політичні тексти – з виходом на культурну проблематику”* [5].

За останні роки розділи “культура” у виданнях або перетворилися на “стиль”, або й зовсім зникли. Незадовго перед Євромайданом, подіями в листопаді 2013 р., частина засобів масової інформації різко змінили власників (передбачувано – на пов'язаних із колом колишнього президента Віктора Януковича), а та мізерна частка майже виключно онлайн-ресурсів, які все ж таки фокусували частину своєї уваги на подіях у мистецькому полі країни, у кращому випадку ледь жевріла. І якщо до цього матеріали про культуру й так були аутсайдерами, звикло поступаючись темам політики та економіки, то тепер для мистецьких афіш і рецензій залишилось ще менше місця, вже не говорячи про публікації пам'яткоохоронної тематики, ціннісні орієнтири й світоглядні конфлі-

кти українського суспільства [11]. Напевно, чи не найяскравіший виняток тут – лише азартне висвітлення у ЗМІ повалення пам'ятника В. І. Леніну у Києві 8 грудня 2013 р. під час Євромайдану. А також подальшого демонтажу “вождя пролетаріату” в інших містах України – “ланцюгової реакції”, що отримала в народі назву “Ленінопад”.

Окрім цього, констатуємо ще одну невтішну тенденцію: у культурній журналістиці України відбувається поступова депрофесіоналізація кадрів. За останні роки чимало журналістів, які працювали з культурною проблематикою, залишили професію. Автори, що приходять у ЗМІ, переважно абсолютно не обізнані ані з нормами журналістської етики, ані з критеріями професійної культурної критики та її завданнями, ані з царинною культури, вже не кажучи про її тісний зв'язок із економікою і політикою. Однак сьогодні ситуація дещо змінюється. Події Євромайдану, конфлікт з Російською Федерацією, АТО не лише активізували засадничу роль культури у формуванні й просуванні цінностей та ідентичностей, із яких формує себе сучасне суспільство, а й помітно увиразнили активну й відповідальну роль журналістів, культурних критиків та інтелектуалів загалом, саме вони стали головними коментаторами й лідерами думок суспільства, й не лише в Україні, а й на шпальтах світових медіа [11].

Взагалі круглі столи, семінари щодо питань охорони історико-культурної спадщини, проблем культурної журналістики стали в Україні вже доброю традицією. Одним із найновіших є семінар культурної критики та репортажу “Культура 3.0” – освітній проект, організований Фондацією “Центр Сучасного Мистецтва” і онлайн-журналом “Korydor”. Навчальна програма для журналістів та редакторів, які пишуть на культурну тематику, складалася з чотирьох тематичних модулів, а також низки публічних лекцій та круглих столів із залученням ширшої аудиторії. Метою проекту “Культура 3.0” було артикулювати та поширювати міжнародні стандарти відповідальної, чесною журналістики в культурному секторі й, що важливо, створити умови для розвитку фахової культурної журналістики в Україні, підвищити професійний рівень журналістів, які пишуть на теми культури. Як зазначили організатори, так несподівано сталося, що перший модуль семінару “Культура 3.0” для критиків і журналістів, які пишуть про культуру, починався наприкінці листопада 2013 р., тобто буквально в найперші дні Майдану. Останній же модуль завершився в травні 2014 р., після трагічних подій в Одесі, у потоці новин про обстріли та викрадення людей у Слов'янську, Краматорську й Донецьку [11].

Згодом у світ вийшла публікація, створена за результатами семінару культурної критики

й репортажу “Культура 3.0”. В одному із матеріалів збірки журналістка, редактор, керівник інтернет-проекту “МедіаБізнес” Слава Наумова підкреслює, що сьогодні ситуація на медійному ринку далека від ідеальної, рекламний ринок усе ще в кризовому стані. Проте, за словами Слави Наумової, навіть у негативному можна знайти позитив: *“добрих дядечок” поменшало, і якщо країна справді розвиватиметься по-новому – їх поменшає ще. ЗМІ перестануть бути інструментом політичного впливу, “кишеньковими” піарниками, видання будуть розвиватися за ринковими законами. На цьому шляху деякі видання й навіть холдинги можуть зникнути. Але все це – побічні ефекти оздоровлення ринку”* [11]. Журналістка виокремлює дві сучасні тенденції:

*1. Редактор і журналіст: змінюються ролі й завдання.*

Кожна творча одиниця має думати про “нетворчі” речі: на яку аудиторію орієнтовано текст, кого він може найбільше зацікавити, для кого буде корисним, наскільки збігається з аудиторією ресурсу, як вплине на комерційну частину, кому його можна продати тощо. Власне, від кожного працівника медіа сьогодні залежить доля цього медіа [11].

*2. Персоніфікація контенту*

Матеріали стають персоніфікованими. Якщо раніше було достатньо просто подавати інформацію першим, зараз важливо, хто саме подає інформацію й чи можна йому довіряти. Іноді це стає навіть важливішим, ніж те, про що саме ця інформація [11].

Розглянемо ще один важливий аспект – співпрацю ЗМІ з ученими-пам'яткоохоронцями. Так, у 2007 р. у Луганській області було реалізовано проект “Археологи проти корупції” (“Протидія корупції в галузі охорони пам'яток історії та культури в Луганській області”), який здійснив Східноукраїнський центр громадських ініціатив у співпраці з громадськими організаціями “Східноукраїнський центр громадських ініціатив “Тотальна акція на підтримку прав людини та демократії” (СЦП) та “Луганська археологічна спілка” (ГО ЛАС). Усі напрацювання розмістили в одноіменній книзі авторів О. О. Бритюка, Ю. В. Ращупкіна, В. В. Щербаченка. Велику увагу фахівці приділили власне питанню взаємодії археологів із мас-медіа. Оскільки саме преса допомагає повернути увагу громадськості і правоохоронців до порушень, які здійснюють посадові особи, а значить допомагає і запобігти їм.

Справді, згідно із даними національного опитування “Стан корупції в Україні”, яке проводив Київський міжнародний інститут соціології у лютому 2007 р., найбільш поширеним джерелом інформації про корупцію для українських громадян є ЗМІ. Понад третину респондентів отримують інформацію про корупцію завдяки телебаченню та радіо,

а 25,2% – із друкованих видань [4]. Керуючись такими даними, учасники проекту “Археологи проти корупції” розпочали у місцевих та загальноукраїнських ЗМІ потужну інформаційно-просвітницьку кампанію з метою донести до громадськості інформацію про стан пам’яток історії і культури на Луганщині та можливі вияви корупції у цій сфері. Археологи використовували найрізноманітніші підходи до поширення інформації:

1. Публікації у місцевих та національних ЗМІ (“Україна молода”, “Київські відомості”, “Вечірній Луганськ”, “Молодогвардієць”, “Ракурс”), численні виступи на радіо й телебаченні.

2. Проведення прес-конференцій, поширення прес-релізів.

3. Нестандартні форми інформування (прес-тур для журналістів “Слідами злочинів корупціонерів: зруйнованими історичними пам’ятками”, демонстрація результатів діяльності чиновників-корупціонерів на фотовиставці та ін.).

Інформаційно-просвітницька кампанія археологів дала досить гарні результати. Спеціалістам вдалося не лише донести до свідомості громадян, зокрема до представників влади та ЗМІ, інформацію про теперішній жалюгідний стан історико-культурної спадщини в області. Численні публікації у національних та місцевих ЗМІ змусили органи влади відреагувати на дії громадськості: керівництво Луганської ОДА розпочало інвентаризацію археологічних пам’яток у Луганській області. Отож, часто ЗМІ можуть зіграти важливу, а часом і вирішальну роль у запобіганні корупційним проявам і для розвитку правозахисної роботи в цілому [4].

#### IV. Висновки

Наголосимо, що сьогодні історико-культурні пам’ятки потребують більшої популяризації в урядових, центральних та місцевих ЗМІ. До того ж існує нагальна необхідність налагодження державної інформаційної політики у сфері культури. Для українців є справою честі зберегти свою історичну й культурну спадщину. Смысл активізації інформаційно-просвітницької діяльності у цьому напрямі значно глибший, ніж може здатися на перший погляд. Насправді преса перебуває в органічній єдності з культурно-історичним розвитком нації. І у часи, коли мас-медіа підконтрольні великому бізнесу, а шпальти періодики й телеекрани перенаповнені політичними й економічними новинами, царина культури – децю парадоксально – лишається важливою територією суспільної консолідації, боротьби за громадянські права й стандарти демократичного державного управління [11].

У перспективах подальших досліджень – аналіз жанрово-тематичної палітри сучасних публікацій щодо окресленої проблема-

тики, дослідження специфіки становлення і функціонування законодавчої бази, якою керуються журналісти під час збору інформації та написання матеріалів стосовно пам’яткоохоронної тематики. А також важливо вивчити вплив політичних, соціально-економічних чинників на висвітлення у мас-медіа проблеми охорони історико-культурного надбання України.

#### Список використаної літератури

1. Александренко О. В. Актуальні питання щодо збереження культурної спадщини [Електронний ресурс] / О. В. Александренко, Н. О. Веселовська // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (8). – С. 78–82. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/5/69.pdf>.
2. Аналітичний звіт за результатами проведення з ініціативи Британської Ради в Україні “круглого столу” “Чим живе культурна журналістика” [Електронний ресурс]. – Британська Рада, 2010. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org/uk-ukraine-press-room-media-discussion-report-ukr.pdf>.
3. Баковецька О. О. Проблеми культурного життя півдня України на сторінках періодичної преси (90-ті роки ХХ століття) : дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Ольга Олександрівна Баковецька ; Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова. – Одеса, 2004. – 161 с.
4. Бритюк О. О. Археологи проти корупції. Протидія корупції в галузі охорони культурної спадщини / О. О. Боитюк, Ю. В. Ращупкіна, В. В. Щербаченко ; Східноукраїнський центр громадських ініціатив. – Луганськ : Янтар, 2007. – 127 с.
5. Голованова Н. Олег Вергеліс: “Мрію про світлий час, коли наше ТБ покаже нарешті людину розумну” [Електронний ресурс] / Н. Голованова. – Телекритика, 2011. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/-daidzhest/2011-10-27/66750>.
6. Історико-культурна спадщина України: проблеми дослідження та збереження [Текст] / Нац. акад. наук України, Ін-т історії України; упоряд. та наук. ред. С. І. Кот; відп. ред. В. О. Горбик [та ін.]. – Київ : [б. в.], 1998. – 400 с.
7. Кармазина Н. В. Вопросы охраны историко-культурного наследия Украины в диссертационных исследованиях последних лет / Н. В. Кармазина // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия “Исторические науки”. – 2010. – Т. 23 (62). – № 1: спецвыпуск “История Украины”. – С. 88–99.
8. Кузнєцова Т. В. Транслявання національної культури сучасними ЗМІ: основні тенденції та перспективи [Електронний ресурс] / Тетяна Василівна Кузнєцова. –

- Режим доступу: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc\\_komun/2008\\_1/12.html](http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc_komun/2008_1/12.html).
9. Охорона історико-культурної спадщини: історія та сучасність [Текст]: тези доповідей наук.-практ. конф., присвяч. 30-річчю Укр. т-ва охорони пам'яток історії та культури, 18 грудня 1996 р., м. Київ / Укр. т-во охорони пам'яток історії та культури, Центр пам'яткознавства НАН України та УТОПІК; відп. ред. П. П. Толочко [та ін.]. – Київ: [б. в.], 1996. – 127 с.
  10. Проблеми актуалізації українських пам'яток культури: аналітична записка [Електронний ресурс]. – Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України, 2014. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/906/>.
  11. Семінар культурної критики та репортажу “Культура 3.0” [Електронний ресурс]. – CSM, 2014. – Режим доступу: <http://is-suu.com/csmart.org.ua/docs/culture-3.0>.
  12. Титова О. М. Деякі актуальні питання збереження культурної спадщини України / О. М. Титова // Праці Центру пам'яткознавства: зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 16. – С. 5–10. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/14264/01-Titova.pdf?sequence=1>.

Стаття надійшла до редакції 18.09.2014

---

**Мадей А. С. Современные тенденции освещения памятникоохранной тематики в украинских СМИ**

*Впервые проблема охраны историко-культурного наследия Украины изучается на основе социально-коммуникационного подхода. Выделены современные тенденции развития вопроса сохранения историко-культурного достояния нашего государства в отечественных СМИ, обозначены основные проблемы национального культурного медиа-пространства.*

**Ключевые слова:** охрана историко-культурного наследия, информационная политика, медиа-пространство, культурная проблематика.

**Madey A. The Modern Trends of Coverage of the Topic of Historical and Cultural Heritage in the Ukrainian Media**

*For the first time the problem of protection of historical and cultural heritage of Ukraine has been studied in terms of social communications. The specific nature of the issue of preservation of historical and cultural heritage of our state in the national media space has been defined. Periodical press has been studied as a subject of cultural, social and political life, as an important tool to influence people's minds, means of forming of the public opinion. The article deals with the issues of national historiography, historical and cultural heritage of Ukraine. It shows the value of the material, accumulated by historians and scholars whose interests lie in the field of researching the sources, for future scientific studies of experts in the sphere of social communications. The article outlines the main problems of the national cultural media space, it contains the analyses of the press work in the context of socially significant domestic and foreign policy goals of our country, namely of consolidation of Ukrainian society, creation of a single Ukrainian cultural space, formation of the Ukrainian political nation based on shared political, moral and spiritual values of citizens of Ukraine.*

**Key words:** protection of cultural heritage, information policy, the media space, cultural issues.