

канців регіону, зверненням до неординарних постатей і фактів. Вони і намагаються це робити. Але до певної межі. Як тільки це стає небезпечно з певних міркувань, то про «дражливі» теми зразу «забувають», чи їх не «помічають», чи, в кращому разі, відсторонюються від них, подаючи інформацію від зовнішніх джерел без жодного її перетворення на внутрішню. Або така «забудькуватість» породжена можливістю отримати певні преференції, послаблення фінансового тиску тощо. Такий підхід яскраво підтверджується з боку кам'янець-подільських органів і засобів масової інформації. Безперечно, є значна кількість вагомих об'єктивних і суб'єктивних причин для цього, виправдань непослідовності, безхребетності, тому важко зважитися на докори регіональним мас-медіа. Однак так само безперечно є те, що така «діяльність» є прямим порушенням принципів і етичних норм вітчизняної та світової журналістики.

Змін не відбувається, хоч би на кам'янецькому рівні, бо всі органи і засоби масової інформації працюють приблизно на одних і тих самих засадах. Немає потужного і принципового конкурента, який міг би активно перебирати на себе комунікаторну аудиторію. Залишається сподіватися, що такий конкурент з'явиться, і тоді й інші мас-медіа змушені будуть рухатися у бік всебічного, збалансованого і пропорційного висвітлення життя регіону, за якого не існує заборонених чи напівзаборонених об'єктів інформування, а є тільки актуальна, важлива, корисна, цікава інформація чи навпаки.

### Список використаних джерел

1. Бабляк В. Хабар чи..? / Віталій Бабляк // Подолянин. – 2010. – №39 (1049). – 24 вересня. – С. 3.
2. Гординчук М. Михайло Сімашкевич: «Містом керуватиме громада» / Микола Гординчук // Кам'янець-Подільський вісник. – 2010. – №43 (1290). – 22 жовтня.
3. Гординчук М. Місто вирує... / М. Гординчук // Кам'янець-Подільський вісник. – 2010. – №40 (1287). – 1 жовтня.
4. Мельник С. Головна новина місяця / Світлана Мельник // Ділове місто. – 2010. – №46 (366). – 15 жовтня. – С. 3.
5. Мельник С. Шокуючий скандал у мерії / Світлана Мельник // Ділове місто. – 2010. – №40 (360). – 24 вересня. – С. 3.
6. Стефанюк С. «Пора потиснути один одному руку» : інтерв'ю з головою міської організації Партії регіонів Володимиром Мельниченком / Сергій Стефанюк // Подолянин. – 2010. – 46 (1056). – 12 листопада.
7. Якимець Н. Досвід, відповідальність, порядок – «три кити» Михайла Сімашкевича / Надія Якимець // Кам'янець-Подільський вісник. – 2010. – №42 (1289). – 15 жовтня.

The article deals with the causes, principles, criteria of selecting projects of national and local levels for subjects of journalistic works in the regional media, consistency and balancing presentation of information. Theoretical principles are illustrated with the concrete examples.

**Key words:** regional media, the object of journalistic work, external and internal information, the urgency and importance of information.

УДК 007 : 304 : 070

**В. М. Гвоздєв**

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,  
м. Луганськ*

### СИСТЕМА ЗМІ ТА МЕДІААУДИТОРІЯ: КАРДИНАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УМОВАХ СВІТОВИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті аналізуються найбільш істотні зміни, що відбуваються в діяльності ЗМІ та масовій аудиторії в інформаційному суспільстві ХХІ століття під впливом глобалізації світу, Інтернету, новітніх мультимедійних технологій.

**Ключові слова:** глобалізація, мас-медіа, Інтернет, мультимедійні технології.

У ХХІ столітті, в умовах світової глобалізації всередині системи ЗМІ відбуваються докорінні структурні трансформації, спостерігаються принципово нові тенденції на медіаринку.

**Мета статті** – показати найбільш істотні зміни, що відбуваються в журналістиці, структурі та свідомості масової аудиторії під впливом світової глобалізації та досягнень НТП в інформаційному суспільстві.

Журналістика як соціальна система постійно змінюється, розвивається. За останні 20 років – після здобуття Україною незалежності й розпаду СРСР у 1991 році – система вітчизняних ЗМІ зазнала кардинальних змін. Це пояснюється впливом якнайменш **трьох основних чинників**.

**Перший чинник** – глибока структурна трансформація суспільства, що відтоді відбулася. Зникли потужні державні монополії в політиці й економіці. На відміну від радянських часів тепер ми маємо ринкову економіку замість планової; багатопартійність, тобто політичний плюралізм, – замість «керівної та направляючої» ролі

КПРС, яка визначала її основні параметри діяльності радянської журналістики, її типологічну палітру. Також законодавчо встановлено плюралізм форм власності – замість однієї, державної (наприклад, приватних медій в Україні сьогодні набагато більше, ніж державних); демократичні норми та процедури прийняття рішень – замість командно-адміністративної системи управління; правові гарантії свободи слова – замість цензури, котру заборонено ст.15 Конституції України, хоча дотепер спостерігаються незаконні спроби з боку влади різних рівнів обмежити свободу ЗМІ. Так, за підсумками 2010 року, «Україну виключили з категорії вільних країн у рейтингу американської неурядової організації Freedom House. Згідно з щорічним рейтингом демократичних прав та громадянських свобод, Україну віднесено до категорії «частково вільних країн»... У 2009 році Freedom House відносив Україну до «вільних» країн» [1].

Підсумовуючи майже 20-літній пострадянський поступ України та вітчизняної журналістики, слід зазначити, що запропонована за часів перебудови політика «нового мислення» призвела до корінних змін у масовій свідомості – насамперед під впливом горбачовської гласності. Водночас унаслідок зростання капіталів олігархів і зубожіння мас при нерозвиненості середнього класу, що вважається чинником стабільності в будь-якій країні, збільшується соціальна дистанція між багатими та бідними, яка заступила місце так званої «соціалістичної рівності», котрої насправді ніколи не було.

Внаслідок політичного банкрутства компартійно-державної вертикалі влади, що існувала за часів СРСР, було зруйновано й вертикаль радянської преси – від центрального друкованого органу ЦК КПРС «Правда» до інформаційних органів міськомів, райкомів партії, парткомів підприємств. Пізніше місцеві періодичні видання набули іншого статусу, ставши комунальними газетами міських чи районних рад, територіальних громад, газетами трудових колективів підприємств або чиясь приватною власністю. Отже, **змінилося суспільство – змінилася й система ЗМІ як його підсистема.**

В Радянському Союзі структура системи ЗМІ була *вертикальною, однопартійною*, як і структура управління загалом. Тоталітарна модель передбачала підконтрольність, лакейство преси, слухняне виконання редакціями ЗМІ вказівок зверху, насамперед, компартійних органів: «Газети, журнали були «коліщатками й гвинтиками» в загальному механізмі боротьби за побудову соціалізму й комунізму», ідеологічними рупорами пропагандистських кампаній» [4, с. 102].

Після зникнення КПРС і СРСР структура системи ЗМІ на пострадянському просторі перетворилася на *горизонтальну, багатопартійну, комерційну*. Журналістика, звільнившись від компартійного керівництва, не тільки набула статусу «четвертої влади», а й стала розглядатися як джерело прибутку, галузь інформаційного бізнесу.

Горизонтальна структура системи ЗМІ – це функціонування незалежних, самостійних, автономних інформаційних організацій, які діють і взаємодіють за демократичними принципами та конкурують між собою. Отож горизонтальна структура – це насамперед система не підпорядкування, а конкуренції в ринкових умовах.

Горизонтальна структура доволі чітко позначила поділ на *якісну (серйозну, аналітичну, елітарну, елітну, опінієтворчу) та масову (бульварну, скандальну, жовту) пресу*. Такого поділу в СРСР не було. Нині на медіаринку незалежної України масових видань значно більше, ніж якісних (до останніх належать, наприклад, «Дзеркало тижня», «День», «Український тиждень»).

Деякі дослідники [10] зауважують, що тенденція зростання кількості масових, бульварних газет на пострадянському медіапросторі не відповідає змінам, які відбуваються в світовій пресі. В більшості розвинених європейських країн, навпаки, зменшується вплив таких газет, принаймні, щоденних бульварних: майже всюди вони маргіналізуються, зменшується їх кількість, скорочуються тиражі. В США бульварна преса зжила себе ще раніше: її замінили «чоловічі» та «жіночі» журнали і численні розважальні тижневики. Натомість видається більше якісних газет, розрахованих на освічені кола населення, які відрізняються діловою активністю, прагнуть зробити добру кар'єру. Отож це пов'язано передовсім зі зміною соціального статусу багатьох людей, зростанням ролі так званих «білих комірців», які віддають перевагу серйозній пресі, зокрема, фінансово-економічній.

Водночас і сама якісна преса змінюється, розширюючи тематику, коло своїх інтересів, а відтак, і своїх читачів. Вона дедалі більше пише про спорт, музику, кіно, телевізію, туризм, відпочинок... Відбувається певне спрощення змісту серйозних газет. Багато з них теж містять розважальний сегмент. У зв'язку з цим доречно виділити третій, змішаний вид сучасної преси – *якісно-масову*.

**Другий чинник – стрімке й безупинне поширення Інтернету, новітніх мультимедійних технологій, мереж супутникового, кабельного, цифрового телебачення, котрі цілковито охопили і журналістику.**

Виник новий її різновид – Інтернет-журналістика (або онлайн-ова, мережева, мультимедійна, веб-журналістика), яка, власне, й допомагає Україні виглядати хоча б «частково вільною» на тлі інших країн.

Сьогодні в Інтернеті присутні інформагенції, телекомпанії, радіостанції, газети, журнали, онлайн-ві видання, які мають власні сайти. Тобто він поєднав абсолютно всі види ЗМІ і сам є унікальним джерелом інформації. Тому доволі значна частка медіааудиторії остаточно перейшла в Інтернет, віддаючи перевагу «моніторинговому» читанню, перегляду телепрограм і прослуховуванню радіопередач в Інтернеті замість користування традиційними ЗМІ.

Кількісно Інтернет-журналістика становить порівняно невеличкий сегмент (сектор) глобальної мережі. Проте Інтернет-медіа як новітній тип каналів масової інформації динамічно розвиваються, хоча за популярністю ще не здогнали телебачення, яке дотепер утримує першість серед ЗМІ за охопленням аудиторії.

---

Історично, зауважує Б. Потятинник [9, с. 36, 38], Інтернет-журналістика є четвертою після преси, радіо і ТБ, на практиці ж стає першою, а в перспективі – єдиною. Цією формулою, з його погляду, й можна передати еволюцію Інтернет-журналістики. Він називає такі прикмети лідерства цього новітнього різновиду журналізму:

1. Інтернет-журналістика посідає перше місце за темпами зростання аудиторії, і до 2020 року прогнозується її абсолютне лідерство.

2. Інтернет-журналістика вже випереджає радіо та ТБ в оперативності доставки інформації масовому споживачеві (інформація на сайтах оновлюється в режимі «нон-стоп» з інтервалом оновлення в 1-5 хвилин).

3. Інтернет-журналістика перевершила своїх конкурентів в інтерактивності, яка набула безпрецедентних в історії мас-медій масштабів.

4. Інтернет-журналістика, поєднуючи особливості роботи з текстом, графікою, аудіо- та відеоматеріалом, є, власне, об'єднаною (синтезованою) журналістикою.

Інтернет відіграє ключову роль у формуванні нового інформаційного простору. «Всесвітня павутина», мультимедійні технології, соціальні мережі спричинили *еволюцію традиційної журналістики*. Завдяки новітнім комп'ютерним програмам, системам верстки газети, журнали технічно робляться вже зовсім не так, як це було, скажімо, наприкінці ХХ століття.

Проте такі зміни таять у собі безліч складних питань і навіть небезпеку негативних наслідків. *«Двадцять століття послідовно та наполегливо намагалося позбутися умов, що формують пасивність, тобто спадщини Гутенберга... Ми живемо в період, незрівнянно багатіший і жахливіший, аніж «шекспірівська доба»... Якими ставатимуть нові конфігурації механізмів і письменності зі зміною старих форм сприйняття й мислення в електронну добу? Нова електрична галактика вже далеко просунулась у глиб галактики Гутенберга. Навіть без зіткнень таке співіснування технологій і форм свідомості призведе до психологічних травм кожної людини... Знані нами інститути та суспільні форми набувають погрозового й ворожого вигляду. Ці багатогранні трансформації, що відбуваються через проникнення нових засобів комунікації до будь-якого суспільства, є нормальним вислідом такого проникнення, потребують спеціального вивчення – осмислення засобів комунікації сьогодення»* [7, с. 360-361]. Завдяки їм у світі виникла фактично нова цивілізація – електронного родоплемінного ладу, ери планетарного уніформізму, так званого «глобального села» [7, с. 4]. Втім, спонукають замислитися слова німецького вченого Вернера Гейзенберга: *«Науково-технічний прогрес – це спосіб зробити пекло більш комфортним для життя»* [6].

За радянських часів вітчизняні ЗМІ здебільшого існували начебто поза світовим масовоінформаційним потоком. Нині ж українські медіа включені в загальну світову мегаінформаційну систему. Завдяки можливостям новітніх технологій трансляція відеосигналу, наприклад, може миттєво здійснюватись у будь-якій точці земної кулі та в будь-якому напрямі.

Якщо раніше в світі точилося протиборство двох таборів – соціалістичного та капіталістичного, їх потужних ідеологічних систем, основу яких становили ЗМІ, то після падіння Берлінської стіни та краху радянської імперії впала і величезна «залізна завіса». Це знаменувало закінчення тривалої «холодної війни». Натомість встановилося міжнародне співробітництво між країнами – колишніми ідеологічними супротивниками, насамперед, між двома супердержавами – США та Росією, яка стала спадкоємицею СРСР. Таким чином, зникають міждержавні інформаційні кордони (бар'єри), котрі раніше створювалися штучно, наприклад: глушіння на теренах Радянського Союзу «ворожих голосів» – західних радіостанцій «Голос Америки», «Свобода» та інших; бойкот московської олімпіади-80 провідними країнами на знак протесту проти вторгнення радянських військ до Афганістану та ін. Все це заважало вільному спілкуванню й інформаційному обміну між народами. Отож двополярного світу більше не існує. Він стає багатополярним – з огляду на зростаючий вплив третьої могутньої держави світу – Китаю, а також нещодавні скандальні викриття WikiLeaks та революційні події 2011 р. в мусульманських країнах. Інтернет, який великою мірою, власне, й спричиняє такі вибухоподібні явища, стирає інформаційні межі та знищує стереотипи. **Сьогодні Інтернет як найвпливовіший засіб масової комунікації фактично встановлює інформаційну владу нового типу, новий світовий порядок.**

Отже, до істотних змін у структурі й діяльності мас-медіа призводять і внутрішньополітичні, і зовнішньополітичні фактори.

**Третій чинник – процеси глобалізації та конвергенції, що охопили світ та сферу мас-медіа зокрема.** Під *глобалізацією* (англ. globalization) розуміють зазвичай «перетворення певного явища на світове, планетарне, те, яке стосується усієї Землі» [2], а також всесвітню інтеграцію та уніфікацію. Глобалізація – це об'єктивний процес швидкого формування світового економічного, фінансового, *інформаційного* простору на основі комп'ютерних технологій, поступового злиття національних економік у єдину загальносвітову систему. Глобалізації передуює і супроводжує її модернізація *інформаційних*, фінансових, економічних технологій насамперед у високорозвинутих країнах. Термін «глобалізація» виник для характеристики транснаціонального функціонування світової економіки та *інформаційних* потоків [11].

Поняття «*конвергенція*» (від лат. convergo – «зближую») означає зближення, сходження, схожість на основі ознак, що сформувалися незалежно в різних групах, до якої призвів науково-технічний прогрес.

ЗМІ не могли лишитись осторонь НТП. Досягнення науки і техніки завжди впливали на розвиток журналістики. Так, винахід Й. Гуттенбергом друкарського верстату спричинив першу технічну революцію в інформацій-

ній царині, появу книговидання й преси. Пізніше виникли радіо, телевізія і нарешті Інтернет, який спричинив ще одну велику технічну революцію в світі.

Традиційні ЗМІ еволюціонують, перетворюючись в мультимедійні редакції, ньюзруми, медіахолдинги, медіакорпорації, медіагрупи.

Газети переходять на мультимедійну платформу, платформу новітніх технологій, працюючи в паперовому, онлайнному, мобільному (напр., war-версія), теле-, радіоформаті. Наприклад, у Росії функціонують міжнародний щомісячник «Совершенно секретно» і телекомпанія з аналогічною назвою; газета «Комсомольская правда» та її нові спецпроекти: «Радио «Комсомольская правда» и «Интерактивное телевидение «Комсомольская правда»; газета «Известия» и канал «Известия TV» Тобто декілька ЗМІ, що функціонують в межах певного медіахолдингу (медіагрупи, компанії) використовують той самий бренд.

Причому така тенденція до об'єднання стає характерною не тільки для центральних, а й для місцевих ЗМІ. Підтвердження тому – такий приклад:

*«Народний депутат Ігор Шкіря, власник Першого ділового телеканалу, запропонував створити в Дебальцевому (Донецька область) міський телеканал та інтернет-портал... На думку Ігоря Шкірі, у Дебальцевому рівень місцевого медіапростору недостатній – у місті виходить лише одна суспільно-політична газета «Трибуна» і працює один любительський інтернет-портал. Водночас немає ані власного телебачення, ані офіційних веб-сайтів органів влади, ані інтернет-видань. «Тому першочергове наше завдання на найближчий рік – розширити медійний простір Дебальцевого насамперед за рахунок створення власного телеканалу і професійного міського інтернет-порталу», – сказав Ігор Шкіря.*

*За попередньою домовленістю, нові медіапроекти будуть створені на базі редакції газети «Трибуна», за сновником якої є міськрада... Ігор Шкіря зазначив, що кінцева мета проекту – створення загальноміського медіахолдингу, який буде першим подібним проектом у регіоні. «Усі ЗМІ створюють на одній базі (у випадку з Дебальцевим – на базі газети «Трибуна»). При цьому відбувається єдине управління холдингом (не потрібно мати по 4 директора і по 5 його заступників), працює єдиний творчий колектив (наприклад, журналісти, які формують щоденну стрічку новин для інтернет-порталу, узагальнюють напрацьовану інформацію для газети, аналогічно відбувається взаємозаміна на рівні телебачення), не потрібно тримати для кожного виду ЗМІ окремих коректорів і літредакторів, також достатньо одного менеджера з реклами», – розповів він...*

*«...це будуть загальноміські проекти. Її інвесторами виступлять усі охочі – і влада в особі міськради, і підприємці міста, і сторонні інвестори», – додав він» [5].*

Динаміка росту читачів Інтернет-форматів газет набагато вища, ніж зростання продажу їх паперових версій. За п'ять років аудиторія газет в Інтернеті зросла в світі на 350%, а їх продаж – лише на 4,75%. Скорочуються тиражі навіть провідних газет. Водночас зростає чисельність їх читачів у Інтернеті [3, с. 83-84].

Вплив Інтернету та глобалізаційних процесів призвели також до таких тенденцій розвитку інформаційного середовища:

**1. Кількісне та якісне зростання медіааудиторії.** В постіндустріальному (інформаційно-комунікаційному) суспільстві, в умовах тотальної комп'ютеризації та спрощення доступу до інформації через різноманітні мобільні цифрові пристрої дедалі більше зростає кількість Інтернет-користувачів, яких у світі вже 2 млрд.: «*Міжнародний союз телекомунікацій (ITU) при ООН... повідомив про те, що доступ в інтернет тепер є майже у кожного третього жителя планети. Чисельність веб-аудиторії в кінці минулого року подолала символічний рубіж у 2 мільярди людей. Для порівняння: у 2009-му в інтернет виходили 1,86 мільярда користувачів, а в 2000-му – близько 250 мільйонів. У державах, що розвиваються, мережею користуються приблизно 21% населення, у розвинених – 71%*» [13].

*«Кількість українських користувачів мережею інтернет (аудиторія 14+) за 2010 рік зросла на три мільйони, або 29%, – до 11,3 мільйона осіб у грудні, повідомила компанія Gemius із посиланням на результати проведеного дослідження. Згідно з даними дослідження, 88% всіх користувачів використовують Мережу щодня, 10% – кілька разів на тиждень, 1% – один раз на тиждень і 1% – кілька разів на місяць» [12].*

Отож відбулася комп'ютеризація не тільки професійного, а й повсякденного середовища. Змінилися вимоги людей до ЗМІ: аудиторії потрібні не просто газети, а різноманітний контент на різних носіях – причому 24 години на добу, 7 днів на тиждень, а не один-два рази на день.

**2. Змінюються характер журналістської праці, само розуміння цієї професії. Значно розширилися її межі – від власне журналістської творчості до медіадіяльності в широкому сенсі.** Тому переглядаються, оновлюються комунікативні стратегії ЗМІ, розширюється їх функціональне поле. Мультимедійність ЗМІ потребує від журналістів не тільки вміння добре писати, фотографувати, а й редагувати текст чи зображення на комп'ютері, здійснювати навігацію в Інтернет з метою пошуку потрібної інформації, розмішувати її в мережі, адмініструвати сайт видання, знімати та монтувати відеоматеріал тощо [3, с. 78-79]. Ці вимоги стосуються працівників і центральних, і місцевих ЗМІ.

Розширюється профіль виконуваної ними роботи. Зростає загальна кількість медіапрацівників – у зв'язку із збільшенням обсягів інформації, необхідністю її перманентного пошуку, збору, виробництва, редагування, поширення. Цю тенденцію не в змозі зупинити навіть вимушені непопулярні кроки топ-менеджерів щодо оптимі-

зації (скорочення) штату деяких редакцій ЗМІ, викликані головним чином фінансовою скрутою. **Отже, сучасна журналістика – це сукупність різних професій**, представники яких забезпечують повноцінну діяльність ЗМІ. Це редактори, кореспонденти, коректори, верстальники, сценаристи, шоумени... У фінальних титрах телепрограм ми бачимо імена й прізвища не тільки ведучих, але й тих, хто виконує непомітну глядачам, але не менш важливу роботу, залишаючись однак постійно за кадром, – режисерів, операторів, звукорежисерів, монтажерів, художників-постановників, гримерів, водіїв, модельєрів, адміністраторів, веб-дизайнерів та ін.

**3. Динамічне зростання кількості спеціалізованих (вузькоспеціалізованих) ЗМІ на тлі загального збільшення кількості медій.**

**4. Зміна філософії (концепції) діяльності традиційних ЗМІ** в бік явного домінування новинного й розважального продукту на телебаченні й радіо, тоді як аналітика нині здебільшого концентрується в пресі.

Щоденні газети дедалі частіше стають тижневиками, визнаючи свій програш Інтернету в оперативності подання найважливішої інформації. Адаже багато людей дізнаються новин саме з Інтернету. Друковані ЗМІ в цих умовах змушені перебудовувати свою діяльність, тому часто свідомо мігрують в аналітику, вбачаючи своє основне завдання в тому, щоб пояснювати, коментувати соціально значущі факти, події, явища. Так само досі тлумачать своє призначення творчі колективи журналів в порівнянні з функціями щоденних газет.

**5. Глобальне стає частиною національного:** величезний вплив (диктат) масової культури призводить до «пожовтіння» навіть серйозних газет (на пострадянському просторі це відбувається з газетами «Труд», «Комсомольська правда» та ін.).

**6. Інтернет ставить під загрозу подальше існування традиційних ЗМІ.** Так, висунуто «теорію смерті газет», згідно з якою онлайнві ЗМІ згодом остаточно витіснять з медіаринку друковану періодику.

Медіааналітик, керівник Школи ефективного тексту А. Мірошніченко [8] в своїй книзі «Коли помруть газети» висуває гіпотези щодо скорого занепаду друкованої доби та зміни «технологічної формації». З погляду цього автора, преса протистоїть не Інтернету, а ходу історії. Інтернет сам є або наслідком, або причиною деяких історичних обставин, які впливають на смерть преси.

А. Мірошніченко зауважує, що традиційні ЗМІ надто залежать від інфраструктури розповсюдження. Оскільки за способом споживання вони є роздрібним масовим товаром, то потребують розгалуженої та дорогої системи дистрибуції з потужною оптовою ланкою. Ключовим же чинником виживання будь-якої розгалуженої дрібнооптової мережі є порогове наповнення товаром і асортиментом. Якщо наповнення нижче за порогове, мережа не в змозі підтримувати себе в робочому стані.

Саме це, за прогнозами, й станеться з системою дистрибуції класичної преси, коли інтерес читачів до газет і журналів упаде нижче порогового значення. Причому передбачається, що розпад дистрибуції преси буде не поступовим, а історично миттєвим – відбудеться впродовж лише кількох років. Сотні тисяч читачів – представників «газетного покоління» – хотіли б і далі звично читати газети та журнали, але редакції, втративши інфраструктуру розповсюдження, просто не зможуть доставляти сотні тисяч примірників своїм читачам.

З огляду на це, друкованим ЗМІ ставиться «смертельний» діагноз: вимирання газет зумовлено технологіями (Інтернет, мультимедіа) і починається вже сьогодні, а завершиться в 2030-ті роки відходом останнього «газетного покоління»; процес вмирання преси триватиме з 2017 по 2035 рік. Таким чином, газетній добі лишилося існувати не більше 25 років, чверті століття. Прогнозується, що після зникнення традиційних ЗМІ нас очікує таке невідоме наразі явище, як *постжурналістика*.

**7. В редакціях ЗМІ відбуваються структурні зміни:** створюються веб-служби, он-лайн-редакції ЗМІ, яким часто відводиться самостійна роль у змістовному наповненні, тобто вони мають власний штат і відносну творчу незалежність.

**8. Наявні зміни в роботі інформагентств.** Вони теж мають свої сайти і тепер можуть поширювати власний інформаційний продукт без посередників (такими посередниками між інформагентствами та аудиторією виступають редакції ЗМІ).

**9. Збагатилася жанрова палітра ЗМІ.** З'явилися такі нові типи (форми) публікацій, як Інтернет-конференція, онлайнвий репортаж, Інтернет-огляд (моніторинг) та ін.

**10. Поява блогів як унікальних засобів комунікації.** Їх називають народною, громадською, аматорською журналістикою, виданнями з одним журналістом. Крім того, вони слугують новим джерелом інформації, і ЗМІ нерідко посилаються, наприклад, на блоги відомих людей. Однак питання про те, чи слід відносити блоги до журналістики залишається дискусійним. Головний критерій тут може бути такий: якщо блогер при написанні матеріалу дотримується основних стандартів журналістської діяльності (точність, достовірність, збалансованість тощо), то його твір ми можемо віднести до журналістики, і навпаки.

#### Список використаних джерел

1. Freedom House: Україна більше не вільна // Українська правда. – 2011. – 13 січня. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/news/2011/01/13/5779557/>
2. Вікіпедія: Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/>

3. Градюшко А. А. СМІ и Интернет. Эволюция традиционной журналистики // Современная журналистика: методология, творчество, перспективы : сб. науч. ст. / редколл. : Н. Т. Фрольцова (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2008. – С. 77-99.
4. Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : монографія / М. Г. Житарюк. – Львів, 2008. – 416 с.
5. Ігор Шкіря хоче створити в Дебальцевому міський медіахолдінг // Телекритика. – 2011. – 10 лютого [Електронний ресурс] – Режим доступу : – <http://www.telekritika.ua/news/print/60038>.
6. Кримський С. Ефект високого неба // День. – 2001. – 20 квітня. – 12 с.
7. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги. – 2-е вид., перероб. / пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. – К. : Ніка-Центр, 2008. – 392 с.
8. Мирошниченко А. Вышла книга о смерти газет // Частный корреспондент. – 2011. – 14 февраля [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://www.chaskor.ru/article/kogda\\_umrut\\_gazety\\_22236](http://www.chaskor.ru/article/kogda_umrut_gazety_22236).
9. Потятинник Б. В. Интернет-журналистика : навч. посіб. / Б. В. Потятинник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
10. Система средств массовой информации : учеб. пособ. для вузов / Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.; под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 259 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.evartist.narod.ru/text/61.htm>.
11. Терещенко Є. Що таке глобалізація і чи загрожує вона Україні? // Полтавська думка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dumka.pl.ua/news/worldnews/136-2010-03-11-09-38-23.html>.
12. Українська інтернет-аудиторія за 2010 рік зросла на 29% // Дзеркало тижня. – 2011. – 2 лютого [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dt.ua/online/articles/74608#article>.
13. Чисельність інтернет-аудиторії у світі досягла двох мільярдів // Дзеркало тижня. – 2011. – 27 січня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/online/articles/74090#article>.

The article analyzes the most significant changes occurring in the media and mass audiences in the information society of the XXI century under the influence of world globalization, the Internet, new media technologies.

**Key words:** globalization, media, Internet, multimedia technology.

УДК 007:304:659.3

**Ю. А. Голодникова, Ю. С. Мархоцкая**

*Таврический национальный университет им.В. И. Вернадского,  
г. Симферополь*

## **ВОПРОСЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «ПЕРВАЯ КРЫМСКАЯ»**

У фокусі статті – проблеми екологічної безпеки людини і довкілля в кримському регіоні. На прикладі газети «Перша Кримська» автори описують тенденції розвитку інформаційного простору Криму.

**Ключові слова:** екологічна безпека, довкілля, інформаційне простори, регіональна преса.

**Постановка научної проблеми.** За прошедший год в информационном пространстве Украины неоднократно поднимался вопрос о том, что массмедиа находятся под давлением власти. И не без оснований. Статистика показателей цензурного давления, заказных сюжетов и самоцензуры, публикуемая на сайте «Телекритики», тревожные публикации журналистов, дискуссии вокруг свободы слова и проблема критики власти дают немало оснований для беспокойства. Но обусловлено ли это только нынешней политической ситуацией? Особенно, если речь идет о качестве работы региональных СМИ, где несоблюдение элементарных стандартов в работе с информацией и неуважение к аналитике – увы, и вчера и сегодня – остаются популярными принципами работы.

В фокусе нашего внимания важнейшие аспекты журналистской деятельности: работа с источниками информации, фактами и комментариями. Актуальность выбранного направления становится очевидной, как только мы хотим ответить на вопрос «Как отразится случившееся на жизни конкретных людей?». При рассмотрении вопросов экологической безопасности человека и окружающей среды информация о случившемся и анализ ситуации выявляют многие причины цензурного давления, заказных сюжетов и самоцензуры в региональных медиа.

**Анализ последних исследований и публикаций:** Наиболее значимыми для данной статьи оказались исследования представителей львовской школы медиакритики, в частности, труды Б.Потятинника, публикации Н.Габор, П.Александрова, О.Косюк, М.Чабаненко, материалы участников проектов «Стоп цензуре!», «Рухаймося проти цензури!», Environment and security initiative (Zoï Environment Network), охватывающие разнообразие проблемных зон живой украинской журналистики, борющейся за свое предназначение. Особый контекст для размышлений задает весь контент проекта «Телекритика», посвященный проблемам свободы слова и закону о доступе к публичной информации.

**Цель статьи:** на примере газеты «Первая Крымская» рассмотреть тенденции публикаций на темы экологической безопасности человека и окружающей среды в крымском регионе (период – 2008 год).