

Джерела та література

1. Алешина И.В. Паблік рилейшнз для менеджерів и маркетерів. – М., 1997.
2. Засурский И.И. Реконструкция России. Масс – медиа и политика в 90–е годы. – М., 2001.
3. Костенко Н., Иванов В. Досвід контент – аналізу. Моделі та практики. – К., 2003.
4. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналів. – М., 1999.
5. Різун В.В. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності. Лекція перша. – К., 2000.
6. Різун В.В. Маси. Тексти лекцій. – К., 2003.
7. Современная журналистика. Под. ред. А.З. Москаленко. – К., 1999.
8. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. – М., 2000.
9. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград, 2000.

Жугай В.**ЗМІНИ У МЕДІА ПРОСТОРІ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ПОМАРАНЧЕВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ**

Забезпечення права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста. Події помаранчевої революції наочно показали здатність ЗМІ мобілізувати суспільство на опір сваволі та порушенню прав людини. Інформаційні програми „5 каналу” були одними з небагатьох на українському телебаченні, які правдиво висвітлювали події в країні. Унаслідок впливу цього та багатьох інших факторів, суспільство активно проявило свою незгоду з масовими порушеннями закону, що призвело до мирної зміни влади у країні.

„5 канал” і його працівники, таким чином, виконали досить своєрідну роль у становленні нової якості українського телебачення. Колектив каналу, проявивши громадянську мужність у формі голодування, став детонатором громадянської непокорі двох найпотужніших комерційних каналів „1+1”, „Інтер”, які також відмовилися виконувати ганебні функції маніпуляторів.

Процеси розвитку та змін у медіа просторі будь-якої країни є своєрідними індикаторами стану економіки, демократії та рівня розвитку держави. Подане нижче дослідження дуже стисло характеризує стан та метаморфози ЗМІ в Україні протягом періоду 2004–2006 років.

В Україні зареєстровано 20 235 друкованих видань. 1 200 телерадіокомпаній. 700 з них державні. За різними джерелами у сфері ЗМІ у нашій країні працюють 30 – 50 тис. журналістів [1].

Більшість ЗМІ в Україні є недержавними. У державній власності зокрема залишилися всеукраїнські видання „Голос України” (друкований орган Верховної Ради України) та „Урядовий кур'єр” (газета Кабінету Міністрів України). У кожному регіоні України є принаймні одна газета обласної виконавчої та законодавчої влади, 90% районних газет також залишаються у власності держави. Процес роздержавлення проходить досить повільно. Він ускладнений нестачею коштів у редакцій, почасти небажанням влади позбуватися засобів пропаганди і самореклами. Великою мірою роздержавлення ЗМІ (особливо районних) гальмують старші за віком журналісти, виховані радянською системою, які не вмюють заробляти гроші самостійно, в умовах ринку.

Серед найбільших за тиражем недержавних видань України газети „Факты”, „Київські відомості”, „Сільські вісті”, „Україна молода”, „Без цензури”, „Сегодня”, „2000”, „Вечерние вести”, „День”. Елітарним, малотиражним залишається часопис „Літературна Україна”. До якісних тижневиків належить „Дзеркало тижня”. Але газета, яка ще недавно вважалася чи не найоб'єктивнішою в Україні, останнім часом, неприховано демонструє помітний крен симпатій до БЮТ, що унеможливує неупереджене подання інформації. Потужними накладками розповсюджуються російські видання „Комсомольская правда в Украине”, „Труд”, „Известия”, „Совершенно секретно”. Причиною такого успіху є почасти зрусифікованість населення та звичка старшого покоління до часописів радянського покоління, а також маргінально спрямований розважальний контент цих видань. У постпомаранчевий період припинився вихід часопису „Президентський вісник”, який видавався на кошти платників податків. Якщо до листопада 2004 року опозиційними в Україні вважалися видання „Україна молода”, „Без цензури”, „Правда України” „5 канал”, ТРК „Ера”, то тепер до нових опозиційних ЗМІ належать нещодавно прокучмівські газети „Сегодня”, „2000”. Нинішню владу також гостро критикують часописи „Вечерние вести”, „Свобода” (які неприховано пропагують ідеї БЮТ), газета „Комуніст” (яку видає Компартія України). Більш помірковану позицію займає газета „Факты” (що входить до медіа холдингу Віктора Пінчука).

Серед електронних медіа опозиційними є телеканали: „КРТ”, „ТРК Україна”, „НТН”, які є власністю активістів і симпатиків „Партії Регіонів”.

Політолог Дмитро Видрін вважає, що в Україні кризь кожне видання або телеканал визирають „фінансові вуха тієї або іншої політичної сили”. „В Україні реалізувалася мрія Леніна про те, щоб уся преса стала партійною”, – каже політолог [2].

Натомість комітет „Рівність можливостей” стверджує, що в українських теленовинах майже не залишилося маніпулятивних технологій [3].

На нашу думку, певне маніпулювання свідомістю реципієнтів здійснює Савік Шустер у програмі „Свобода слова” на телеканалі ICTV. Певну упередженість він проявляє зокрема у запрошенні гостей на кшталт Володимира Жириновського та Костянтина Затуліна. Крім того він дозволяє під час програми названим особам висловлювати непарламентські вислови на адресу держави Україна. До речі, МЗС України оголосило вищеназваних осіб „Персонами нон грата”. Своєрідною п'ятою колоною в українському медіа просторі є

і програма російського громадянина Дмитра Киселева „Ітоги” на каналі ICTV.

На журнальному ринку України бурхливо розвиваються розважальні видання. Зокрема „Лиза”, „Отдохни”, „Натали”, „Cool” і т.п. Більшість з них російськомовні. На жаль, світові журнальні бренди в Україні також видаються російською мовою. Наприклад „National Geographic”. До загальнополітичних журналів належать „Кореспондент”, „Профіль”, „Експерт”, „Комментарии”. На жаль, більше не виходить „ПК” (проект покійних Олександра Кривенка та Зіновія Кулика). Досить слабким, порівняно з російським аналогом, є „Журналіст України” – видання спілки журналістів. Втратили популярність, тиражі або й зовсім припинили існування колись добре відомі журнали „Україна”, „Знання та праця”, „Всесвіт”, „Жовтень”, „Перець”. До елітарних видань, які читає вузьке коло симпатиків належать журнали „Сучасність”, „Критика”, „І”, „Телекритика”, „Медіакритика”, „Універсум”. Отже, журнальний ринок держави перебуває на стадії формування. На ньому відчутно бракує україномовних видань.

У постпомаранчевий період на медіаринку України відбулися певні економічні зміни.

Зокрема швейцарська компанія „Рінгер” зареєструвала в Україні дочірнє підприємство „Free Media Ukraine”. Найближчим часом названий інвестор видаватиме 16-полосну повноколірну газету тиражем 50 тис. екземплярів. Це буде щоденна розважальна газета для аудиторії віком 20 – 49 років. Крім газети компанія планує продукувати в Україні журнали, телепрограми, Інтернет-портали.

Про початок діяльності на медіаринку України фірми „Ньюз корпорейшенз” заявив її власник медіаманат Руперт Мердок після нещодавньої його зустрічі з Президентом України. Намір інвестувати кошти у сферу медіа також висловив Рональд Лаудер. Він має намір інвестувати у розвиток телеканалу „1+1” 15 – 20 млн. доларів.

Вже нині гравцями медіаполя в Україні є концерни „Бурда”, „Еді прес”, „Оркла медіа” підприємці Джед Санден, Джон Кіссел. Прикладами успішних інвестицій у пресу ЗМІ є журнал „Кореспондент”, газета „Високий замок”, радіостанція „Гала радіо”. Російський бізнесмен Борис Березовський відкрив в Україні газету „Коммерсант в Украине”. Одним з прикладів іноземного інвестування в Україну є вихід газети „15 минут”, яка 100 000 накладом розповсюджується в Україні. Вона почала виходити 15 липня 2006 року. Формат видання А–4, кольоровий друк, обсяг – 16 ст. Видання розповсюджується безкоштовно. Засновник газети – американський бізнесмен Джед Санден.

За рейтинговими дослідженнями до п’ятірки найпотужніших телеканалів України входять: „Інтер”, „1+1”, „Новий”, ICTV, СТБ. Після помаранчевої революції у державі відмінено ганебну практику використання „темників” (вказівок Адміністрації Президента щодо відбору сюжетів, висвітлення новин та коментарів до них). 26 березня 2006 року Депутатами Верховної Ради обрано колишніх відомих тележурналістів Андрія Шевченко (нині очолює Комітет ВР зі свободи слова), Ольгу Герасим’юк (фракція „Наша Україна”), Ганну Герман від Партії регіонів.

Орієнтованість пересічного українського глядача на розважальний контент телефіру засвідчує необхідність виховання вищого рівня потреб і запитів у народі. Вважаємо, що українські якісні видання корегуватимуть читацькі, глядацькі смаки і запити. Єдиним українським каналом, який в 2005 – 2006 роках орієнтувався на телевізійні інформаційно-аналітичні проекти світового рівня (як от BBC, CNN, Al Jazira) можна вважати „5 канал”.

Власне найрадикальніші концептуальні творчі та організаційні зміни протягом вказаного періоду відбулися саме на цьому каналі.

Колектив „П’ятого” вирішив створити перший в Україні інформаційний телевізійний канал. Такого типу телевізійного мовлення досі не функціонувало на теренах СНД, за винятком ретрансльованих, „CNN”, „Euronews”, „Al Jazira”, „BBC”.

„5 канал” запозичив окремі елементи структури „CNN”, „BBC”, польського „TVN 24”. Ефір вказаного каналу зовсім не містить художніх та анімаційних фільмів, розважальних та музичних програм. Натомість упродовж доби канал транслює 34 випуски новин. Це – найвищий показник серед усіх телеканалів України. Вперше серед телеканалів України на 5-му введено політекстове, паралельне до основного інформування глядача через біжучий рядок, діаграми тощо. Тобто одночасно зі сприйманням сюжету глядач має змогу читати інформації на біжучому рядку, дивитись результати опитувань через стовпчики діаграм та цифри, ознайомлюватися з курсами валют, прогнозом погоди тощо.

„5 канал” – явище особливе в українському просторі. Насамперед він відіграв вирішальну роль у твердому і послідовному відстоюванні свободи слова. Саме цей канал, а також телевізійний та радіоканал „Ера” категорично відкинули будь-які спроби диктату з боку тогочасного політичного режиму. Паралельно з помаранчевою революцією відбулася демонстрація солідарності і незалежності кращих українських журналістів. Сьогодні навіть важко сказати, що у той час було на першому плані. Скоріш усього був тісний взаємозв’язок між тим, що відбувалося на Майдані, і тим, як діяли тоді свідомі журналісти.

На нашу думку, саме „5 канал” досить стрімко наближається до якісної журналістики. Насамперед увагою до найживотрепетніших питань життя, вагомої інформації. На цьому каналі знаходили оперативне відображення найважливіші події, порушувалися наживо гострі проблеми. Причому, підтримуючи прогресивні тенденції у тогочасному політичному житті, керівництво і журналісти каналу проявляли максимум уваги усім без винятку політичним гравцям. Канал запрошував політиків різних орієнтацій і надавав їм слово. Без будь-яких купюр у прямому ефірі могли говорити не тільки лідери „Нашої України” чи соціалістичної партії, але й соціалдемократів об’єднаних, комуністів, регіоналів і прогресивних соціалістів. Це і є той політичний плюралізм, який має бути органічно притаманний якісній пресі.

Як свідчать заяви працівників каналу, редакція орієнтується на поглиблення аналітико-публіцистичних, створення документальних проектів. Саме на цьому каналі з’явилися перші журналістські

розслідування.

Важливою новацією „5 каналу” є інтерактивність. Телеглядачі мають змогу не тільки взяти участь у не репрезентативних опитуваннях на каналі, а й зателефонувати безпосередньо у студію і звернутись із запитанням до гостей. „5 канал” лідирує і за кількістю запрошених на ефір політиків, посадовців, експертів. У період з 1 травня по 26 липня 2005 року гостями названого каналу були 158 осіб. Зазвичай, у будні дні на канал запрошують чотирьох гостей. Добір і виступи експертів відбуваються за принципом подання різнополюсних оцінок тій чи іншій події, надання ревнох прав політичним опонентам у висловленні особистої позиції чи точки зору інституції, яку вони представляють.

У 2005 році ОБСЄ нагородила „5 канал” премією у сфері журналістики та демократії за чесне подання новин в умовах цензури та тиску на журналістів під час минулорічних виборів Президента України.

Формування якісного телебачення в Україні тісно пов'язане із створенням суспільного телебачення. Суспільне телебачення могло б стати і стане, як ми переконані, якісним телебаченням. Тому що суспільному телебаченню мають бути властиві такі ознаки якісних медіа, як незалежність позиції, недопустимість урядового тиску, неупередженість і точність у подачі інформації із гармонійним поєднанням інформаційних і аналітичних жанрів, почуття соціальної, громадянської, політичної відповідальності, дотримання етичних норм, відсутність крикливої сенсаційності і надміру реклами тощо.

Про суспільне (громадське) телебачення і радіомовлення дискусії в Україні ведуться ще з 90-х років минулого століття. Ще у 1997 році Верховна Рада України приймає Закон України „Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України”. Зовсім недавно, у жовтні 2005 року на засіданні Верховної Ради був внесений новий проект Закону України „Про суспільне телебачення”.

Для популяризації держави Україна та її демократичних здобутків дедалі важливішою стає супутникове мовлення на інші країни. Позитивну роль у цьому напрямку відіграло зокрема українське телемовлення за кордон з конкурсу „Свробачення”.

Основним мовником у радіоефірі України є Національна радіокомпанія України. Три програми Українського радіо та Всесвітня служба радіомовлення України подають щодоби 94,5 годин мовлення. Ефір першої загальнонаціональної програми державної радіостанції України складають новини, аналітичні, публіцистичні, дитячі та музичні передачі, ряд програм виробництва ТРК „Радіо Ера”. У програмному наповненні 1-ї загальнонаціональної програми домінують інформаційно-публіцистичні, громадсько-політичні, художні та освітні передачі розраховані на широке коло слухачів – людей різного віку, інтересів, освіти. Важливе значення в Україні відіграє радіоканал „Культура” як можливий прототип Громадського Радіо.

В Україні динамічно розвиваються комерційні радіостанції, які мовлять у ФМ-діапазоні (ультракороткохвильовому). Зареєстровано 57 ФМ-радіостанцій. Особливістю ефіру цих станцій є їх підкреслено розважальне спрямування. У структурі програми середньостатистичної української ФМ-радіостанції 5 % інформаційних блоків, 20% реклами, 45% музики та 30% вікторин, жартів, коментарів до музичних номерів, вітань тощо. У ефірі ФМ-радіостанцій відчутно бракує серйозних, збалансованих інформаційно-аналітичних програм. Значущою проблемою ФМ-радіостанцій є використання ненормативної лексики ведучими, масові прояви ігнорування державної мови.

Протилежністю програмним концепціям більшості вітчизняних ФМ-радіостанцій є структура ефіру закордонних радіостанцій, які працюють в радіоефірі України: Українських служб „Бі-Бі-Сі”, „Голосу Америки”, „Німецької хвилі”, „Радіо „Свобода”. Хоча у 2004 році радіо „Свобода” в Україні зазнало певних драстичних змін у зв'язку з неоднозначною діяльністю екс-керівника вказаного радіо Ганни Герман (Стеців). Вказані радіостанції є вдалими прикладами успішного функціонування розмовного радіо (talk radio), яке виконує просвітницьку, опінієтворчу місію, а не тільки розважає.

Пропорційно до рівня розвитку високих технологій, у інформаційному полі держави дедалі вагомніше місце посідають Інтернет-медіа: інформаційні веб-сайти, веб-логи (приватні сайти журналістів), інформаційні портали. Мережею Інтернет в Україні активно користується 3,1 млн. осіб або 6,4 % населення, зареєстровано 32 122 сайти [4]. У сфері висвітлення загальнополітичних новин лідирують вебсайти Українська правда, Кореспондент, From UA, Fogum, Обозреватель, Подробности. Уа. Дедалі динамічніше, у формі так званих „Живих журналів”, в Україні розвиваються Веб-логи. Найбільше користувачів Інтернету – 5 5,03 % зафіксовано у Києві. Користувачі Дніпропетровська, Донецька, Запоріжжя, Львова, Одеси, Харкова складають 30,2 % аудиторії. Для порівняння, у період з 2001–2003 років (за результатами опитування Київського інституту соціології) в Україні нараховувалося близько 900 тисяч активних користувачів. Користування технічними можливостями всесвітньої комп'ютерної мережі дає змогу швидкого доступу до необхідних інформаційних ресурсів, інтерактивного обміну інформацією з редакціями електронних та друкованих ЗМІ, найоперативнішого інформування про події, постійного оновлення інформаційних повідомлень, надання відомостей про події у реальному часі тощо.

Власні Інтернет-сайти мають усі найбільші телеканали, радіостанції, друковані видання України. Спільними для усіх сайтів є акцентування уваги на інформації про події всередині України, доступ до архіву Інтернет-видань, використання Інтернет-опитувань, ілюстрування матеріалів інфографічними графіками, діаграмами тощо. Інтернет-видання функціонують без обов'язкової державної реєстрації. Це – один з факторів, який сприяє вільнішому, ніж у інших ЗМІ, висловленню критичних думок. „Українська правда” (у липні 2005 року), наприклад, присвятила серію матеріалів критиці поведінки сина Президента України Віктора Ющенка. У часі помаранчевої революції, за відчутного вакууму правдивої інформації про події, Інтернет-видання відіграли відчутну роль для формування поглядів громадськості, яка брала активну

участь у реформуванні держави. Проте більша, ніж у інших ЗМІ, свобода слова має і зворотній ефект. Інтернет-ЗМІ часто використовуються як інструменти у політичній боротьбі для оприлюднення інформації наклепницького характеру. Проблемою електронних ЗМІ є також не редаговані матеріали на форумах навіть найрейтинговіших видань. Ненормативна лексика, відверті образи на адресу ідейних та політичних опонентів, вульгарні вислови тощо – це далеко не повний перелік вад текстів на форумах. Перевагами Інтернет-ЗМІ є найвища оперативність подання новин. Підготовка сюжету на радіо, телебаченні, навіть у прямому ефірі потребує тривалішої попередньої підготовки і матеріальних затрат. Інтернет-новини потрапляють на веб-сторінки майже у реальному часі. Електронні сторінки інформаційних видань є найбільш інтерактивним. Інтернет-видання більше і оперативніше, ніж інші видання, спілкуються зі своїми читачами, користувачами через форуми, чати тощо. Для формування потужного громадянського суспільства в Україні є дуже позитивним досвід проведення на веб-сайтах чатів з відомими політиками, керівниками держави. Так редакція „Української правди” упродовж травня – серпня 2005 року провела чати з міністром внутрішніх справ України Юрієм Луценком, міністром транспорту і зв'язку Євгеном Червоненком, керівником державного управління справами Ігорем Тарасюком, держсекретарем Петром Порошенком, бізнесменом Костянтином Григоришиним. Інтернет-видання України можуть стати вагомою складовою якісного сегменту медіа-простору держави, за умови дотримання норм журналістської етики їх продуцентами навіть при збереженні нерегульованого законодавством, як і нині, статусу Інтернет-видань. Відсутність правового регулювання українського Інтернету є водночас запорукою свободи слова в електронній мережі і сприятливим середовищем для розвитку інформаційних диверсій, низькопробних розваг тощо. Вдосконалення Інтернету можливе при дотриманні його творцями етичних норм та загального законодавства про нерозповсюдження порнографії, расової дискримінації, пропаганди насильства тощо.

Проблеми сучасної української журналістики багатогранно відображаються у дискусіях журналістів-практиків та теоретиків галузі. Розвиток преси залежить від рівня демократичності і заможності держави. У свою чергу, процвітаючу державу творить високосвідоме суспільство, яке не може існувати без якісних ЗМІ. Непрофесіоналізм, помножений на непомірні амбіції, неадекватну самооцінку є небезпечним скрізь, але втричі небезпечний у журналістиці. Адже мас-медіа мають справу з конкретними людськими долями та громадською думкою, на якій і за допомогою якої владні інституції будують свої реальні досягнення, що впливають на життя цілих поколінь.

Нові якісні медіа потребують багатомільйонних інвестицій, кореспондентських пунктів у головних містах світу, доступу до інформаційних мереж провідних агенцій, найкращого технічного забезпечення і матеріального заохочення для журналістів. Непересічною складовою, від якої залежатиме успішність та якісність преси, є фундаментальне опанування журналістами методами збору і осмислення інформації, включно й соціологічними. Журналісти повинні володіти системним, соціологічним мисленням, знати способи одержання надійної і достовірної інформації про суспільні процеси та їх об'єктивний аналіз через можливості практичного застосування соціології.

Журналістська освіта в Україні перебуває на стадії модернізації. Нині в нашій державі проліцензовано 30 вищих навчальних закладів, які мають право готувати журналістів. У часи СРСР їх було лише 2. Позитивним моментом таких змін є те, що студенти-регіонали по закінченню навчання залишаються працювати там, де й навчалися. А недолік полягає в тому, що в регіональних вузах дуже часто викладають люди, які не мають ані найменшої кваліфікації для цього. В результаті: на роботу у ЗМІ приходять люди з вулиці. Тому тренінгів та інших форм перекваліфікації журналістів потрібно проводити якомога більше. Адже в регіонах не знають новітніх методів роботи журналіста, не усвідомлюють процесів, що відбуваються.

В Україні зареєстровано стільки газет і журналів, скільки реально виходить у США та Китаї разом узятих. 80 % нині зайнятих в медіа журналістів не мають фахової освіти, зате 80 % випускників журналістських закладів працюють не в журналістиці [5]. Ситуація потребує достатньої кількості навчальних закладів належного рівня для здобуття журналістської освіти. Перекваліфікація через короткотермінові журналістські курси лише створює у людини ілюзію професійності. В умовах глобалізованого світу, нових викликів епохи, важливим напрямком саморегуляції журналістської роботи є дотримання загальнолюдських етичних норм. У журналістикознавстві зростає роль медіаетики як навчального курсу. Адже запити в українських журналістів до себе, та в українського суспільства до них, на жаль, ще не надто високі.

Враховуючи потребу у використанні сучасних світових методів навчання та підвищення кваліфікації журналістів, нині важливу роль в Україні відіграють міжнародні проекти „АЙРЕКС Ю-медіа”, „Академія Української преси”, „Топ медіа”, „ІМІ”, „Жорна”, „Фонд сприяння ЗМІ посольства США в Україні”.

Проблеми української якісної преси є наслідком загальних проблем нашого суспільства, котрі постають на нинішньому етапі державотворення. Водночас ЗМІ є могутнім засобом висвітлення частково розв'язання цих загальносуспільних проблем.

Економічний, політичний, духовний рівні життя держави в процесі поступу вимагають інформаційного забезпечення консолідації суспільства. Система ЗМІ, перебуваючи на різних платформах політичного спрямування, ідейно-понятійного, морального орієнтування, покликана реалізовувати національні та загальнолюдські цінності, політичний плюралізм, формувати настрої творення розвинутої держави під гаслами національної ідеї та вселенського гуманізму.

Система журналістської освіти має значний потенціал впливу на рівень засобів масової інформації. Удосконалення підготовки фахівців у сфері ЗМІ сприятиме творенню в Україні сучасних, відповідних світовим стандартам друкованих та електронних медіа.

Якісна преса в Україні має помітну перспективу з огляду на високий інтелектуальний рівень пересічного читача, значну зацікавленість у її розвитку з боку усього суспільства в цілому.

Розвиток якісних медіа в Україні, як і в усьому посткомуністичному світі, відбувається на тлі руйнівних наслідків деформації свідомості громадян колишньої імперії, яка упродовж сімдесяти років проводила комуністичний експеримент. Крім того, як у жодній іншій посткомуністичній країні, окрім Білорусії, в Україні склалася аномальна ситуація щодо маргінального становища української культури і насамперед мови. Ні українська преса, ні тим паче українське телебачення не стали українськими.

Характерна особливість української преси полягає в тому, що в ній відчувається досить активна тенденція до утвердження якісних видань у регіонах.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що після помаранчевою революції преса в Україні стала вільнішою та об'єктивнішою, покращилися умови для розвитку медіа бізнесу. Досить успішно проходить залучення інвестицій у медіа. Покращено поліграфічний рівень друкованих видань У багатьох ЗМІ підписано редакційні угоди між власниками та редакційними колективами, що має забезпечити вищий рівень незалежності журналістів та видань. Разом з тим залишаються невирішеними проблеми створення громадського ТБ і радіо; роздержавлення преси; подолання русифікації і нинішньої російської інформаційної інвазії; реформування системи журналістської освіти, її матеріальне забезпечення; забезпечення реального захисту прав журналістів.

У постпомаранчевий період відбулися значні метаморфози у медіа-просторі України. Зокрема: ліквідовано ганебну практику використання „темників”; реорганізовано службу інформації на телеканалах „1+1” та „Інтер”. Рівень висвітлення у ЗМІ парламентських виборів 2006 року значно покращився порівняно з практикою маніпулювання інформацією на попередніх виборах. Покращилися правові умови функціонування преси в Україні. Триває суд над виконавцями убивства Георгія Гонгадзе, затримані убивці Ігоря Александрова. Нового імпульсу надано рівню підготовки журналістів в Україні, завдяки міжнародним організаціям. Так, громадська організація „Медіаперспективи” при відділенні журналістики УжНУ успішно реалізовує проект створення студентської навчальної телестудії, завдяки фінансовій підтримці посольства США в Україні. Назване відділення разом з Київським і Таврійським університетами бере участь у проекті підтримуваному ЄС з впровадження Булонської системи навчання.

Одними з найважливіших напрямків подальшого розвитку мас-медіа в Україні залишаються удосконалення журналістської освіти, створення системи підвищення кваліфікації діючих журналістів, реформування низової ланки медіа в Україні: регіональних та районних газет; створення громадського телебачення; покращення економічних передумов для успішного функціонування ЗМІ.

Джерела та література

1. <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/280.htm>
2. <http://www.telekritika.kiev.ua/news/146/0/17879/>
3. http://bezcenzury.com.ua/ua/archiv/5995/pro_n_contra/6019.html
4. <http://www.analitik.org.ua/publications/3f65de934c3db/3f65e07165e40/>
5. <http://old.telekritika.kiev.ua/arch/index.html?date=2003-03-13>.

Ибрагимова В.Ф.

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МОДЕЛИ УКРАИНСКИХ ФАМИЛИЙ ТЮРКСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

В ономастике как в зеркале отражаются история народа, взаимосвязь с другими этносами, которые живут по соседству испокон веков. Любая ономика система включает в себя имена, отражающие определенный период исторического развития общества. Проблемой данного исследования являются конкретные украинские фамилии тюркского происхождения, на примере которых показаны словообразовательные модели.

Цель данной статьи – анализ структурно-словообразовательных особенностей украинских фамилий тюркского происхождения. Невозможно представить лексику какого-либо языка без имен собственных; изучение истории языка должно включать и изучение их истории.

Исследование истории тюркских слов в славянских языках наталкивается на ряд трудностей. Во-первых, письменные памятники дошли до нас от сравнительно позднего времени, и поэтому первая фиксация слова в памятниках письменности часто отделена от времени его заимствования большим промежутком времени. Во-вторых, языки, из которых заимствовались слова, обычно не имеют письменных памятников или имеют памятники, относящиеся к более позднему времени. Для определения времени заимствования приходится прибегать к реконструкции истории слова, как на славянской, так и на тюркской почве параллельно.

Совпадение славянской и тюркской реконструированных форм приблизительно указывает на время перехода слова в славянские языки. Для более точной датировки заимствования особое значение получает привлечение фактов исторической этнографии народов Восточной Европы. Эти данные важны для истории языка, ибо слова с точно определенным временем заимствования помогают точнее установить время действия отдельных фонетических процессов, словообразовательных, как в древнерусском и других славянских языках, а также фонетических процессов в языках-источниках. В данном случае тюркские заимствования в славянских языках (вместе с собственными именами в греческих, латинских, арабо-персидских и др. источниках), могут служить единственным источником для общей лингвистической характеристики тюркских