

Присутність українських журналістів у світових столицях – необхідна складова формування українського ринку

Глобалізація комунікаційних процесів визначає нові можливості функціонування ЗМІ, збільшує інтерес національних мас-медіа до міжнародних процесів. Внутрішньосуспільна проблематика країни тісно пов'язується із зовнішньополітичними чинниками. Низка держав уже нині володіє системами збирання, опрацю-

Проте 95% інформації з-за кордону український споживач отримує через ЗМІ провідних світових інформаційних агентств. І тільки невелика кількість такої потрапляє до споживача від власних чи спеціальних кореспондентів українських ЗМІ.

Як правило, редакції мають можливість надсилати спеціальних кореспондентів для висвітлення візитів за кордон посадових осіб чи відомчих делегацій на запрошення іноземних представництв або міжнародних організацій тощо.

Україна, декларуючи курс на європейську та євроатлантичну інтеграцію, поки що дуже повільно інтегрується у світові комунікаційні площини і не дуже поспішає розвивати власну інформаційну інфраструктуру. Зокрема, далеко не кожен (або й жоден) ЗМІ України нині не може свідчити про заснування кореспондентських пунктів хоча б за найпростішою схемою: у Ва-

шингтоні (Нью-Йорку), Брюсселі та у столицях країн-сусідів – Москві, Варшаві, Мінську, Будапешті, Братиславі, Бухаресті, Анкарі. Тому події, пов'язані з

терористичними акціями в США, висвітлювати не з подачі вітчизняних журналістів, а за інформацією зарубіжних кореспондентів, дипломатів, пересічних громадян, які мешкають у Нью-Йорку чи Вашингтоні.

Кілька спроб організувати кореспондентську мережу за кордоном здійснили телевізійні канали "1+1" та "СТБ", проте вони не досягли належного рівня. Серед газетярів першою за цю справу взялася редакція газети "Голос України" (в 1991 р.). За два роки колективу міжнародного відділу (під керівництвом нинішнього начальника прес-центру МЗС Ігоря Грушка)

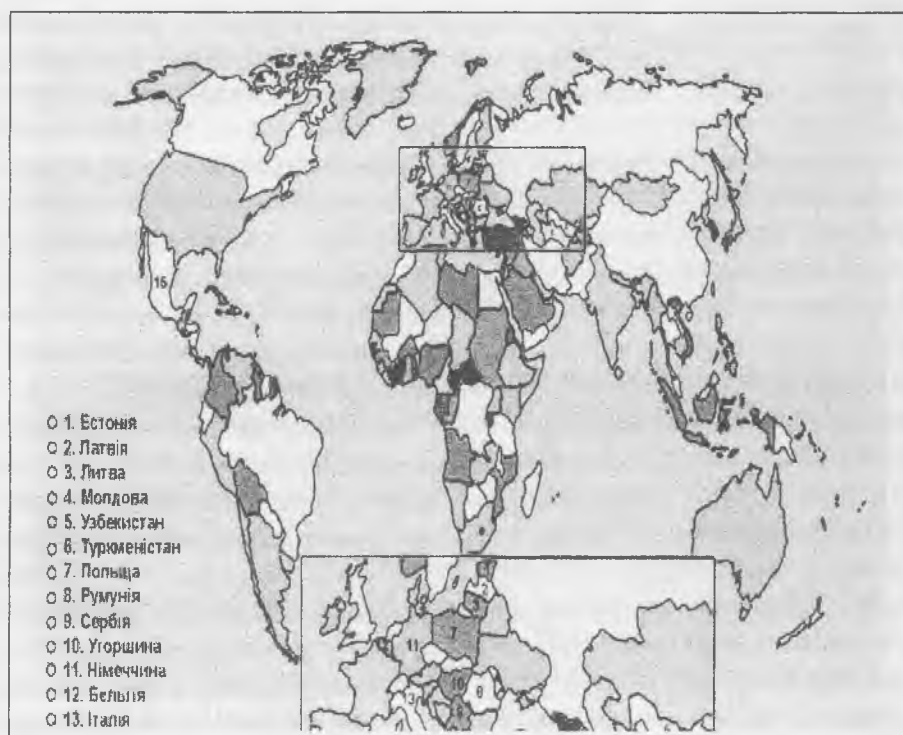


Рис. 1.

Зарубіжна кореспондентська мережа агентства УКРІНФОРМ

вання та розповсюдження інформації, що робить їх лідерами нової високотехнологічної ери. Передбачається, що коли за 4 роки доступ до комп'ютерних мереж матимуть понад мільярд людей, то через 10 років у режимі on line працюватиме половина населення Землі.

Ще донедавна було майже неможливо уявити собі, що хтось в Україні потребуватиме ранкових відомостей з Волл-стріту, а нині тисячі фахівців не лише щодня працюють з економічною інформацією з-за кордону, а й аналізують та опрацьовують великі пласти дотичної суспільної інформації.

вдалося сформувати кореспондентську мережу в 32 країнах світу. Тим самим шляхом намагалися піти редакційні колективи газет “Киевские ведомости” та “День”. Серед інформаційних агентств попереду Укрінформ, який нині має мережу зарубіжних кореспондентів у 15 країнах.

Найвідомішими журналістами, які працюють за кордоном для українського інформаційного ринку, залишаються Ганна Остапчук та Віталій Портников (Москва), Ростислав Демчук (Брюссель), Ростислав Хотин (Лондон) та інші.

Проте доводиться констатувати незацікавленість (а не тільки фінансову неспроможність) мас-медіа формувати кореспондентські мережі. Передовсім таке становище зумовлене унікальною ситуацією в Україні, коли більшість ЗМІ й надалі залишаються зняряддям задоволення політичних інтересів своїх господарів, а не

об'єктами медіа-бізнесу. А тому немає справжньої “комунікації новин” і потреби розширення діяльності власних кореспондентів. Адже набагато простіше одержувати зарубіжну інформацію з агенційних стрічок, а при нагальній потребі надсилати спеціального кореспондента на місце події. Але присутність українських журналістів у світових столицях – це необхідна складова формування українського інформаційного ринку.

До того ж, бажаючи увійти до Євroatлантичного союзу, Україна мусить сформувати власну інформаційну інфраструктуру, яка не тільки взаємодіятиме з іншими суспільними площинами, а передовсім швидше, повніше, якісніше надаватиме українським громадянам інформаційний продукт.