

## ВПЛИВ ЗМІ ТА СУБКУЛЬТУРИ ЖУРНАЛІСТІВ НА КУЛЬТУРНЕ ПОЛЕ УКРАЇНИ

**Анотація.** Розглядаються проблеми, пов'язані з сучасними реаліями і необхідністю захисту засобами ЗМІ української культури.

**Ключові слова:** субкультура, субкультура журналістів, культура, засоби масової інформації, соціальна комунікація, відчуження, культурологія.

**Аннотация.** Рассматриваются проблемы, которые связаны с современными реалиями и необходимостью защиты средствами СМИ украинской культуры.

**Ключевые слова:** субкультура, субкультура журналистов, культура, средства массовой информации, социальная коммуникация, отчуждение, культурология.

**Annotation.** In the article some issues of mass media importance and means of mass communication for culture are studied. In particular, the problems associated with current realities and the necessity to protect the Ukrainian culture by the means of mass media is described. With increased information component of social life influence of the media, journalism and journalists' subcultures on cultural field of Ukraine is growing. Information culture and media field in Ukraine is formed mainly by journalists. They should be the subject of cultural studies. It is important to determine the vector and trends of national journalism and the journalists' subculture to be aimed at protecting the phenomenon of Ukrainian artistic values and unique features.

In the challenging realities the Ukrainian national media should maintain our national character. Writers should be active carriers of the Ukrainian customs, traditions and rituals. Ukrainian journalists must uphold our information security. The theory of subculture must become an important element of culturology, and it includes the basic resonance subculture. Subculturology did not have its "legal", "full value" place in Ukrainian scientific

cultural space for a long time and was legitimately absent in Ukrainian science. When cultural studies was recognized and approved by the official authorities discussions on the theory and history of subcultures started that logically arise not only within sociology, law or history, but also in the context of cultural studies. Journalistic negligence can cause the recipients' loss of criticality, judgment, objectivity, organization, coherence, logic, rationality and feasibility of information received. More and more people are saying about media-planetary worldview with its paradigm, model, criteria, definitions, parameters, etc. Media are not just a transcultural phenomenon but leverage of global influence, a sort of mega- and meta-subcultural tool in postmodern world. Human dependence on information is a special issue. People often need the original rescue "national" glasses. This value is not only the content but also the type of transfer of content, form, style, expression, taking into account the feelings and perceptions of recipients. Having reviewed some aspects of the media in Ukrainian cultural field and features of the journalists' subculture among other subcultures, a significant influence on Ukrainian culture media was noted. This is due to the influence of the media and the culture of certain groups and the culture of the population in general. Thus the influence of the journalists' subculture on the media in the cultural area requires further study. Creative and constructive development of the journalists' subculture will improve the cultural, informational, political and legal fields will help to form the information society, to improve democracy and the democratization of society. Studying the same subculture media is certainly a necessary step for the analysis and understanding of the importance of further study of the theory and history of professional and other subcultures in the context of culturological thought.

**Key words:** subculture, journalists' subculture, culture, mass-media, social communication, estrangement, culturology.

**Актуальність.** Зі збільшенням інформаційної складової суспільного життя посилюється вплив ЗМІ, журналістики та субкультури журналістів на культурне поле України. Інформаційна культура та медійне поле України значною мірою формуються журналістами та можуть бути предметом культурологічного дослідження. Важливим є визначення вектора та тенденцій розвитку національної журналістики та субкультури журналістів, які мають бути спрямовані не на сумнівні симулякри мінливої моди та запозичені кластери з протиприродною аксіоматикою, а на захист феномену українських цінностей та мистецьких особливостей в україн-

ському культурному просторі. **Мета** статті — розглянути вплив медіа на культурне поле України та визначити роль субкультури журналістів у цьому процесі. Метою статті зумовлено **завдання:** розглянути окремі аспекти діяльності ЗМІ в українському культурному полі, особливості субкультури журналістів у середовищі інших субкультур, з'ясувати вплив медіа на українську культуру. Дотичними є такі завдання, як характеристика впливу ЗМІ на культуру окремих груп населення та на культуру населення у цілому. Герменевтичне та логіко-семантичне вивчення праць провідних дослідників (І. Костири, В. Ліпкана, В. Шакуна та ін.), зокрема

доктринальних робіт Р. Калюжного і М. Швеця, засвідчує потребу, передусім журналістами, у вирішенні завдання розвитку інформаційного поля.

До питань вивчення культури та субкультури зверталось чимало фахівців. Серед них, зокрема, А. Асмолов, Є. Бодіна, Ю. Богуцький, Л. Божович, С. Безклубенко, Т. Гаєвська, А. Гурбанська, А. Кукаркин, Я. Левчук, К. Манхейм, М. Мід, В. Оборонко, М. Поплавський, А. Попов, В. Пушкар, П. Рудик, Б. Ручкін, З. Сикевич, Ю. Савельєв, О. Сапожнік, Н. Саркітов, О. Семашко, В. Семенов, М. Соколов, О. Сотика, М. Тимошик, В. Шейко, І. Юджін [11, 5–8; 12, 9–23].

В умовах непростих українських реалій вітчизняні ЗМІ мають зберігати наш національний колорит, стояти на сторожі нашої інформаційної безпеки, протидіючи метастазам денационалізації, захищаючи та поширюючи правдиві українські надбання не лише в культурному просторі України. Має рацію проф. І. Костира, що: “Повідомлення, що виникають в межах ЗМІ, — це завжди нігіляція комунікації. Ситуація, що метафорично може бути описана як телефонна розмова людини з автовідповідачем, з однією поправкою в тому, що в межах повідомлення ЗМІ до реципієнта сам реципієнт не завжди усвідомлює, що комунікація відсутня” [6, 300]. При цьому “залежність окремої людини від ЗМІ... безперервно зростає та набуває кульмінації в періоди загальної кризи та нестабільності. Картина світу у свідомості сучасної людини майже повністю формується із ЗМІ, а, отже, відповідальність за продукти масової культури у значній мірі лежить на журналістиці” [6, 300]. Можливо, плекаючи національний “культурний ландшафт” [4, 190], варто звертатись і до досвіду 1940-х років, коли особливе місце посідала ідеологічна робота [4, 99]. Вплив медіа може бути різним (за змістом, обсягом, наслідками тощо). На особливу увагу заслуговує “пафосно емоційний рівень впливу, пов’язаний із включенням сторонньої події у особисті моральні та ціннісні переживання глядача. Переведенням її цікавості на вищі рівні захоплення — почуття та емоції, зокрема страх, милосердя, співчуття, гнів та інші” [6, 301].

Термінологія культурології, як і поняттєво-категоріальний апарат багатьох сучасних наук, потребує вдосконалення та чіткіших дефініцій. С. Безклубенко в 2000 р. зауважив, що “сам цей термін і, відповідно, поняття, ще не набули навіть

права громадянства в офіційній українській науці” [2, 8]. В. Кірсанов 2007 р., характеризуючи стан розвитку культурології у світі та приділяючи особливе значення розвитку культурології у країнах СНД, зазначав: “Якщо ще п’ятнадцять років тому дискутували про те, може чи не може бути прикладної культурології, то зараз її існування — поза дискусіями і приймається як факт” [5, 41]. Але “наявність... ще не означає одностайності у визначенні її предмета, у той час як петербурзька школа визначає завданням інкультурацію особистості, київська визначає прикладну культурологію як галузь науки, спрямовану на регуляцію культурних процесів” [5, 42]. Адже “не є випадковим той факт, що з усіх гуманітарних наук, які оформились у новітній історії, культурологія посідає провідне місце” [9, 1]. Важко не погодитись і з проф. В. Бездрабко, що “наріжним каменем термінологічної дискусії між представниками різних галузей знань... є відсутність конкретного сутнісного розмежування таких понять, як групування, типологізація, систематизація і, власне, класифікація” [1]. “З одного боку, ця наука (культурологія. — В. Р.), яка сягає глибин стародавньої історії, а, з іншого боку, вона є порівняно молодою сферою теоретичного знання, оскільки як термінологічно, так і структурно-категоріально формується досить інтенсивно передовсім в ХХ столітті” [3, 48].

У культурології важливе місце має посісти теорія субкультури. Воднчас кількість захищених дисертацій з теорії субкультур, наприклад, у Росії у декілька разів більше, ніж в Україні. Проблема висвітлення питань окремих субкультур іноді подається російськими дослідниками в десятки разів частіше, ніж українськими дослідниками (простий і наочний приклад — численні російські праці з кримінальної субкультури, а ширше — з девіантними, делінквентними та аномійними субкультурами) [11; 12].

Субкультурологія, як і раніше культурологія, в українському науковому просторі та культурному полі не мала свого “законного”, “повноцінного” місця, легітимно була відсутня в українській науці. Коли ж культурологія була визнана та затверджена офіційними інстанціями, то розпочались дискусії й з приводу теорії та історії субкультур, яка логічно постає не лише у межах соціології, права чи історії, а й у контексті культурології [11].

У науковому дискурсі субкультури поділяють

на нейтральні (переважно), негативні й позитивні (здебільшого творчого і конструктивного спрямування) або на просоціальні (позитивні), асоціальні (які стоять осторонь соціальних проблем) і антисоціальні (соціально негативні); на усталені (“класичні”) та інноваційні субкультури; на вищі й нижчі (відповідно — ап- та андер-), існують і інші розподіли, наприклад: на вікові (дитячі, підліткові, молодіжні тощо). Доречним може бути й поділ субкультур на резонансні (іноді із зухвалим викликом суспільству тощо) і нерезонансні [10; 13]. Окрема мова — про основні та другорядні або похідні (точніше зазначити розподіл як базові та небазові) субкультури. Базові субкультури в теорії та історії субкультур потребують особливої уваги. Серед них доречно виокремити субкультури молодіжні (з усіх вікових субкультур найбільш важливі), субкультури бідних і багатих (як антиподи, особливо на полюсах — мільйонери “проти” безхатченків, олігархи “проти” бомжів тощо), окремі професійні субкультури.

Професійні субкультури (особливо кваліфікованих професій: юристів, економістів, програмістів, лікарів тощо) заслуговують на особливу увагу та аналіз. Професійні субкультури не є однорідними за своїм значенням. Серед них особливе місце посідають державотворчі субкультури (юристів, адміністративних працівників та інших) та суспільно значущі (лікарів, вчителів, журналістів та ін.). Субкультури адміністративних працівників, юристів і журналістів, за їх значних відмінностей, мають і чимало спільного. Всі вони є визначальними для життєдіяльності людини, суспільства та держави, а всередині них є своя внутрішня градація. Усі вони неоднорідні, наприклад: у юристів є внутрішні підкультури адвокатів, суддів, прокурорів тощо, на різних номенклатурних рівнях є свої “поняття” (у позитивному сенсі слова). Аналогічно за всієї зовнішньої єдності журналістів, численних працівників ЗМІ вирізняють спрямування їх видань, вимоги власників видань, кон’юнктура, уподобання (власні та керівництва), спеціалізація журналіста (спорт, політика тощо) та певного видання (для якої аудиторії, про що, з яких позицій тощо), конкуренція, економічні, світоглядні, політичні та інші спрямованості.

Професія журналістів є не лише важливою, навіть необхідною для держави та суспільства, але й доленосною для майбутнього інформаційно-

креативного суспільства XXI ст. Субкультура журналістів — важлива передова професійна субкультура. Не всі журналісти є носіями “своїї” субкультури, проте професія журналіста передбачає певний ореол, свої кліше, літературні штампи, стереотипи, забобони, прикмети тощо. Серед них: пошук сенсацій й інформації, якісне інтерв’ювання, зовнішній вигляд, етикет, відпрацьовані прийоми комунікації, настрої, віра у вдалий початок дня й приємну зустріч, “збої” техніки, у потрібний момент гарна ручка під рукою, успішні перемовини тощо.

За журналістської недбалості в тотальному інформаційному споживанні, нерозбірливості та поглинанні у реципієнтів може відбуватися втрата критичності (особливо здатності до критичного мислення), розсудливості, об’єктивності, організованості, послідовності, логічності, зваженості та доцільності щодо отриманої інформації. На думку І. Костири, “зростає ризик опинитися... у відчуженому від реальності інформаційному полі зі штучними квазіреальними об’єктами, що утворюють своєрідну віртуальну реальність” [7, 49], а за умов “кризового розвитку суспільства загрозливих масштабів набирає явище, коли ЗМІ транслюють не реальні цінності, а їх симулякри” [7, 48]. На особистому, груповому (зокрема субкультурному), національному (зокрема культурному) і планетарному (зокрема геокультурному) рівнях журналісти та сформовані ними ЗМІ постають як важливі регулятори численних соціокультурних та інших відносин. Преса, радіо, телебачення можуть перетворюватись на джерело прогресу й розвитку або навпаки, на джерело регресу та занепаду. Інформація зі ЗМІ може лікувати краще, ніж бальзам, а вражати сильніше, ніж куля, ця інформація здатна рятувати та давати надію помираючим й вести до загибелі та знищувати не гірше, ніж найстрашніша зброя. Недарма ЗМІ називають четвертою владою. Вони здатні активно і доленосно впливати на процеси у суспільному житті та у культурному полі України.

І. Костиря вирізняє “примари сучасних технологій”, що спотворюють сприйняття світу та деформують мислення сучасної людини” [7, 51] та висловлює важливу думку: “Стрімкий розвиток інформаційних технологій формує особливий тип мислення, так зване “кліпове мислення” [7, 51]. Гіпертрофоване інформаційне дозвілля та шопін-

гоманія, медійне споживацтво та консюмеризм, інформаційний і світоглядний трешизм (від англ. — сміття) та “фастфуд від культури” у ЗМІ як сурогати квазісвободи постають замість творчості, праці, істини, справедливості, традиційних цінностей та конструктивного дозвілля у окремих носіїв деформованих субкультур.

Слушною є думка про те, що, плекаючи свої традиції, ми маємо не цуратись чужого досвіду. Так, у Японії є доволі корисний для нас, українців, як для реципієнтів звичай: влаштовуючи дитину до першого класу, батьки приводять її на співбесіду до вчителя, а наприкінці співбесіди дитині пропонується проспівати 10–12 японських пісень. Якщо дитина виконує це завдання, то вона вступає до першого класу. Якщо ж немає знання національної культури, то до першого класу ще не доросла. Може тому, завдяки вірності власним традиціям та національній культурі, японці й попереду усієї планети в технічному плані? Вступаючи до вищів молоді японці повинні знати, зокрема, й кілька сотень японських пісень [14; 17, 79].

Треба любити свою мову, культуру, державу, а журналісти мають сприяти цьому, а не нести в маси сурогати квазікультури. При цьому по-перше, треба враховувати, що якщо у людини є потужний культурний (особливо духовний, традиційний) базис, є свій світогляд, є глибокі переконання та духовні цінності, то зовнішні деструктивні впливи для неї є менш небезпечними. Людина без коріння, без традицій, звичаїв, цінностей, значно скоріше стане жертвою інформаційних буревіїв. По-друге, культурна, свідомою людиною здатна дивитись на усе крізь рятівні “духовні” (або “національні”) окуляри. Вона здатна, враховуючи історичний досвід свого народу та його культурні досягнення, бути більш об’єктивною, неупередженою, розсудливою, логічною та послідовною, що особливо корисно у добу, коли, на думку фахівців, відбуватиметься уніфікація, денационалізація та “стандартизація” усього людства. Ці питання (насамперед, раціональні, а не містичні) можуть бути темою для окремого дослідження. Окрема проблема — “інформаційні фронти” з різних боків, які, як правило, не завжди доброзичливі до нашої історії та культури. Знаково, що в наш час “близько 90% центрів виробництва і поширення інформації у світовій комп’ютерній мережі розташовані у США. Американський вчений Дуглас Рашкофф застерігає щодо необхідності їх

обов’язкового контролю” [16, 20–21]. Американські інформаційні можливості суттєво домінували ще в період “холодної війни”: Америка “контролювала 75% світового потоку телевізійних програм, 50% демонстраційного часу кінофільмів та 90% телевізійних новин (після того, як у 1980 р. з’явився CNN)” [15, 58–59]. Водночас, це лише має акцентувати необхідність захисту традиційних цінностей та національних інтересів. Дедалі частіше говорять про медіакосмізований світогляд, про медіапланетарну картину світу зі своєю парадигмою, моделлю, критеріями, дефініціями, параметрами тощо. ЗМІ, а ширше можливості Інтернету та інших сучасних засобів комунікації, стають не просто транскультурним феноменом, а глобальним важелем впливу, своєрідним мега- та метасубкультурним інструментом.

Особлива тема — інформаційна залежність людини. Нерідко населенню необхідні оригінальні рятівні “національні” окуляри. Національні ЗМІ мають плекати та “чистити” наші “духовні” окуляри. А як відбувається у дійсності? Значення має не лише зміст, а і спосіб передання змісту, форма, стиль, висловлювання, враховуючи почуття і сприйняття реципієнтів.

Особливий інтерес викликає виникнення та поширення терміну “антикомунікації” [6, 299]. Саме як антикомунікації постають ті ЗМІ, які руйнують наше національне надбання і паплюжать нашу історичну спадщину. Інколи це робиться завуальовано, в певному підтексті та поміж рядків, у сюжетах “ми доволі часто спостерігаємо багато кадрів із сюжетів, які лише опосередковано стосуються описуваних подій, що описуються. Наприклад, у сюжетах про зараження свійської худоби грипом із місцевих водойм читання тексту диктора супроводжується демонстрацією водойми та корови, що не є зараженою і навіть географічно не стосується випадку, що стався реально” [6, 299]. Зміна акцентів журналістами може мати значні наслідки: “Мас-медіа, водночас, є одним із основних джерел формування міфології масового суспільства. Як вагомий елемент культури вони насичують з допомогою своїх мереж реальне життя уявним, а план уявного — реальним змістом. Синкретизм уявного та реального у свідомості реципієнта полягає у екстраполяції почутого та побаченого на власне життя” [6, 299].

Потрібна особлива увага до ЗМІ та журналістів у контексті їх впливів на нашу національну куль-



туру та інформаційне поле України. Проблема інформаційних загроз (інформаційних війн, агресії тощо), недооцінюється [15, 88]. Державні мережі безпеки, за деякими даними [15, 89], лише скорочуються. Ліквідовано Національні інститути проблем національної і міжнародної безпеки, інформаційно-аналітичні структури РНБОУ, Управління стратегічних розробок в структурі Адміністрації Президента тощо [15,89]. Потрібні рівні глобальної, національної, корпоративної та особистої інформаційної безпеки, при цьому журналісти мають очолювати ці важливі процеси.

**Висновки.** Розглянувши вплив медіа на культурне поле України та визначивши роль субкультури журналістів у цьому процесі, ми констатуємо, що питання субкультури журналістів є одним з найбільш перспективних та малодосліджених. За-

уважено значний вплив медіа на українську культуру. Це відбувається і через вплив ЗМІ на культуру окремих груп населення та на культуру населення у цілому. Тому впливи субкультури журналістів на діяльність ЗМІ у культурному просторі потребують подальшого вивчення.

Культуротворчий і конструктивний розвиток субкультури журналістів сприятиме вдосконаленню культурного, інформаційного, політичного та правового полів, формуванню інформаційного суспільства, покращенню народовладдя та демократизації суспільства. Вивчення ж субкультури журналістів — це конче необхідний крок для аналізу та усвідомлення важливості подальшого дослідження теорії та історії професійних та інших субкультур у контексті розвитку культурологічної думки.

#### Література:

1. *Бездрабко В.В.* Класифікація архівних документів: проблеми і пошук [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: [www.archives.gov.ua/Publicat/Researches/MaterialyConfer\\_11.php](http://www.archives.gov.ua/Publicat/Researches/MaterialyConfer_11.php)
2. *Безклубенко С. Д.* Стан і перспективи розвитку культурології / С. Д. Безклубенко. // Вісник КНУКіМ. Сер. Педагогіка. — К., 2000. — Вип. № 3. — С. 6–14.
3. *Безклубенко С. Д.* Теорія культури / С. Д. Безклубенко. — К., 2002. — 324 с.
4. *Волков С.М.* Інституціоналізовані соціокультурні системи: регіональна специфіка та динаміка / Сергій Волков. — К.: Інститут культурології НАМ України, 2010. — 248 с.
5. *Кірсанов В. В.* Прикладна культурологія: сутність та витоки / В. В. Кірсанов // Питання культурології. — К., 2007. — Вип. 23. — С. 40–44.
6. *Костира І. О.* Влада мас-медіа та соціальна комунікація / І. О. Костира. // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. — 2013. — № 4. — С. 296–302.
7. *Костира І. О.* Роль засобів масової інформації в сучасній соціальній комунікації / І. О. Костира. // Український інформаційний простір: науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКіМ / гол. редактор М. С. Тимошик. — Ч. 1. — У 2 ч. — Ч.2. — К.: КНУКіМ, 2013. — С. 48–56.
8. *Крисенко Д. С.* “Медійний фронт” “Холодної війни” 1980-х років / Д. С. Крисенко. // Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКіМ / Гол. редактор М. С. Тимошик. — Ч. 1. — У 2 ч. — Ч.2. — К.: КНУКіМ, 2013. — С. 56–63.
9. *Панченко В. І.* Мистецтво в контексті культури: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філос. наук: спец. 09.00.08 “Естетика” / В. І. Панченко. — К., 1999 — 36 с.
10. *Радзівський В. А.* Основные резонансные субкультуры в культурном пространстве Украины: кросскультурный анализ / В. А. Радзівський. // Вестник Санкт-Петербургского гос. уни-та культуры и искусств: науч. журнал. — №4 (17). — декабрь 2013. — С.117–121.
11. *Радзівський В. О.* Нотатки з субкультури аномії : монографія / В. О. Радзівський. — К.: Вид-во “Логос”, 2012. — 368 с.
12. *Радзівський В. О.* Про теорію та історію субкультур: нариси до субкультурології : монографія / В. О. Радзівський. — К.: Вид-во “Логос”, 2013. — 276 с.
13. *Радзівський В. О.* Резонансні субкультури як явища культури / В. О. Радзівський. // Вісник Держ. академії керівних кадрів культури і мистецтв. — 2013. — № 1. — С. 186–189.
14. *Садovenko С. М.* Формування національної культури особистості народною казкою [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [tur.kosiv.info/tourism...culture...s-m...kazkoju.html](http://tur.kosiv.info/tourism...culture...s-m...kazkoju.html)
15. *Сопілко І.* Правова природа інформаційно-аналітичної діяльності / І. Сопілко. // Підприємництво, господарство і право, № 12 (216) 2013. — С.88–92.
16. *Федотова О. О.* Формування інформаційної культури молоді в процесі отримання освіти / О. О. Федотова. // Трансформаційні процеси в освіті і культурі: Зб. мат-лів Міжнар. наук.-творч. конф., Одеса, Київ, Варшава 24–25 квітня 2013 р. — К.: НАКККіМ, 2013. — С. 19–22.
17. *Щербань П. М.* Формування національної самосвідомості в сім’ї: Наук.-метод. розробка на допомогу лектору-викл. нар. ун-ту українознавства / П. М. Щербань. — К.: Т-во “Знання” України, 2006. — 116 с.