

УДК 070:008

ЦІННОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ МЕДІА

Темненко Д.М.

Київський національний університет культури і мистецтв

Стаття присвячена аналізу цінностей української культури в контексті медіапростору. У дослідженні детально розглянуто українські медіа на прикладі останніх подій в Україні в період 2013-2017 рр., а також досліджено специфіку використання основних методів комунікації журналістики, здійснено аналіз провідних телеканалів країни, оцінено їх вплив на формування громадської думки, зроблено висновки щодо завдань, які стоять перед українськими журналістами, а саме оперативно та правдиво висвітлювати події в країні. Також подано рекомендації щодо застосування новітніх комунікативних інструментів та методів.

Ключові слова: система цінностей, медіакультура, культура мови, сучасна медіакультура, інформаційно-комунікативні засоби, медіапростір.

Постановка проблеми. За останні кілька років в Україні журналістика стрімко змінюється та стає невід'ємною частиною сучасної комунікаційної системи. З розвитком новітніх технологій розвивається і аматорський контент, який також впливає на громадську думку та формує власне бачення у кожного із українців.

Сучасна медіакультура останні кілька років зазнала кардинальних змін не лише в контексті законодавчої бази, але і в суспільстві. Завдяки соціальним мережам журналістика переходить від класичних методів комунікації та швидко змінює систему подачі матеріалів, що не може не впливати на якість подачі інформативних матеріалів. Більшість ЗМІ сучасної України миттєво транслюють власні новини у соціальних мережах, які базуються лише на припущеннях, не маючи доказів. Такі матеріали швидко поширюються серед громадян і формують «викривлену» думку у самих споживачів.

Внаслідок активного розвитку соціальних мереж та мінімальної комунікації влади з громадськістю, з'являється недовіра суспільства. Ефективне та швидке донесення інформації до споживачів за допомогою соціальних мереж мають бути побудовані не лише на емоційних складових, але і на доказовій базі, яку журналісти зобов'язані подавати першочергово.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над проблемою вивчення медіакультури та усіх її складників в Україні працює чимало науковців. Наприклад, Л. Бойченко, Н. Габор, Ю. Казаков, Л. Масол, І. Міцишин, Л. Найдюнова, Г. Онкович, Б. Потятиник, Н. Троханяк тощо. Саме ці вчені детально намагаються дослідити неоднозначність бачення феномену медіа. Дослідниця Л. Масол досліджує медіа-культуру з погляду сукупності «інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, що вироблені людством у процесі культурно-історичного розвитку» [7, с. 349].

Завдяки цінностям медіакультури людство має змогу «використовувати передові інформаційні технології» [10, с. 1]. Важливою ціннісною особливістю медіа є мова. За словами Т. Гриценка «культура мови передбачає дотримання усталених мовних норм усної і писемної літературної мови, а також свідоме, цілеспрямоване, майстерне використання мовно-виражальних засобів залежно від мети й обставин спілкування» [2, с. 57-58].

Загальноприйнятим є твердження, що культура мови є концептуальною перевагою мови.

Актуальність дослідження. Тема застосування законодавчої бази у висвітленні останніх військових подій в Україні залишається малодослідженою, що створює для конкурентів можливість подати громадянам неправдиву інформацію, яка підбурює суспільство. Влада не була готова до протистояння пропаганди, так само як і журналісти, що сформувало у громадян недовіру до українських ЗМІ. Згадані категорії аналізу не описані з позиції політичного впливу, а отже, відсутні дослідження, автори, які пропонують детальний опис та ідентифікацію характеристик українських медіа. Фіксується відсутність і моделі сучасних медіа соціально-комунікаційної структури. Актуальність дослідження також обумовлена потребою подачі журналістами якісного інформаційного контенту.

Метою статті є розкриття особливостей і комунікативних можливостей українських медіа, зокрема провідних ЗМІ України та їхній вплив на формування громадської позиції в суспільстві, а також їх присутність та реалізація роботи в інтернет-просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цінності кожного етносу активно формуються у культурі, створюючи таким чином її фундамент. Саме завдяки системі цінностей та ідей визначається культура та регулювання поведінки людини. Здавна відомо, що «культура виступає своєрідним підсумком всієї різноманітної діяльності людини, як сукупність матеріальних та духовних цінностей, як складна ієрархія ідеалів і сенсу, значущих для конкретного суспільного організму» [15, с. 112].

Україна, як і інші європейські держави, вже не одне десятиліття є органічною складовою процесу розвитку єдиного інформаційного простору. У сучасному суспільстві це явище прийнято називати медіапростором. Цілеспрямовані процеси світової глобалізації та інтеграції спонукають нашу державу активно змінювати свій стан, тип та покращувати якість життя. Таким чином відбувається формування нового типу культури – медіа.

В умовах глобалізації дослідження розвитку та становлення медіакультури є надзвичайно актуальним. Адже вона є домінуючим впливом на створення культурних стереотипів та ідеалів. Українську культуру здавна вважають сукуп-

ністю духовних та матеріальних цінностей, що створювалися протягом безперервної історії – від найдавніших часів до сучасності.

В українське суспільство термін «медіа» проник «для позначення будь-якого прояву феномену «масової» культури» [8, с. 12]. Хоча дослідники української культурології та соціології для позначення цього явища найчастіше вживають термін «засоби масової інформації». Як відомо, роль та місце культури медіапростору надзвичайно важлива. Саме вона почала займати пріоритетні позиції серед наукової парадигми різних галузей. Медіа є «своєрідним феноменом масової комунікації, що дає можливість індивідуальній аудиторії розпочати активні інтеракції й діалог між виробником і споживачем інформаційного продукту» [1, с. 65].

Обов'язок медіа полягає у забезпеченні виховання навичок літературного спілкування. Окрім цього, важливе значення має пропаганда й засвоєння літературних норм у слововжитку, а також оформленні мови з погляду граматики. На жаль, доволі часто доводиться бачити, що сучасні концепції друкованих, а також електронних засобів масової інформації засвідчують мовну незграбність, оскільки видавці та редактори допускають безліч мовних неточностей. Кожен медіаспоживач дедалі активніше стає учасником мови ЗМІ, адже він оцінює культуру мовлення ведучих радіомовлення та телебачення. Згодом його думки поширюються в Інтернет мережі на мільйонні аудиторії, «викликаючи дискусії у віртуальному середовищі» [6, с. 41]. Саме тому варто пам'ятати, що культура мови – одна з найголовніших цінностей медіа та важливий показник цивілізованого суспільства. Адже «досконале володіння мовою стає важливим компонентом професіоналізму фахівців різного профілю, що актуалізує увагу дослідників» [5, с. 72].

Сучасна медіакультура українців має русійський вплив «на становлення ролі сім'ї та школи у вихованні здатності дітей успішно функціонувати в інформаційних потоках сучасного суспільства» [8, с. 2]. Важливою цінністю медіа є те, що воно здавна «служувало ніби рупором, що надає можливість бути почутим багатьма» [9, с. 78]. Саме тому медіапростір привертає увагу представників різних систем цінностей для їхньої ідейної боротьби.

Найбільш характерною тенденцією сучасності є великий вплив медіа через «розвиток електронної комунікації та виклики глобалізації» [14, с. 139]. Формування цінностей людини у XXI столітті майже повністю залежить від засобів медіа. Зважаючи усі за і проти необхідно вказати, що ЗМІ чинять не лише позитивний та культуротворчий вплив, але й навпаки. Мова йде про «загрози інформаційної та культурної інтервенції» [14, с. 140].

У контексті медіапростору активно формується ще одна важлива цінність української культури, а саме – суспільна свідомість. Саме це явище створює різноманітні підвалини для перемог чи поразок. Окрім цього явища, важливо наголосити, що цінності християнської культури у засобах медіа-простору усе більше спотворюються або ж узагалі змінюються. Дуже прикро, що сьогоднішня епоха інформаційних війн маніпулює суспільною свідомістю та диктує свої умови існування. Християнські чесноти абсолютної моралі

та абсолютної істини все частіше почали зазнавати суспільної критики.

Як відомо, медіа є джерелом знань. Але, на жаль, саме воно утворює перешкоду ефективного здобуття освіти та виховання. Завдяки медіапростору відбувається усебічний розвиток людини, проте саме у ньому міститься основний чинник, що гальмує цей процес. Дослідниця І. Челишева зазначає, що «засоби масової комунікації та інформації можуть сприяти позитивному розвитку людини і водночас спустошенню – духовній, моральній, естетичній кризі особистості» [17, с. 36].

Під впливом медіа змінюють традиційні українські смаки та уподобання. Саме тому дослідники визначають медіакультуру «визначальною рисою, що формує інструменти соціальних зв'язків, інституалізації, формуванні уявлень, цінностей, соціального життя особистості, процесу соціалізації, вибору ідеологічних установок, моделей поведінки, ідентифікації себе в соціумі тощо» [18, с. 67].

Питання моралі у сучасних умовах розвитку суспільства набуває значної ваги. Особливо актуальним залишається «зростання ролі морального стрижня працівника мас-медіа» [12, с. 106]. Дослідниця Я. Ширченко вказує, що «моральна свідомість журналіста визначає його практичну діяльність» [19, с. 3]. Цінним є твердження О. Письменної про те, що «надзвичайно необхідно провести серйозну роботу з приводу створення належного морально-етичного клімату в професії журналіста для того, щоб кожен член журналістської спільноти усвідомив, що вчиняти етично – ефективна ділова практика» [11, с. 10].

У сучасному суспільстві існує безліч потужних соціальних чинників, які намагаються негативно вплинути на журналістів, а саме – схибити під час морального вибору. Варто пам'ятати, що визначальними особливостями представників журналістської діяльності є особисті моральні переконання, що є фундаментом вирішальної ролі професійної діяльності. Адже саме «журналістська мораль, побудована на гуманістичних етичних цінностях, нормах і правилах, є засобом втілення журналістської етики як теорії в життя, утвердження гуманістичних засад у журналістській практиці як частині соціальної дійсності» [13]. Варто пам'ятати, що основним стрижнем професійних моральних переконань журналістів є дотримання християнських принципів та цінностей.

Дуже прикро, що тривала інформаційна війна починає набирати ще більших обертів. Дивлячись на цю ситуацію, можна зауважити, що її планування тривало не один рік. Останні роки журналістам українських ЗМІ дуже важко працювати, оскільки «боротьба, що розпочалася не так давно, порушує всі етичні та професійні норми діяльності журналіста» [16, с. 1].

Під час розгортання інформаційної війни журналісти повинні активно працювати над собою. Важливо, щоб постійно велися інтелектуальні, моральні та фізичні заняття з самопідготовки. Журналісти повинні уміти правильно поводитись у гарячих точках та готувати матеріали для подання новин із зони проведення антитерористичних дій. У таких ситуаціях потрібно діяти виважено, важливо ніколи не показувати власних симпатій.

На жаль, у навчальних закладах студенти факультетів журналістики не отримують ґрунтовної підготовки щодо правильних практичних дій в умовах інформаційної війни. Дуже прикро бачити таке явище, адже, як відомо, інформаційна війна ведеться ще з часів існування Радянського Союзу. Через незнання правильної тактики дій в умовах інформаційної та збройної війни гине значна кількість журналістів. Проте варто пам'ятати, якщо журналіст веде себе сильно та стримано, читачі та глядачі обов'язково відчують це. Українські журналісти в умовах інформаційної війни чітко окреслюють межі власної аудиторії, «подають збалансовану інформацію, висвітлюють різноманітні погляди та не бояться спілкуватися з противником» [3, с. 168].

Завдяки засобам медіа українське суспільство має здатність поширювати та зберігати надзвичайно важливу культурну цінність – наш національний колорит. Зазначимо, що на сучасному етапі розвитку суспільства в медіапросторі активно поширюються українські звичаї, традиції на обряди.

Прикро, але більшість медіа не має свободи вибору теми. А тому – прямує давно торованим шляхом. Таким чином, задовольняються лише поверхневі запити аудиторії медіапростору. Варто пам'ятати, що усі медіа-ресурси повинні стояти на варті вітчизняної інформаційної безпеки, активно захищати та популяризувати українські цінності.

Україна не єдина країна, що потерпає від конфліктів. У таких умовах населення держави є незахищеним. Саме у таких випадках засоби масової інформації відіграють важливу роль «як активний захисник прав людини та демократизації, а також як медіатор для деескалації і врегулювання конфліктів шляхом збирання та поширення неупередженої інформації» [4, с. 11].

Для українського медіапростору властива активна популяризація професії журналіста. Проте працівникам медіаструктур важливо пам'ятати, що головною умовою їхньої роботи є дотримання моральних норм, що створює суспільство. Журналісти повинні вчитися поводити себе стримано та впевнено в умовах інформаційної війни й застосовувати у своїй діяльності технічний та інтелектуально-творчий потенціал.

Висновки. Соціальні мережі стали головним інформаційним майданчиком, звідки суспільство черпає інформаційні знання сьогодення, і разом з тим, соціальні мережі вже перетворились на інструмент інформаційного впливу та маніпулювання масовою свідомістю.

Соціальні мережі також створюють додатковий майданчик для політичних перегонів, додаткове публічно-політичне поле для комунікації з громадськістю, де влада та очільники держав-

них органів конкурують і взаємодіють між собою із залученням громадськості.

Зазначимо, що форми та засоби медіа-культури активно проникають у сучасне життя кожної людини. Саме вони по-новому висвітлюють природу сучасного суспільства, політичного життя та побуту українців. Медіапростір продовжує щодня безперервно трансформуватися та активно перетворюватися. Варто детально вивчити окремі ознаки медіакультури та пам'ятати, що медіа лише створює ілюзію, переконливо пристосовує та привчає до них кожну людину.

Із правильним використанням новітніх комунікаційних засобів, працівники ЗМІ та лідери думок стають головними діячами формування громадської думки та становища не лише в соціальних мережах, але і всієї країни. Поступово лідери думок стають впливовими особами та перетворюються на певну касту, яка починає суттєво впливати на атмосферу в суспільстві. Зазначимо, що звичайні громадяни, які вміють і не бояться висловлюватись, стають активними учасниками формування історії країни, мають безпосередній вплив на деякі моменти в житті України. Таким чином, таке поняття як класична журналістика з появою соціальних мереж поступово викорінюється та трансформується у більш сучасні професії.

Подібна ситуація класична для демократичної країни, але не варто забувати і про правила подачі інформаційних матеріалів. Адже головне правило для кожного журналіста – залишатися професіоналом, та публікувати журналістські матеріали, опираючись на конкретні перевірені факти.

Варто зазначити, що за останні декілька років українці прагнуть отримувати зворотній зв'язок від влади та вільно спілкуватися зі «слугами народу». Громадяни хочуть отримувати якісну, достовірну інформацію та коментарі на висвітлені факти від зазначених осіб. Соціальні мережі – це майданчик для вільного спілкування та швидкої передачі інформації в суспільстві. Звичайно, політичні особи не можуть не скористатися такою можливістю та використовують соціальні мережі як один із найефективніших методів масового інформаційного впливу через пряму рекламу. Громадяни мають бути проінформовані про політичні дії, альтернативи, а з іншого боку, представники влади мають знати бажання і вимоги громадян, які можна отримати через зворотній зв'язок за допомогою інтернет-комунікації.

Знизити напругу у суспільстві та повернути довіру громадян до медіа здатна повсякденна комунікація. Аналізуючи діяльність сучасних медіа, можна зробити висновки, що працівники сучасних ЗМІ постійно реформуються та намагаються створити інформаційно правдивий простір.

Список літератури:

1. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? / Л. М. Городенко // Current issues of mass communication. – 2013. – Issue 14. – С. 65-69.
2. Гриценко Т. Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навч. посіб. / Т. Б. Гриценко. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 624 с.
3. Еляшевська Н. Ф. Вразливість України до інформаційної війни / Н. Ф. Еляшевська // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2015. – Вип. 14. – С. 165-169.
4. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. – К.: «Компанія ВАІТЕ», 2016. – 118 с. Режим доступу: <http://www.osce.org/ukraine/254526>.

5. Каленич В. Культура мовлення як чинник журналістської майстерності В. Кленич // Український інформаційний простір [Текст]: Науковий журнал. Число 3 / Київський нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т журналістики і міжнародних відносин; [голов. ред. М. С. Тимошик]. – Київ: [б. в.], 2014. – С. 72-76.
6. Крайнікова Т. ЗМІ в умовах глобальної трансформації медіаспоживання [Текст] / Т. Крайнікова // Вісник Книжкової палати, 2012. № 6. – С. 38-42.
7. Масол Л. М. Медіа-культура / Л. Масол // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; головний ред. В. Г. Кремень. – К.: Юніверс Інтер, 2008. – 1040 с.
8. Медіа-культура населення України: Інформаційний бюлетень. Червень – 2008 / За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця; Упоряд. Л. П. Черниш. – К., 2008. – 52 с.
9. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник / О. Т. Баришпольця, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К.: Міленіум, 2009. – 440 с.
10. Онкович Г. В. Медіалогія та її складові / Г. В. Онкович. – 2009. – franko.lviv.ua.
11. Письменная Е. В. Профессионализм и этика: проблема морального выбора в деловой журналистике (из российского опыта) / Е. В. Письменная // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2000. – № 2. – С. 3-10.
12. Пономаренко Л. Г. Професійний портрет журналіста: моральна складова / Л. Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2014. – № 4. – С. 106-112.
13. Приступенко Т. О. Теорія журналістики. Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації / Т. О. Приступенко. Режим доступу: http://pidruchniki.com/16280414/zhurnalistika/etichni_tsinnosti_zhurnalistiv_demokratichnogo_suspilstva_zakonodavstvo.
14. Радзівський В. Роль ЗМІ у становленні української України / В. Радзівський. Український інформаційний простір [Текст]: Науковий журнал. Число 3 / Київський нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т журналістики і міжнародних відносин; [голов. ред. М. С. Тимошик]. – Київ: [б. в.], 2014. – С. 138-144.
15. Ременець О. В. Витоки цінностей української культури / О. В. Ременець // Вісник Національного авіаційного університету. Сер.: Філософія. Культурологія. – 2013. – № 2. – С. 112-115.
16. Семен Н. Етично-професійний аспект діяльності журналіста в умовах інформаційної агресії / Л. Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2014. – № 4. – С. 106-112.
17. Челишева І. Зародження російської медіаосвіти [Текст] / І. Челишева // Медіа-освіта як частина громадянської освіти: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (6 верес. 2002 р.). – Львів: [б. в.], 2002. – С. 36-37.
18. Шевчук І. І. Сучасний простір медіа-культури: традиційні та інноваційні засоби впливу / І. П. Шевчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філософські науки. – 2012. – № 15. – С. 67-72.
19. Ширченко Я. І. Журналістська етика: проблеми і концепції (світовий та вітчизняний досвід) / Я. І. Ширченко: автореф. дис. канд. соц. ком.: 27.00.01 / Я. І. Ширченко; Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2008. – 16 с.

Темненко Д.М.

Київський національний університет культури і мистецтв

ЦЕННОСТИ УКРАИНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ МЕДИА

Аннотация

Статья посвящена анализу ценностей украинской культуры в контексте медиапространства. В исследовании подробно рассмотрены украинские медиа на примере последних событий в Украине в период 2013-2017 гг., а также исследована специфика использования основных методов коммуникации журналистики, осуществлен анализ ведущих телеканалов страны, оценена их влияние для формирования общественного мнения, сделаны выводы относительно задач, которые стоят перед украинскими журналистами, а именно оперативно и правдиво освещать события в стране. Также даны рекомендации по применению новейших коммуникативных инструментов и методов.

Ключевые слова: система ценностей медиакультура, культура речи, современная медиакультура, информационно-коммуникативные средства, медиапространство.

Temnenko D.M.

Kiev National University of Culture and Arts

VALUES OF UKRAINIAN CULTURE IN THE CONTEXT OF MEDIA

Summary

The article is devoted to the analysis of the values of Ukrainian culture in the context of media space. The study examines in detail the Ukrainian media on the example of recent events in Ukraine in the period of 2013-2017, and also explores the specifics of the use of basic methods of journalism communication, analyzes the leading TV channels of the country, evaluates their influence on the formation of public opinion, makes conclusions on the tasks that are facing Ukrainian journalists, namely, to expedite and truthfully cover events in the country. Also, recommendations are made for the use of the latest communicative tools and methods.

Keywords: value system media culture, speech culture, modern media culture, information and communication tools, media space.