

УДК 007:304:070

Анна Мадей**ТЕМА ОХОРОНИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ
УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Вперше проблему охорони історико-культурної спадщини України вивчено з точки зору соціальних комунікацій. Визначено специфіку розвитку питання охорони історико-культурного надбання нашої держави у вітчизняному медіа-просторі.

Ключові слова: охорона історико-культурної спадщини, інформаційна політика, медіа-простір, культурна проблематика.

Впервые проблему охраны историко-культурного наследия Украины изучено с точки зрения социальных коммуникаций. Определена специфика развития вопроса охраны историко-культурного наследия нашего государства в отечественном медиа-пространстве.

Ключевые слова: охрана историко-культурного наследия, информационная политика, медиа-пространство, культурная проблематика.

For the first time the problem of safeguarding historical and cultural heritage of Ukraine has been studied in the context of social communications. The specificity of the developing of the question of the historical and cultural heritage of our state in the national media is defined.

Key words: preservation of historical and cultural heritage, information policy, media space, cultural issues.

Національна свідомість, історична пам'ять народу — це беззаперечно «фундамент» менталітету громадян, ключовий тезис у розвитку держави. З контекстом цих понять нерозривно пов'язана історико-культурна спадщина країни, а, отже, охорона, збереження і популяризація її культурного надбання.

Актуальність теми. Після розпаду СРСР і здобуття Україною незалежності наша держава суттєво змінила фарватер багатьох політичних, економічних, соціальних і культурних процесів. Помітно поживився інтерес до національної історії, духовних цінностей, традицій. В Україні активізувався процес національного відродження і особли-

во актуальною стала проблема охорони нашої історико-культурної спадщини.

Вагомим суб'єктом культурного та громадсько-політичного життя беззаперечно є періодична преса. Вона водночас виступає й історичним джерелом, і важливим інструментом впливу на свідомість людей, є засобом формування суспільної думки. Тому в умовах сучасних реалій українського інформаційного простору питання охорони національної історико-культурної спадщини потрібно розглядати і в контексті соціальних комунікацій, а не лише в галузевому аспекті — історичному, архітектурному, археологічному тощо — як досі це робили більшість науковців.

Мета дослідження — визначити специфіку розвитку питання охорони історико-культурного надбання України у вітчизняному медіапросторі. Для досягнення вищезгаданої мети слід проаналізувати позиції науковців, а також журналістів-практиків, окреслити основні проблеми щодо цього питання та простежити дієвість інформаційної політики держави.

Новизна дослідження. Вперше питання охорони національної історичної та культурної спадщини досліджено у контексті соціальних комунікацій.

Обраної теми стосується низка робіт українських та зарубіжних вчених, зокрема таких як: Г. О. Андрес, О. О. Демиденко, М. М. Богуславський, О. В. Жукова, І. Е. Мартиненко, Н. В. Михайлова, О. В. Принь, О. М. Присяжнюк, В. С. Романовський, О. П. Сергеев, І. В. Чернікова, О. В. Хлівнюк, Є. С. Ярошенко та ін.

Як відмічають більшість науковців, серед яких і Ольга Баковецька, сьогодні діяльність української періодики «базується в основному на принципах демократичності та плюралізму. Наслідком цього процесу стало зростання ролі преси у висвітленні проблем культурного життя, актуалізації культурно-освітніх питань, активного втручання періодичних органів в історико-культурний процес» [2, 4]. Беззаперечно, це втішні тенденції. Проте водночас вчені, а також журналісти-практики все частіше наголошують, що питання культури в Україні висвітлюється за так званим «залишковим принципом». Цю проблему, зокрема, було піднято 26 лютого 2010 року під час засідання круглого столу «Чим живе культурна журналістика» [1], який провела Британська Рада в Україні, організувавши дискусію з оглядачами відділів культури

українських медіа, журналістами, що пишуть про мистецькі явища, менеджерами культури та представниками неурядових організацій, які так чи інакше опікуються цією проблематикою. Так, оглядач журналу «ШО» Юрій Володарський констатував: «Культура відсувається все далі та далі, тобто її майже немає на шпальтах газет, а якщо вона й присутня, то до культури як такої це не має жодного стосунку — адже все це шоу-бізнес, celebrities тощо» [1]. І справді, одночасно із питанням «залишкового принципу» сьогодні «на порядок денний» дискусій фахівці все частіше виносять наступні проблеми: перетворення культурної проблематики у «світську хроніку», копійчані гонорари журналістів та непрестижність культурної журналістики, зростаючу малограмотність авторів, що пишуть на мистецьку тематику. Зокрема, редактор відділу культури журналу «Експерт-Україна» Сергій Семенов вбачає головну проблему української культурної журналістики у «відсутності відповідних знань у більшості журналістів (правильніше сказати — журналісток, оскільки у нас культурна журналістика чомусь вважається «дамським заняттям»). На культурну журналістику у більшості ЗМІ кидають зелену молодь, яка, наприклад, цілком спокійно вважає, що (наводжу реальний факт з життя) можна написати рецензію на фільм Інгмара Бергмана, не подивившись жодної іншої його картини, отже, не розуміючи, яке місце посідає ця стрічка у його творчості. Теж саме відбувається і в статтях про інші види мистецтва. У підсумку в більшості статей української культурної преси геть відсутній контекст, що його журналіст(-ка) підмінює власними враженнями від побаченого або почутого» [1].

До слова: під час роботи круглого столу, який провела Британська Рада в Україні, журналіст Дмитро Іванов навів статистику, згідно з якою 46 % громадян України не купують книжки. І прокоментував цей факт таким чином: «Вони в цьому не винні. Вони є жертвами ситуації, яка склалася в державі і яка була штучно створена тими людьми, що володіють бізнесом в Україні, людьми, що володіють ЗМІ, людьми, на яких ми працюємо. Ці люди мають мету для бізнесу, але вони не мають на увазі підвищення культурного рівня в державі. Це процес соціальної деградації суспільства» [1]. Дмитро Іванов констатував: «інформаційна політика у галузі культури, що її підтримують більшість власників ЗМІ та підлеглих їм топ-менеджерів, має кілька виразних характеристик, що свідчать про приховану, але цілеспря-

мовану політику ліквідації культури як тематики у цих ЗМІ та заміну її на те, що зветься “Entertainment”. Готовий стверджувати та доводити на фактах, що це не просто вибір комерційно ефективних напрямків розвитку бізнесу власниками ЗМІ, але свідомо політика примітивізації масових смаків та формування відповідного зниженого інтелектуального рівня у населення» [1]. Таким чином фахівці все більш впевнено стверджують, що дуже часто діяльність журналістів за змістом і напрямками є протилежною зацікавленням їхніх роботодавців.

Отже, стає зрозуміло, що причини проблем висвітлення культурної проблематики у вітчизняних медіа полягають, перш за все, у недоліках державної інформаційної політики. Взяти б лише той факт, що сьогодні український інформаційний простір, за оцінками фахівців, на 85–90 % заповнений чужомовною, агресивною, порнографічною, низькопробною «культурою», яка денаціоналізує і молодь, і суспільство загалом. Українським медіа — всім телевізійним каналам, більшості газет, Інтернет-виданням надано необмежене поле для руйнації величезного духовного потенціалу української нації [7, 2]. Сучасні ЗМІ репрезентують насамперед масову культуру, найвиразнішими рисами якої є комерційний успіх, популярність і розважальність, культ гедонізму і споживання, схематизація, стереотипізація, спрощення всіх явищ життя, несмак, іноді невідповідність форми і змісту; естетиці якої властиве постійне балансування між тривіальним та оригінальним, агресивним і сентиментальним, вульгарним і вишуканим [9, 38–39].

Слід враховувати і те, що громадяни нашої країни дуже чутливі до засобів масової інформації. Так, згідно з дослідженнями, які провела Українська асоціація видавців періодичної преси: «...українські засоби масової комунікації за рівнем довіри населення поступаються лише церкві... Згідно з результатами дослідження, українським ЗМІ довіряють 66 % населення, церкві — 69 %...» [6, 6].

Сьогодні до позитивних моментів інформаційної політики держави уналежнюємо неприпустимість офіційної цензури, яку заборонено вітчизняним законодавством. Якщо у радянські часи друкували лише матеріали, зміст яких не суперечив спрямованості конкретного періодичного органу (а спрямованість ця визначалася політикою держави), то у посткомуністичний період більшість медіа дотримуються

наступного принципу: редакція не несе відповідальності за достовірність викладених фактів. А це, в свою чергу, передбачає плюралізм думок, наявність різних точок зору на сторінках видань, у радіоефірах і на телеекранах. Як зауважує Ольга Баковецька: «Аналіз офіційних періодичних видань, відповідно до належних до них функцій, дає змогу стверджувати: в реалізації реформ у галузі культури суверенної України преса виступає джерелом, засобом громадської інформації про реформи, інструментом, що формує громадську думку, а також складовою культурного життя сучасності» [2, 154].

Проте наявність факту реалізації функції преси як засобу формування громадської думки в Україні ще не означає виконання цієї функції належним чином. Так, Олена Усенко наголошує на недоліках інформаційної політики нашої держави, а саме на недостатньому інформуванні населення щодо питання історико-культурної спадщини: «На сучасному етапі в Україні нерозуміння проблем щодо охорони та збереження пам'яток, а також небажання їх вирішувати, свідчать про низький рівень інформованості суспільства, законодавчих та адміністративних органів. Засоби мас-медіа звертають увагу на проблеми захисту пам'яток лише тоді, коли відбуваються випадки цинічного вандалізму, що обурюють громадськість» [10, 170]. У контексті цієї проблеми логічно постає ще одна: на скільки об'єктивно українські ЗМІ мають змогу висвітлювати питання охорони історико-культурної спадщини? Адже неодноразово науковці та журналісти-практики обговорюють питання «співжиття» медіа з великим капіталом, коли бізнесмени можуть купувати ЗМІ та формувати потрібну громадську думку. Яскравий приклад, що констатує наявність цієї проблеми — матеріал у мистецькому альманасі «*APTEC*», присвячений питанню збереження від руйнування архітектурних перлин Львова та області, зокрема дерев'яних храмів «Андрій Салюк: Охорона культурної спадщини — це менеджмент старіння». У інтерв'ю голова Львівської обласної організації Українського товариства охорони пам'яток історії та культури Андрій Салюк розповів про проблему довкола мережі ресторанів «Фест»: «Начальник управління охорони культурної спадщини області сказав, що треба закрити “Криївку”, “Копальню кави”, бо вони дещо там поруйнували. Питання не в закритті ресторану, а в притягненні до відповідальності власників чи орендарів. Нас має найменше цікавити, що це за заклад. Маємо факт руйнування

пам'ятки. Начальник управління почав не з того. Він сказав у правильному контексті, але з неправильним акцентом на заклад, а не на проблему руйнування пам'ятки. “Фест” подав це як рейдерську атаку, мовляв, начальник є співвласником якогось бару, тому він хоче забрати собі наш ресторан. Це яскравий приклад того, як можна відвести увагу громадськості від справжньої проблеми. Кав'ярні і ресторан побудувать років десять-двадцять, а будинок стоїть усі 400. Пройде кілька десятиліть і у тому місці з'явиться щось інше, але об'єкт вже знищили назавжди. Все, що ми допасуємо натомість, буде або копією або дешевою бутафорією» [3].

Отож, як бачимо, у ЗМІ можуть надходити різні позиції, думки, в тому числі від людей «зацікавлених», пов'язаних із різними бізнесовими елементами. І у ситуації, коли медіа знаходяться під впливом бізнесу, лише правильна державна інформаційна політика здатна створити умови для справді об'єктивної та незалежної подачі матеріалів у вітчизняному національно-культурному просторі.

Вчені зауважують, що національно-культурний простір України слід розглядати в вузькому та широкому значеннях. На думку Ірини Ігнатченко, у вузькому значенні поняття «національно-культурний простір» — це загальнонаціональна мережа організацій, підприємств і закладів культури різних форм власності, в межах якої на підставі законодавства реалізується культурна політика держави. А у широкому трактуванні — це система організації культурної діяльності в суспільстві, заснована на єдиній правовій, соціально-економічній, матеріально-технічній та інформаційній базах, яка забезпечує доступність, якість та ефективність користування культурними цінностями всіма громадянами України, свободу творчого самовиявлення особи і об'єднує всі культурні ресурси у сфері державного управління за визначеним механізмом фінансування (як з державного, так і з альтернативних джерел) [4]. За словами вченої, структурно національно-культурний простір інтерпретується як «сукупність напрямків суспільно-культурної діяльності, які повною мірою здатні забезпечувати культурні, мовні й інформаційні потреби громадян України. Він охоплює мережі мистецької, культурно-просвітницької, дозвілєвої діяльності (професійної й аматорської), ефірний простір і мас-медіа, українські ресурси Інтернету, національний ринок друкованих ЗМІ, книговидання та книгорозповсюдження, ринок інших культурно-

мистецьких продуктів і послуг, а також суміжні сфери (освіти, науки, діяльності громадського суспільства)» [4, 39].

Фахівці стверджують, що сьогодні у національно-культурний простір України необхідно вводити ідеї щодо створення оптимальної концепції пам'яткоохоронних заходів, розбудови розгалуженої, і, головне, дієвої мережі інституцій зі збереження, охорони, дослідження, використання і популяризації пам'яток культурної спадщини. Також, переосмисливши накопичений за останні роки як позитивний, так і негативний досвід у цій галузі, потрібно виробити нову державну концепцію збереження та охорони пам'яток культурної спадщини в Україні. Насправді досвід доводить, що при належній державній підтримці ці питання знаходять відгук широкої громадськості. Засоби масової інформації, у свою чергу, повинні висвітлювати питання, що стосуються історико-культурної спадщини України максимально об'єктивно, правдиво, оперативно та незалежно. Головне розуміти мету проведення правильної державної інформаційної політики і професійної, незаангажованої роботи медіа — а це становлення в Україні національного культурного простору, відтворення демократичного духовного клімату, популяризація історико-культурної спадщини та підвищення національної свідомості українців.

Підсумовуючи все вище сказане, можна стверджувати, що сьогодні основними проблемами національного культурного медіа-простору є:

- висвітлення питання культури в Україні за так званим «залишковим принципом»;
- перетворення культурної проблематики у «світську хроніку», прихована, але цілеспрямована політика ліквідації культури як тематики у ЗМІ та заміну її на те, що зветься «Entertainment».
- копійчані гонорари журналістів та неprestижність культурної журналістики;
- зростаюча малограмотність авторів, що пишуть на мистецьку тематику;
- «забруднення» українського інформаційного простору чужомовною, агресивною, порнографічною, низькопробною «культурою», яка денационалізує і молодь, і суспільство загалом, примітивізує масові смаки та формує відповідний знижений інтелектуальний рівень у населення;

— недостатнє інформування населення щодо питання історико-культурної спадщини;

— «співжиття» медіа з великим капіталом, коли бізнесмени можуть купувати ЗМІ та формувати потрібну громадську думку.

Пам'ятки історико-культурного надбання потребують більшої популяризації в урядовій, центральній, місцевій пресі. При чому висвітлення культурних питань має бути прозорим, незалежним та об'єктивним. «Правильно налагоджена інформаційна політика щодо культурних надбань української нації і держави сприятиме усвідомленню громадянами своєї причетності до історії, культури, власне до минулого і майбутнього свого народу» [11, 168]. Адже преса є важливим інструментом впливу на свідомість людей, дієвим знаряддям інформації. А ще — це частина національної культури, тому роль і місце періодики потрібно досліджувати в органічній єдності з культурно-історичним розвитком нації [6, 3].

Результати дослідження важливі для розвитку сучасної теорії ЗМІ, зокрема можуть бути використані при розробці програм нормативних дисциплін («Вступ до спеціальності», «Журналістська майстерність», «Теорія журналістики», «Теорія і практика журналістської творчості») та спецкурсів для студентів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, а також для факультетів та кафедр журналістики інших вищих навчальних закладів. Одержані результати можна також застосувати в роботі конкретних мас-медіа для визначення ефективності подання матеріалів, що стосуються охорони історико-культурної спадщини України, коригування та підвищення професійної діяльності журналістів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналітичний звіт за результатами проведення з ініціативи Британської Ради в Україні «круглого столу» «Чим живе культурна журналістика» [Електронний ресурс]. — Британська Рада, 2010. — Режим доступу : <http://www.britishcouncil.org/uk/ukraine-press-room-media-discussion-report-ukr.pdf>. — 26.02.2010
2. *Баковецька О. О.* Проблеми культурного життя півдня України на сторінках періодичної преси (90-ті роки ХХ століття) : дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Баковецька Ольга Олександрівна ; Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова. — Одеса, 2004. — 161 с.

3. *Ворон Б.* Андрій Салук : «Охорона культурної спадщини — це менеджмент старіння» [Електронний ресурс] / Б. Ворон // Мистецький альманах «АРТЕС». — Режим доступу : http://artes-almanac.in.ua/art/articles/andriy_saluk.html
4. *Ігнатченко І. Г.* Форми та методи державного управління культурою в Україні : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Ігнатченко Ірина Георгіївна ; Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. — Х., 2009. — 209 с.
5. *Кармазина Н. В.* Вопросы охраны историко-культурного наследия Украины в диссертационных исследованиях последних лет / Н. В. Кармазина // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Исторические науки». — 2010. — Т. 23 (62), № 1 : спецвыпуск «История Украины». — С. 88–99.
6. *Кузнецова Т. В.* Транслявання національної культури сучасними ЗМІ : основні тенденції та перспективи [Електронний ресурс] / Тетяна Василівна Кузнецова. — Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc_komun/2008_1/12.html
7. *Мішуренко П.* Віце-прем'єр і духовна спустошеність / П. Мішуренко, М. Невидайло, М. Честнейша // Народна газета. — 2007. — 1–7 березня. — С. 4.
8. *Нелін О. П.* До питання про історичну спадщину перших державних утворень на теренах України / О. П. Нелін // Підприємництво, господарство і право. — 2007. — № 10. — С. 52–55.
9. *Орбан-Лембрик Л.* Масова культура і моделі поведінки / Л. Орбан-Лембрик // Соціальна психологія. — 2005. — № 2. — С. 38–44.
10. *Усенко О. В.* Державно-правове регулювання відносин у сфері охорони культурної спадщини : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Олена Володимирівна Усенко ; [наук. кер. Р. А. Калюжний] ; Нац. акад. внутрішніх справ. — К., 2011. — 232 с.
11. *Худолей О. С.* Трансформація пам'яткоохоронної справи у процесі становлення незалежної України (90-ті рр. XX — початок XXI ст.) : дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Оксана Сергіївна Худолей ; Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля. — Луганськ, 2008. — 221 с.

Одержана 19.03.2014