ФАХОВІ УКРАЇНСЬКІ ВИДАННЯ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТІВ: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМАТИКА

М. Григоренко
Національний авіаційний університет. Київ
Науковий керівник доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськіс ФМВ, PhD: М. Маєвська

У широкому спектрі потреб, які необхідні для якісної роботи працівників ЗМІ, дуже важливе місце займає потреба в інформації. Це обмовлено тим, що різносторонньо обізнаним особистостям, якими мають бути журналісти, потрібен постійний професійний розвиток. Книги можуть дати фундаментальні знання, але не здатні оперативно відобразити зміни, що відбуваються в професійній сфері. Саме для цього було створено періодичні фахові журнали - необхідні для орієнтації в професійній діяльності, вирішення проблемних ситуацій та формування нового знання в обраній галузі.

Варто зазначити, що важливим етапом становлення журналістики в Україні, як соціального явища та професії, стала поява перших періодичних видань для журналістів. На сьогоднішній день професійна преса користується наростаючою популярністю серед фахівців різних галузей ЗМІ. Це пояснюється бажанням робітників підвищити кваліфікацію та самоосвіту, ознайомитися з останніми тенденціями в журналістській сфері, знайти простір для якісної публічної

комунікації з колегами. Вивчення професійних видань дозволяє наглядно відстежити зародження нових напрямків в журналістиці, глибше пізнати особливості розвитку професії.

Формування професійних часописів простежується починаючи з XX століття. Для того, щоб зрозуміти, як відбувався розвиток фахової преси в Україні, необхідно розглянути соціально - історичні причини появи друкованих видань в цілому.

Особливості розвитку ЗМІ XVIII — початку XX ст. обумовлені, насамперед, входженням українських земель до складу різних держав (Росії, Австро-Угорщини, Польщі та Румунії). Роком зародження української преси прийнято вважати 1776, коли у Львові вийшло друком перше французькомовне періодичне видання – «Gazette de Leopol».

На перших етапах розвитку української друкованої журналістики темпи появи нових видань були невеликі, це обумовлено недостатньо добре розвиненими технологіями. Але незабаром відбувся помітний прогрес: українська преса буквально за два десятки років пройшла шлях від передруку новин з європейських газет до серйозної публіцистики в роки боротьби за незалежність [1, с. 80].

У XIX ст. сформувалося гумористичне й сатиричне спрямування преси. Відбулося кількісне зростання української періодики. Цей період характеризується появою такого явища як «товсті журнали» — щомісячні видання із загальнолітературним змістом.

У XX ст. виникла численна партійна преса, журнали «Праця», «Боротьба», «Вільна Україна». Відбулися кардинальні історичні події, які значно вплинули на розвиток української преси, стали передумовами появи фахових і наукових видань, головним призначенням яких було покращення професійних навичок журналістів.

В українському журналістикознавстві фахової періодики для працівників ЗМІ зовсім небагато. Це пов’язано з економічною кризою, зниженням доходів населення, зростанням тарифів на підписку та цін на папір через безконтрольну діяльність перекупників і оптовиків, змінами у законодавстві щодо галузі засобів масової інформації. Насамперед фахові видання закриваються з економічних причин та через байдуже ставлення державних органів усіх рівнів до ринку преси. Та все ж таки, необхідність такої преси є беззаперечною, бо вона допомагає зрозуміти, що таке журналістика, з якими труднощами можна зіткнутися, як орієнтувати в потоці інформації та навчитися її використовувати у своїх матеріалах [2, с.28-29].

До популярних та авторитетних фахових видань України, які найбільше вплинули на розвиток журналістської професії, належать «Журналіст України» та «Телерадіокур’єр». Пропоную розглянути їх

детальніше.

«Журналіст України» — щомісячне видання, яке вийшло у друк в 1975 р. за ініціативи Національної спілки журналістів України та Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. Шеф – редактор журналу - голова НСЖУ Ігор Лубченко. Також над створенням матеріалів працюють багато відомих та досвідчених журналістів: Лариса Івшина, Віктор Шлінчак, Юлія Мостова та інші. Посада головного редактора належить Вірі Черемних.

Обсяг видання — 45 сторінок, там розповідається про події в галузі журналістики, які відбулися протягом місяця, ключові проблеми ЗМІ, та проводиться аналіз провідних медіа. Редакція «Журналіст України» так визначає місію своєї діяльності: висвітлення економічного становища журналістів сьогодення, тим самим сприяння зміцненню у них почуття самосвідомості і згуртуванню в міцну професійну організацію [3, с. 35].

«Телерадіокур'єр» - повнокольоровий фаховий часопис для працівників радіо й телебачення. Видавався з 1996 по 2012 рр. п'ять разів на рік. Гасло журналу: «ЗМІ для ЗМІ. Професіоналам є про що поговорити». Шеф-редактор — Василь Яцура.

Журнал знайомив читачів із відомими працівниками телерадіоіндустрії, порушував важливі проблеми тогочасних ЗМІ, пов'язані із роздержавленням, переходом на цифровий формат мовлення та мовлення в мережі Інтернет, а також процесами холдингізації засобів масової інформації.

Окрім того, значну увагу приділяв проблемі мовної безграмотності українського телерадіоефіру, його зросійщення; порушенням журналістами професійних етичних норм; заангажованості мас-медіа. У 2012 році, у зв'язку з тогочасною складною кадровою ситуацією та через нестачу необхідних для друку коштів, видання припинило своє існування [4, с. 338].

В Україні дуже мало фахових журналів для працівників ЗМІ, їхня кількість постійно скорочується, колись популярні видання закриваються. Але на рівень попиту на професійну пресу це не впливає - вона й досі є необхідною для підвищення професійних навичок та знань. Особливо гостра потреба фахової періодики у молодих спеціалістів: студентів, які ще вчаться або випускників. Журнали, що тематично орієнтовані на таку аудиторію, повинні містити поради та алгоритми дій щодо працевлаштування; пошуку місць стажування; особливості та правила комунікації стажера в редакції, його професійні обов'язки та функції.

Висновок: регулярне ознайомлення працівників ЗМІ зі

спеціалізованими виданнями з журналістики є важливою складовою розвитку їхніх професійних навичок. Подібні видання необхідні не лише для підвищення кваліфікації, а й для того, щоб бути в курсі всіх змін і нововведень у сфері ЗМІ, аналізувати роботу колег, помічати для себе важливі деталі, бути в курсі того, що відбувається у сфері.

Українські фахові видання для журналістів головними призначеннями своєї діяльності визначають змогу читачів знаходити нові теми для своїх матеріалів, вивчати нові форми їхньої подачі, досліджувати та пробувати цікаві, складніші жанри.

Авторитетні журналістські часописи сприяли удосконаленню редакторських навичок підготовки різних видів журналістських матеріалів, розвитку і збагаченню мови, зменшенню стилістичні помилок у друкованих текстах. Однак стрімка світова модернізація, що зачіпає абсолютно всі галузі, обумовлює необхідність створення та розповсюдження нових форм професійної періодики: друкованих щомісячних журнали з актуальною інформацією щодо подій у медіа-індустрії, онлайн версії вже існуючих видань, платформи з інформацією про ресурси для пошуку експертів, героїв, тем для телевізійних сюжетів та журнальних або газетних статтей.

Список використаних джерел:

1. Різун В. Основи журналістики у відповідях та зауваг / В. Різун / Київ. нац. університет ім. Т. Шевченка. - К. : [б. в.], 2004. - 80 с

2. Лизанчук В. ЗМІ у контексті формування історичної пам'яті / В. Лизанчук // Журналіст України. - 2008. - № 8. - С. 28-29.

3. Макарський О. Джордж Оруел - про силу і якість слова в журналістиці / О. Макарський // Журналіст України. - 2008. - № 5. - С. 35

4. Все про журнали / Дженні Маккей; наук. ред. пер. М.С. Кострюкова, Д.П. Абрикосов; [пер. з англ. О.С. Щегольова]. - М.: Видавничий дім «Університетська книга», 2008. - 338 с.