

Куришко Ю.А.

студентка,

Київський університет культури

ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ЗМІ В УКРАЇНІ

Термін «українська преса», часто використовується для позначення періодичних видань. Вони можуть бути українською та іноземною мовами, видаватися на українській землі чи в компактних поселеннях українських переселенців та висвітлювати різні питання українського життя. Історики зазвичай простежують походження українських ЗМІ від неукраїнських видань у 18 столітті [1].

1 січня 1776 р. у Львові почав виходити французький тижневик «Gazette de Léopol» «Львівська газета». Шевальє Оссуді був власником і видавцем. Журнал виходив лише рік і запам'ятався читачам тим, що надав

європейські та місцеві новини, а також інформацію з Наддніпрянської України. Зокрема, з його колонок львів'яни дізналися, що резиденцію Петра Румянцева-Задунайського, губернатора Малої Росії, перенесли з Глухова до Києва, а Запорозьку Січ нібито зруйнували через те, що козаки перекрили встановлення торгових шляхів через Дніпро [1].

Преса підрадянської України

Провал Української революції 1917–1921 рр. призвів до нового розчленування українських земель і нових репресій української культури. В УСРР закрили всі етнодемократичні, навіть соціалістичні видання, які не приймали більшовицького режиму. Певний час під керівництвом В. Блакитного виходила газета бойової партійної організації «Боротьба». Проте навесні 1920 року боротьбисти змушені були самоліквідуватися і злитися з КП(б)У. Комуністична партія України проіснувала деякий час до 1925 року, але лише в 1921 році вона змогла видавати власну газету «Червоний прапор», яка виходила щомісяця протягом певного часу. З 1922 року в СРСР виходила лише більшовицька преса [2].

Намагаючись посилити свій вплив на українців, хоча б формально відмежуючись від російських більшовиків, КП (б)У 1919 року почав видавати більшовицьку публіцистику українською мовою [2]. Цими найпершими виданнями були газета «Більшовик» у Києві, двомовне інформаційне агентство Харківського губернського комітету КП(б)У «Комуніст» та двомовне державне агентство «Вісті» (видається на той час в Харкові).

До 1922 року Радянський Союз видавав 56 україномовних більшовицьких інформаційних видань. Загальна кількість місцевих газет, що виходили в Радянському Союзі в 1990 році, становила 78, загальним тиражем 7,5 млн. примірників. У Криму, Дніпропетровську, Донецьку, Луганську, Львові, Миколаєві, Одесі, Закарпатті та Запорізькій області видання Партії регіонів виходили, як українською, так і російською мовами. Російська версія мала значно більший тираж за українську [2].

Фактично, поява мовлення та документальних фільмів означувала появу самої системи ЗМІ. У документальному виробництві воно стало невід'ємною частиною аудіовізуального засобу і виросло разом із ним. Будь то хроніки, документальні чи науково-популярні фільми, вони постійно вдосконалюють форму співпраці з ТБ, і можна сказати, що відомчі бар'єри поступово усуваються. Озираючись на історію кіно, вважаю, що з дня свого народження воно стало насамперед масовим засобом, історичним джерелом, бо відображає реальне життя, тобто точність протоколів і документальних фільмів. У суспільному житті документальному кіно від самого початку приділялася така ж роль, як і журналістиці.

Насправді радіостанціям знадобився деякий час, щоб отримати свої системні характеристики та функції від технологічного пристрою, який використовується для передачі аудіосигналів на великі відстані, до потужного засобу охоплення мільйонів людей. Спочатку радіостанція трансливала лише новинні матеріали, але згодом знайшла свої виконавські характеристики та жанри. До речі, розвиток аудіовізуальних комунікацій, у тому числі і в Україні, ставить питання телерадіоосвіти. Вирішення проблеми телерадіоосвіти може бути ефективним лише за умови оцінки сучасного стану українського телебачення і радіо, та прогнозів на майбутнє.

Сьогодні підготовка телерадіомовників розпорошена по різних установах, які ні кількісно, ні якісно не можуть задовольнити всі потреби. На даному етапі значно зросли кадрові потреби не тільки новостворених комерційних установ, а й державних установ. Це породжує нездорове суперництво між ними і спонукає їх з'ясувати це самостійно, часто через дилетантські методи. Також немає єдиного центру інформації та координації, який міг би визначити обсяг професії, попит на неї та рівень навчальних програм. Як наслідок, досі повна відсутність професійної підготовки за багатьма важливими для розвитку сучасного телебачення та мовлення професіями, як-от відеоредактори, спеціалісти з електронних ефектів та комп'ютерної графіки, телерепортери-журналісти, відеооператори та режисери та багато інших. Навіть тележурналістика вважається єдиною професією, складною сукупністю різноманітних професій: редакторів, сценаристів, репортерів, коментаторів, ведучих, інтерв'юєрів – кожен з яких потребує спеціальної підготовки. Ніхто не розвиває спеціалістів середнього рівня – редакторів, адміністраторів, помічників звукорежисерів тощо.

У зв'язку із цим слід зазначити, що одним із факторів функціонування всієї медіасистеми є характер та рівень освіти. Однак цього недостатньо, щоб гарантувати, що це крихке досягнення походить від одного покоління журналістів. Щодо існування єдиної медіасистеми, то безперечним є той факт, що жоден із засобів масової інформації, що виник у процесі розвитку всієї системи, не замінює і не змінює існуючу, а доповнює її і стає прискорювачем розвитку подальших вдосконалень.

Вплив ЗМІ на радіо і телебачення очевидний. Він призводить до проникнення аналітичних і дослідницьких принципів у радіо і телебаченні. Це дискусія за круглим столом, розуміння складних життєвих проблем пресою, залучення аудиторії та дослідження документальних фільмів. Протягом століть суспільство задовольнялося тим, що, по суті, є єдиним засобом масової інформації – пресою. Поява засобів масової інформації стала наслідком стандартизованого й

механізованого масового виробництва, у тому числі винаходу й удосконалення книгодрукування.

Засоби масової інформації в сучасному розумінні, пов'язані з електрифікацією та електронними засобами зв'язку, виникли в першій половині 20 століття, а саме радіо і телебачення. Засобом масової інформації, яку забезпечують електронні пристрої, є переважно мультимедіа, тобто поєднання різних видів подання інформації: тексту, статичних і рухомих зображень, звуку. Прикладами мультимедійних медіа є телебачення, веб-сайти та їхні засоби масової інформації та новини виробників. Загальне положення [4].

Українське телебачення лідирує за рівнем публічної комунікації та впливу в ЗМІ. За даними 2018 року, переважна більшість українців – 86 відсотків – отримують інформацію про ситуацію в країні та світі з українських телеканалів. 27% українців отримують інформацію з українських інтернет-сайтів і 24% із соціальних мереж. 57% жителів дивляться лише українські ЗМІ. 85% українців мають доступ до Інтернету, і цей відсоток зростає, а загальна медіа-аудиторія скорочується.

Стаття 6 Закону України «Про інформацію» установлює обов'язок суб'єктів владних повноважень (у тому числі органів державної влади) інформувати суспільство та масмедіа про свою діяльність і погоджені рішення [4].

Незважаючи на закони, масова медіасфера в Україні має низку труднощів із самостійністю та свободою слова. Станом на 2016-й рік найбільші медіагрупи, а це 76,25 % аудиторії, контролювали чотири власники – Пінчук, Коломойський, Фірташ і Ахметов. В обласних Інтернет-медіа на 2020 рік до 37 % новин виконані на замовлення місцевої влади. Щомісяця стається від 10 до 30 випадків порушення свободи слова.

Довіра до масмедіа невелика: за підсумками 2019 року, загальнонаціональній пресі довіряє 19 % аудиторії, 22% місцевому радіо. Одночасно 49% довіряє загальнонаціональним телеканалам, а інтернет-медіа довіряє 51% аудиторії. Інформагентства відіграють значущу роль в щоденній роботі української медіасфери. Багато засобів масової інформації майже весь час довіряються тому контенту, який поширюють власне інформаційні агентства. Звісно це стосується й обласних ЗМІ, новинних сайтів та радіостанцій [3].

Важливо, що інформація, надана інформагентствами, нечасто звіряється редакціями. Якщо в першоджерелах інформаційних агентств виявляються помилки або спотворення, то вони швидше розповсюджуються серед аудиторії по всій території України. Хоча, коли інформагентства підправляють помилки, більшість видань вже цього не роблять слідом за ними.

Інформагентства України, як і переважно більша кількість решти медіа, мають дискусійний статус реально вільних та незалежних, так як здебільшого є часткою великих медіагруп, які належать олігархам. До прикладу, інформаційне агентство УНІАН входить в медіагрупи «1+1», що належить Ігорю Коломойському. «Українські Новини» входять до складу Inter Media Group, що належить Дмитру Фірташу і Сергію Львовичкіну. Хоча «Інтерфакс-Україна» наголошує на повній незалежності, але воно діє за ліцензією медіа агентства Росії «Інтерфакс». Укрінформ – це інформаційне агентство держави, яке перебуває під впливом уряду України. В Україні також є офіси міжнародних інформаційних агентств, таких як Bloomberg (американське), Reuters (британське) або AFP (французьке).

Список використаних джерел:

1. Баранник М. В., Голобуцький П. В. Історія преси в Україні // Інститут історії України НАН України, 2005. – 672 с.
2. Газети Радянської України 1917–1920. Едмонтон: Канадський Інститут Українських Студій, 1988. – 111 с.
3. Засоби масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/eAQ3oif>