

Видавнича справа і редагування

УДК 070.1:321.01

Світлій пам'яті
професора О. П. Стецьків

Ю.Е. Фінклер

ДРУКОВАНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗДІЙСНЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ФУНКЦІЙ

Колишній президент Польщі Лех Валенса, відповідаючи на запитання про причини катастрофи комунізму, указав на телевізор: “Це все – звідти” [5]. А колишній голова *Reuters Foundation* Майкл Нельсон 2002 року відзначав: “Чому Захід переміг у “холодній війні” без застосування зброї? Зброя не змогла б зруйнувати “залізну завісу”. Західним вторгненням було радіо, яке стало могутнішим за зброю” [4]. Що ж, можливо, на тлі функціональних характеристик телебачення і навіть радіо друковані медіа асоціюються з чимось якщо не архаїчним, то – принаймні – несерйозним каналом отримання інформації (див. [1]). Насправді ж це геть-чисто не так. У контексті абсолютно нових комунікаційних умов, які, на думку професора Бориса Потягиника, призводять до того, що, виокремлюючись, медіа (засоби масової інформації) та медіум (засіб передавання інформації) стають засобами передавання масової інформації [2], саме друковані медіа набувають ознак найціннішого посередника, передавання інформації яким ґрунтується на трьох китах: порційність, періодичність, аналітичність. Річ у тім, що саме друковані медіа (внаслідок найменш революційного поступу²) оптимальніше – порівняно з іншими медіа – можуть виступати об'єктом моделювання. На цьому ґрунті стає можливим моделювання розвитку друкованих медіа в контексті їх взаємозв'язку з іншими суспільними чинниками, діяльність яких або заснована на використанні друкованих медіа, або враховує їхнє функціонування як обов'язковий інструмент здійснення власних соціальних функцій.

У цьому контексті проблема діяльності друкованих медіа як знаряддя виконання ними певних соціальних функцій виглядає досить перспективною для аналізу. Йдеться про те, що саме цей аспект діяльності друкованих медіа передбачає залучення великої кількості суспільних чинників, дотичних до при-

² Не говоримо зараз про колосальні можливості журналістики як ринку комунікаційних інсталяцій у свідомість – звісно, телебачення тут поза конкуренцією (особливий привіт “Інтеру” та “Плюсам” – вони збагнуть, чому!). Масмо на увазі класичні прикладні характеристики медіа.

кладних характеристик окресленої проблеми. А це свідчить про соціальну значущість тих висновків, яких ми дійдемо в результаті аналізу особливостей здійснення друкованими медіа соціальних функцій.

Однак маємо певну складність наукового характеру, яка полягає в тому, що несумісними можна вважати два основні підходи до діяльності друкованих медіа: загальнокомунікаційний (йдеться про журналістикознавство як комплексну науку про медіа) та частковий (йдеться про позиції окремих наукових підходів у межах журналістикознавства). Зрозуміло, що оптимальним виходом із ситуації, за якої коректним буде розгляд проблеми взаємодії медіа та влади, можна вважати принцип взаємозв'язку двох названих підходів. Але ж цей взаємозв'язок носить поки що більш формальний характер, оскільки ігнорує соціальну природу самих медіа.

Протягом тривалого часу аналіз системно-журналістських особливостей сучасної моделі друкованих медіа України проводився з позицій формального групування, систематизації на ґрунті такої класифікації наук, яка була актуальною в ту чи іншу епоху. Через те модель діяльності друкованих медіа розумілася як процес певного розподілу друкованих медіа-представників у вигляді традиційної класифікації за певними групами у зв'язку зі змістом матеріалів. Отже, ігнорувалася головна особливість медіа як таких засобів масової комунікації, які виступають у вигляді органічного поєднання змісту (соціальна інформація), знакової (літературна інформація) та конструктивно-візуальної (документальна інформація) форм. Втім соціальна інформація – як зміст, ідеальне відображення суспільної діяльності, суспільної свідомості – не існує поза конкретних форм втілення.

Основною метою функціонування друкованих медіа як комунікаційно-технологічного чинника сучасного українського суспільства є устремління знайти оптимальні форми втілення в суспільстві такої свідомості, яка являє собою породження активної громадської діяльності представників суспільства. Друковані медіа і виступають відзеркаленням свідомості як окремої людини, так і суспільства в цілому. Отже, усі спроби виокремлення системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа України, які не враховують медіа як феномена поєднання змісту (соціальна інформація), знакової (літературна інформація) та конструктивно-візуальної (документальна інформація) форм подачі інформації, виходять за межі журналістикознавства як науки.

Принципова сутність підходу до друкованих медіа ототожнюється з діяльністю суспільною, соціально-організованою. Виробництво інформації й дає нам різні варіанти спілкування на різних етапах суспільного розвитку. У зв'язку з тим можна чітко сформулювати взаємозв'язок друкованих медіа з такою категорією як суспільна діяльність. Вона відображає особливий вид суспільної діяльності – комунікаційну діяльність, складовою частиною якої і є медіа. У найбільш узагальненому вигляді суспільну діяльність можна уявити у вигляді системного поєднання чотирьох компонентів: управління, пізнання, практика, медіа. Будь-який вид суспільної діяльності з усіма її прямими та зво-

ротними зв'язками підтримується цими компонентами – при цьому друковані медіа виступають тут опосередкованою ланкою, яка зачіпає інтереси кожного чинника суспільної діяльності. Більше того, саме друковані медіа моделюють соціальні зв'язки в суспільстві в цілому, здійснюють суспільний каталог не лише ідей, символів і перспектив, але так само і структур соціальних відносин в середині суспільства (див.: [3]).

У відзначених нами вище підходах до друкованих медіа як соціально-політичного явища коректно виділити дві групи чинників, які мають безпосередній вплив на медіа: за аналітико-морфологічним підходом, котрий проявляється в максимально повному – якщо не вичерпному взагалі – врахуванні класифікаційних ознак медіа, і за функціонально-генетичним, що полягає в необхідності виокремити генеральні напрямки розвитку друкованих медіа. Щоби чіткіше схарактеризувати провідні характеристики сучасних друкованих медіа, варто наголосити на тому, що у журналістикознавчій науці чи не найпродуктивнішу роль відіграє так званий функціональний підхід до аналізу друкованих медіа. При цьому діяльність розуміється як цілісний феномен, який сприймається не у вигляді статистичного, випадкового й безособистісного результату діяльності друкованих медіа, а як зумовлена конкретними соціальними завданнями, функціями й метою система, що формується та функціонує в суспільстві. Ось в цьому і полягає феномен “функціонального підходу” до друкованих медіа як соціального явища – при ньому стає зрозумілим передусім контекст *мети*, яка переслідується конкретним друкованим медіа-представником, а потім уже – змісту і форми діяльності (звідси, до речі, й розуміння друкованих медіа як багатофункціонального соціального феномена).

І все ж, незважаючи на ефективність і важливість функціонального підходу до друкованих медіа як соціального явища, варто уникати абсолютизації цього підходу. Функціональний підхід є все-таки лише одним із чинників цілісної методології діяльності друкованих медіа, який зумовлений суспільною значущістю останньої. Поняття діяльності друкованих медіа як цілісного соціального явища, як цілісної соціальної системи є значно ширшим за обсягом від поняття діяльності друкованих медіа як явища функціонального. Тому відзначимо, що в контексті необхідності вивчення взаємин медіа та влади одного функціонального підходу недостатньо. І ось чому. Функція – лише одна із сутєвих властивостей друкованих медіа, причому будь-яка складова діяльності друкованих медіа може виступати як функція. Крім того, суттєвою умовою коректного застосування функціонального підходу до медійної діяльності варто вважати розуміння функції діяльності друкованих медіа як взаємозв'язку всіх компонентів системи медіа, які сприяють збереженню цілісності самого феномена друкованих медіа. Ігнорування цього аспекта друкованих медіа призводить до зменшення ефективності таких широковідомих критеріїв системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа, як зміст, соціальне, цільове і читачке призначення тощо. Ставши функцією, кожен з цих критеріїв виокремлюється з медіа й додається до них, але не розглядається як чинник

системного розмаїття характеристик друкованих медіа, позбавляється підстав говорити про друковані медіа як конкретний спосіб реалізації цієї функції.

Головна характеристика системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа України – це передусім розуміння самих друкованих медіа як сукупності таких компонентів, взаємодія яких може спричинити появу нових синкретичних якостей, що не притаманні кожному окремо взятому компонентові (про деякі з них йшлося вище). Мається на увазі саме системно-журналістська модель друкованих медіа, що реалізується лише на рівні таких знакових утворень, якими є наукові категорії.

Журналістикознавство як наука оперує своєю системою категорій, які в межах цієї науки мають силу закону. Така системно-журналістська модель медіа, котра дозволяє аналізувати будь-які зовнішні аспекти діяльності друкованих медіа, має ґрунтуватися на здобутках журналістикознавства як науки, не виходячи за межі тих категорій журналістикознавства, які віддзеркалюють усі можливі атрибути та властивості друкованих медіа. Друковані медіа реально існують у часі та просторі. Сукупність характеристик функціонування друкованих медіа являє собою результат суспільної діяльності, яка є складовою системи масової комунікації – більше того, ми маємо справу з конкретними зовнішніми характеристиками друкованих медіа. Але це не є якимось протиріччям – процес керівництва друкованими медіа, їх діяльністю та скерування цієї діяльності до конкретного аудиторного кластера примушує подивитися на типізацію друкованих медіа як певний постійно діючий інструмент можливості структурованого комунікаційного впливу на суспільство.

Основні категорії діяльності друкованих медіа (тип, рід, вид) являють собою різні рівні комунікаційного впливу. Процес використання цих рівнів стосовно конкретного друкованого медіа-представника в контексті висвітлення останнім якоїсь однієї проблеми і можна вважати критерієм визначення системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа. Друкований медіа-представник – як певна сумарність втілення в практику журналістикознавчих категорій – виступає метою цих особливостей. Процес втілення в практику системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа України – складний шлях журналістської практики, і складність його полягає не лише в принциповій безкінечності можливостей використання журналістикознавчих категорій, але й передусім у методологічній нерозробленості її сутності в контексті висвітлення медіа якоїсь однієї глобальної проблеми. І в першу чергу це стосується конкретності визначення певних системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа: тип, рід, вид, друкований медіа-представник. З точки зору підходу до функціонування друкованих медіа як соціального явища сутність подібних особливостей і взаємозв'язок між ними визначаються такими взаємовідносинами, які найбільше функціональне навантаження відчуватимуть саме в процесі висвітлення конкретної проблеми.

Системно-журналістські особливості сучасних друкованих медіа України дають нам основні координати в процесі моделювання діяльності медіа, які фік-

сують основні результати і являють собою “вузлові”, найбільчіші пункти їхньої типізації. Звідси – основний методологічний висновок про те, що процес типізації на засадах моделі, запропонованої вище, у своєму найоптимальнішому варіанті є можливим як процес проходження від чогось абстрактного (тип) до конкретного (друкований медіа-представник). Якщо тип виступає якоюсь узагальнюючою категорією, котра визначає найвищий берег журналістської практики і представлена в загальній моделі феноменом медіа, то рід – це особлива журналістикознавча категорія, підпорядкована типу і в той же час підпорядковує собі якісь види. Вид – це одинична категорія, яка визначає нижній берег журналістської практики й підпорядковується роду. І, нарешті, друкований медіа-представник – це одинична категорія журналістикознавства, яка віддзеркалює окремий журналістикознавчий об’єкт, що реально існує і виступає як одиниця типізованого поділу медіа. Цей окремий журналістикознавчий об’єкт і необхідно розглядати в моделі друкованих медіа України, а формування певних груп друкованих медіа-представників за ознаками наближеності у висвітленні конкретної проблеми дозволяє говорити про процес формування груп друкованих медіа-представників.

У моделі сучасних медіа України, яка залежить від висвітлення останніми конкретної соціальної проблеми, журналістикознавчі категорії чітко не означені, оскільки головну увагу приділено не методичному, а *методологічному* аспектові процесу висвітлення групою друкованих медіа-представників однієї проблеми. У цьому контексті варто підкреслити таку особливість: категорії, про які йдеться, є взаємозалежними, але лише по відношенню до тієї конкретної соціальної проблеми, що розглядається.

Отже, на практиці (тобто в контексті проблемного навантаження) діяльність друкованих медіа здійснюється у вигляді певної системи. При цьому перед нами постає завдання визначити необхідні та достатні складові системно-журналістських особливостей сучасних друкованих медіа України. У цьому зв’язку при визначенні сутності медійної діяльності як певної журналістикознавчої категорії потрібно виходити з наявності певної моделі діяльності друкованих медіа. Дана модель, на нашу думку, включає такі категорії: *мета* (що стоїть перед друкованим медіа-представником при висвітленні конкретної соціальної проблеми) – віддзеркалення основного завдання масової комунікації, яке реалізується через друковані медіа; *предмет* (що скупчує сутність аналізу при висвітленні друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – відображення характеру масової комунікації як змісту друкованих медіа; *жанр* (що скупчує форму аналізу при висвітленні друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – відбиття семіотичних способів вираження друкованими медіа змісту повідомлення; *метод* (що скупчує шляхи досягнення мети при висвітленні друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – відображення способів висловлення думок, використовуваних у друкованих медіа для досягнення загальної мети; *документ* (що скупчує офіційну складову висвітлення друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – віддзеркалення технологіч-

них способів формування друкованих медіа; *час* (що скупчує оперативну складову висвітлення друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – відбиття історико-хронологічного аспекта в діяльності друкованих медіа; *простір* (що скупчує ареал охоплення при висвітленні друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – відображення територіально-географічного аспекта в діяльності друкованих медіа; *адреса* (що скупчує аудиторні характеристики при висвітленні друкованим медіа-представником конкретної соціальної проблеми) – відображення соціально-психологічних можливостей використання друкованих медіа споживачем як чинником аудиторії.

Зазначені вище категорії являють собою внутрішнє розмаїття типізованої підсистеми й типологічної моделі недіяльності друкованих медіа в цілому, а окремої групи друкованих медіа-представників, які більш чи менш адекватно висвітлюють якусь окрему соціальну проблему. Якщо виходити з опосередкованої ролі медіа як соціально-політичного чинника суспільної діяльності, що зумовлена такими категоріями, як практика, управління, влада, то кожному з цих категорій коректно розглядати в системі журналістикознавчих категорій, серед яких особливо виділяються функціональні та структурні. Саме *функціональні* та *структурні* категорії суспільної діяльності в типологічній моделі на рівні груп друкованих медіа-представників повинні бути поставлені в необхідні видові журналістикознавчі категорії. При цьому кожна сходинка процесу *моделювання* друкованих медіа-представників, які більш чи менш адекватно висвітлюють якусь окрему соціальну проблему, повинна належним чином враховувати все розмаїття категорій і підсистем на рівні даного типу медіа.

Свої міркування ми починали з можливості моделювання друкованих медіа. Так ось, ключова особливості функціонально-структурної підсистеми друкованих медіа, які більш чи менш адекватно висвітлюють якусь окрему соціальну проблему, полягає в тому, що кожний етап суспільного розвитку відрізняється конкретною своєрідністю необхідних і достатніх журналістикознавчих категорій. Подібну своєрідність при цьому можна окреслити відповідними функціональними характеристиками. Інтерпретувати ці характеристики коректно не в традиційному типологічному контексті документальної форми медіа, а в контексті технологічному, який передбачає застосування гнучких підходів до тих медіа, які більш або менш адекватно висвітлюють якусь окрему проблему. При цьому варто враховувати, що сама можливість масової комунікації, яка об'єктивується в медіа, є завжди ідеологічною, а ідеологічність її змісту завжди обмежена. Отже, функціональність друкованих медіа визначається всією системою журналістикознавчих категорій, цілісним соціальним феноменом; варто особливо зазначити, що функціональність зумовлена відповідним розподілом соціальних інтересів.

1. Гуревич С.М. Газета. Вчора, сьогодні, завтра. М., 2004. С. 14.
2. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів, 2004. С. 8.
3. Price V., Roberts D.F. Public Opinion Processes // Handbook of Communication science. NY, 1987.
4. Price Monroe. Media and Sovereignty. Cambridge, 2002. P. 13.
5. Whuk-Lipinski E. Demokratyczna rekonstrukcja. Z sociologii radykalnej zmiany społecznej. W-wa; 1996. S. 7.