

Міністерство освіти і науки України  
Львівський національний університет імені Івана Франка

На правах рукопису

**Дворянин Парасковія Ярославівна**

УДК 007: 304: 659.3

**Новини на регіональному телебаченні:  
українськоцентрична парадигма**

Спеціальність 27.00.04 – теорія та історія журналістики

Дисертація  
на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Науковий керівник:  
**Лизанчук Василь Васильович,**  
доктор філологічних наук, професор

Львів – 2016

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ДЖЕРЕЛОЗНАВЧІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН.....	14
1.1. Новини регіонального телебачення як наукова проблема .....	15
1.2. Комунікативні методи дослідження новин .....	28
Висновки до розділу 1.....	53
РОЗДІЛ 2. НОВИНИ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЦЕНТРИЧНОЇ ПАРАДИГМИ.....	56
2.1. Регіональне телебачення в інформаційному просторі України.....	57
2.2. Тематично-змістове наповнення новин регіональних телеканалів.....	84
Висновки до розділу 2 .....	107
РОЗДІЛ 3. ЧИННИКИ КОМУНІКАТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ НОВИН РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ УКРАЇНИ .....	110
3.1. Складники соціокультурного змісту новин .....	112
3.2. Моделі творення та верстки телевізійних новин.....	126
Висновки до розділу 3.....	182
ВИСНОВКИ.....	185
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	192

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Зростання ролі інформаційних та інтелектуальних ресурсів зумовлене переходом від індустріального суспільства до суспільства інформаційного, яке ще називають постіндустріальним. Знання та інформація нині є стратегічною основою всебічного розвитку кожної національної спільноти. Водночас через інформаційно-технологічний пресинг відбувається «масштабний наступ на національні цінності народів і держав, сфери їх національних інтересів» [221, с. 3].

Громадяни України зазнають подвійного інформаційно-психологічного тиску: від процесів глобалізації світу та багатовікової російської антиукраїнської політики. Адже вся історія творення Російської держави – це водночас історія переплавлення різних ідентичностей [насамперед української. – П. Д.] в одну – російсько-православну, російсько-імперську, російсько-азійську [147].

Отже, у стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного потрібно ставитись як до феномену і вічного джерела ідентичності, утвердження якої є найвищою за умов адекватності (природної комфортності) інформаційного середовища – мови, культури, моралі, духовності, позитивних звичаїв, які творять життєдайну соціокультурну історично зумовлену людську спільноту, яка «об'єднана спільними ідеями, діями, традиціями, культурою і оформлена у своєму розвитку різними соціальними системами. Журналістика – одна з таких систем, що має свої традиції і новації, яка відображає і творить дійсність» [69, с. 19].

У ХХІ столітті бінарна функція засобів масової комунікації набула нового змістового наповнення з огляду на техніко-технологічні удосконалення передачі соціальної інформації, які внесли свої зміни у репродукування (відображення дійсності) і продукування (творення дійсності). Електронні ЗМК своєрідно впливають на процес формування ціннісних орієнтацій в інформаційному просторі України. Адже значно побільшало комунікаційних

майданчиків. Нині особа, яка потребує інформації, має широкий спектр для пошуку новин. Інтернет-агенції, соціальні мережі, блоги тощо дають змогу користувачеві ставати частиною соціуму та впливати на контент. Тут є беззаперечна можливість бути творцем найрізноманітніших новин.

Однак зростання інтернет-ресурсів не відсунуло на задній план телебачення. За даними А. Кавалерова, 82% респондентів зазначає, що найбільший вплив на їхні цінності має не навчальний процес, а телебачення [82, с. 73]. Зі звіту Нью-Йоркського банку дізнаємося, що людина в середньому щодоби витрачає 9,5 годин на засоби масової комунікації. Кожен житель Фінляндії щодоби в середньому витрачає 33 хвилини на читання журналів, 49 хвилин – на газети, 167 хвилин – на телебачення, 33 хвилини – на інтернет. Аналогічна тенденція простежується серед норвежців і датчан: читання журналів – 16 та 14 хвилин відповідно, читання газет – 48 та 24 хвилини, перегляд телепередач – 166 та 162 хвилини, інтернет – 25 та 18 хвилин [254, с. 9]. Результати експериментальних досліджень засвідчують, що перегляд телепередач як основне дозвільне уподобання визнали 80% опитаних респондентів, читання преси – 45% [6].

Переважання в телеефері України, важливим сегментом якого є регіональні телеканали, розважальних, часто-густо низькопробних, російськомовних передач вихолощує у глядачів мотивацію інтелектуального, естетичного, морально-духовного збагачення. А до найважливіших функцій телебачення належить просвітницька, виховна, інтегруюча. Ще на початку 60-х років минулого століття В. Саппак у книзі «Телевидение и мы» зазначав, що телебачення – це не лише засіб організації відпочинку аудиторії, а насамперед «вікно у великий світ», бо за допомогою телебачення дізнаємося стільки нового, що будь-який інший засіб інформації важко порівняти з ним. За його допомогою глядач стає свідком події в момент, коли вона відбувається. Телебачення достовірне, оскільки людина бачить на екрані подію, тому може самостійно міркувати про неї і дійти певних висновків. Телебачення інтимне, адже, сідаючи

перед телевизором, будь-кому здається, що саме до нього звертаються з екрана, отже, воно – рентген особистості, рентген характеру людини [178, с. 6–7].

Професор Т. В. Кузнєцова назвала телебачення «особливим аксіологічно-інформаційним механізмом» [97, с. 39], який володіє потужними виражальними засобами, транслює широкий спектр як позитивної, так і негативної інформації та за певних умов може активно впливати на зміну соціокультурних цінностей у суспільстві.

Важливі аспекти функціонування телебачення в Україні досліджували М. Ю. Андрющенко [2], М. П. Бабак [4], В. В. Бабенко [5], С. М. Біланчук [10], О. М. Білоус [11;12], Н. А. Виговська [25], О. В. Головчук [36], В. В. Гоян [39; 40], В. В. Гридчина [47], В. Є. Загороднюк [71], Ю. П. Кияшко [87], А. А. Кондрико [91], К. О. Кошак [94], І. Л. Пенчук [148; 149], Т. А. Рогова [169], Г. М. Сашук [179], А. Я. Скорик [185], Є. О. Соломін [192], Н. Д. Темех [198], Ю. В. Усенко [207], Т. В. Федорів [209], Н. М. Фурманкевич [214], Т. М. Шальман [223], А. Ю. Шоріна [228] та інші.

Інформаційна і військова агресія Російської Федерації проти України загострила наукові і публічні дискусії стосовно призначення, функцій, принципів діяльності телебачення, як і усіх ЗМК, їхнього впливу на реципієнтів, соціогуманістичних засад новинної телевізійної журналістики, зокрема регіональної.

Нинішня світова кризова ситуація у всіх сферах суспільної життєдіяльності безпосередньо впливає на функціонування ЗМК, створюючи особливу інформаційну атмосферу, яка може призвести до поглиблення інформаційного колоніалізму України, який, на думку Н. С. Желіховської та В. В. Різуна, «виявляється в поширенні інтелектуально спрощених та примітивних зразків масової культури, розрахованої на примітивний, естетично нерозвинений рівень сприйняття і мислення» [68, с. 15]. З огляду на це надзвичайно важливо науково осмислювати функціонування не лише центрального, а й регіонального телебачення, як і всіх ЗМІ, з позиції

україноцентризму, адже не можна заплющувати очі на прояви геноциду словом і зображенням. У цьому контексті глибокого наукового дослідження потребують новинні повідомлення як всеукраїнських, так і регіональних телеканалів. Адже «близько 90% новин люди дізнаються саме завдяки телебаченню, – зазначив генеральний директор Київського міжнародного інституту соціології Володимир Паніотто. – Часто, прочитавши щось в інтернеті, українці чекають на «офіційне» підтвердження цієї інформації в телевізорі» [44]. Це підтверджує думку почесного президента Асоціації європейських журналістів Дієго Карседо, що блогосфера має важливе значення для медійного простору, але не доречно зачисляти соціальні мережі до журналістики. «Блоги збагачують ЗМІ різноманітністю ідей, але це не журналістика. Наша професія постійно змінюється і завжди еволюціонує разом із політичною, економічною і соціальною сферами. Часом такий розвиток технологій заважає нашій роботі, але ми маємо адаптуватися до роботи в інтернеті» [181], – пояснює Дієго Карседо.

Відомо, що новина є поточною інформацією про факти, події, явища соціальної значущості, вона повинна бути оформлена у ЗМІ за певними вимогами. Серед вимог, про яку часто нагадують і у публічних виступах, і у наукових дослідженнях, – у новинному повідомленні обов'язково потрібно відділяти інформацію від оцінної думки журналіста. Нам імпонує позиція Джонатана Гоффмана, менеджера зі світових зв'язків проекту Синдикат, який зауважує, що «сьогодні роль журналістики полягає в тому, щоб надавати новинам певного сенсу» [176]. Таке розуміння сутності новин заперечує запропоновану всесвітніми службами телерадіокомпаній «спрощену модель подачі новин» [43, с. 8].

Сказавши студентам «майбутнє журналістики – смерть новини» [37], журналіст В. Портников пояснив, що про події дізнаються із блогів тоді, коли ЗМІ про них ще навіть не знають. «Тому репортерська робота в класичному її розумінні вже не має великого значення. Телерепортер – це та людина, яка

видасть якісний з точки зору журналістики продукт. Тут ідеться вже не про швидкість, а про якість подачі інформації» [37]. Має рацію О. Вартанова, професор Московського державного університету ім. М. Ломоносова, що «наріжним каменем на телебаченні та радіо є новинарна анатомічна складова» [201].

Беручи до уваги українські реалії, на першому плані журналістської діяльності повинен господарювати «патріотичний професіоналізм» [31], який є головною передумовою інформаційної безпеки. За таких умов регіональне телебачення, як і всі ЗМІ, набуде важливого статусу соціально-національної цінності та відіграватиме активну роль у формуванні одухотвореного національного буття, яке, говорячи словами Григорія Сковороди, наповнене совістю – високою людською цінністю.

Новітнє осмислення інформаційно-емоційного і змістовно-тематичного потенціалу новин в епоху глобалізації, коли різноманітні інформаційні потоки пронизують інформаційний простір України і загрожують національній ідентичності, соборності держави, набуває особливої актуальності. Досі цю проблему не досліджували на засадах українськоцентричної парадигми, яка в галузі комунікативістики означає сукупність концептуально-методологічних підходів, національно-громадянських і морально-духовних цінностей, аксіологічних настанов і журналістської гідності.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Наукове дослідження виконано в межах науково-дослідних тем факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка «Електронні засоби масової інформації України: історичний досвід, сучасний стан, перспективи» (номер державної реєстрації 0108U006464); «Гуманістичні засади діяльності електронних ЗМІ в утвердженні українського національного інформаційного простору» (номер державної реєстрації 0112U003255); «Ефірне мовлення у вимірах синергетичної сутності: теоретичні засади і практика» (номер державної реєстрації 0110U001363). Внесок автора полягає в обґрунтуванні

методики створення соціокультурної моделі випусків новин на регіональному телебаченні, які, поєднуючи локальні, всеукраїнські та загальнолюдські цінності, відповідають соціогуманістичним потребам глядачів, що є головною передумовою впливу регіональних телеканалів на формування української національно-громадянської ідентичності.

**Метою дослідження** є розкриття і осмислення інформаційно-змістовних та емоційно-тематичних особливостей новин регіонального телебачення в контексті українськоцентричної парадигми.

Досягнення мети дослідження зумовлює вирішення таких **завдань**:

– здійснити систематизований огляд теоретико-методологічної літератури, яка стосується функціонування регіонального телебачення і творення на ньому новин;

– схарактеризувати тематично-змістове наповнення телевізійних новин у різних регіонах України з метою пропаганди об'єднуючих соціокультурних цінностей;

– простежити аксіологічні параметри поширення регіональними телевізійними новинами ціннісної морально-духовної інформації;

– осмислити важливість новинних повідомлень у контексті формування єдиного національного інформаційного простору України;

– з'ясувати аспекти позитивної і негативної інформації регіонального телебачення у системі формування і утвердження загальноукраїнської національно-громадянської ідентичності;

– створити модель новинних випусків на регіональному телебаченні, в якій би поєднувалися регіональні (локальні), всеукраїнські і загальнолюдські цінності на засадах україноцентризму;

– привернути увагу теоретиків засобів масової комунікації і журналістів-практиків до актуальності тез щодо «надання новинам певного сенсу», «новинарної аналітичної складової» та деякої зміни методики роботи репортера в умовах інформаційної та військової агресії.



*Об'єкт дослідження* – новинні передачі телекомпаній Автономної Республіки Крим, Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум і Харкова.

*Предмет дослідження* – інформаційно-змістове та емоційно-тематичне наповнення новин регіональних телеканалів України.

**Джерельною базою дослідження** є новинні випуски в Автономній Республіці Крим: Чорноморської ТРК «Крим» – «Время новостей», «Черноморская» – «Волна», «Неаполь», «Крим»; у Вінниці: «Віта» («День за днем»), ВТД («Телевізійні новини Вінниччини»); Львові: Новий канал («Наш репортер»), Обласна державна телерадіокомпанія («Новини»), ЗІК («Огляд подій дня»); Сумах: ТРК «Відіком» («Новини»), Обласна державна телерадіокомпанія («Час країни»); у Харкові: ОТБ («Сьогодні»), 7 канал («Харьковские известия»), Simon («Объектив»).

Моніторинг новинних передач цих телеканалів здійснювали разом з громадською організацією «Телекритика» впродовж 2012–2015 років. Щомісяця моніторили випуски новин трьох-чотирьох регіональних телекомпаній Криму, Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум і Харкова. Було проаналізовано по 36 випусків новин щомісяця з кожного регіону. Упродовж 2012–2015 років було промоніторено 6480 різнопланових телевізійних повідомлень. З новинами телекомпаній цих регіонів ознайомлювалися і оцінювали їх студенти 2-го і 3-го курсів факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка. У дисертації також використано інформацію з газетних публікацій про телекомпанії інших регіонів України.

**Хронологічні межі дослідження:** 2012–2015 роки. Нижня межа зумовлена тим, що 2012 року Верховна Рада України ухвалила Закон «Про засади державної мовної політики», аморальна особливість якого полягає в тому, що він спрямований на знищення української національної ментальності й формування російської. Цілеспрямованішою відтоді стала антиукраїнська інформаційна агресія. Наступні (2014–2015) роки – період потужного поєднання інформаційної і військової агресії Російської Федерації проти України. Ці

суспільно-політичні процеси суттєво впливали на тематику і зміст передач регіонального телебачення.

**Методи дослідження.** Для розв'язання поставлених завдань застосовували такі методи дослідження: історико-теоретичний метод – для вивчення літератури, яка стосується телебачення, зокрема функціонування регіональних телеканалів; комплексно-аналітичний метод – для вивчення, осмислення і оцінення інформаційно-змістового та емоційно-тематичного наповнення новин регіональних телеканалів; за допомогою методу фактологічного аналізу виявляли особливості створення регіональних телевізійних новин; порівняльно-логічний метод дав можливість зіставити новини телеканалів у контексті висвітлення об'єднуючих та роз'єднуючих регіони соціокультурних цінностей; за допомогою спостереження вивчали професійний рівень створення новинних телепередач; концептуально-системний метод став базовим для осмислення принципів поєднання в регіональних теленовинах локальних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей на засадах україноцентризму. Для розкриття теми також скористалися описовим методом та методом узагальнення.

**Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:**

*вперше:*

– на засадах українськоцентричної парадигми обґрунтовано концепцію творення новин на регіональних телеканалах, яка полягає у тому, що інформування з усіх сфер життя має органічно поєднувати регіональні, всеукраїнські та загальнолюдські цінності, за таких умов сприятиме формуванню здорових морально-психологічних якостей, соціогуманістичного світобачення, державницького мислення, національно-громадянської гідності;

– досліджено сучасну інформаційну політику регіональних телеканалів, беручи до уваги не лише традиційні морально-етичні стандарти (норми) журналістської праці, а й особливості дотримання їх журналістами у період гострої інформаційної війни і військової агресії проти України;

– розроблено структуру соціогуманістичних потреб телеглядачів, на базі яких під впливом новинних повідомлень створюються, зміцнюються, утверджуються абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті цінності як єдине ціле української національно-громадянської ментальності;

– рекомендовано методику створення соціокультурної моделі регіональних новинних випусків, що сприятиме розвитку українського інтеграційного потенціалу, подоланню хворобливого регіоналізму, неоднорідної ментальності, формуванню почуття і переконання морально-психологічної, соціально-економічної соборності України.

*удосконалено:*

– композиційну структуру програми теленовин як тематично-змістової, зображально-мовної, естетично-культурної єдності в умовах загострення інформаційної війни проти української України;

– методику новинного виробництва на регіональному телебаченні в контексті подання глядачам соціально важливих фактів, їхнього документального підтвердження, аксіологічної спрямованості, надання новинам національно-гуманістичного сенсу;

– концепцію змістової сутності професійного патріотизму працівників регіонального телебачення, який ґрунтується на правдивій історичній матриці, усвідомленні нових цілей журналістської праці заради світоглядного утвердження українськості в етнографічних межах України.

*набули подальшого розвитку:*

– осмислення селективності як позитивного феномену комунікації, пов'язаної із відбором, опрацюванням фактів, створенням новин, сприймання і запам'ятовування яких сприятиме поглибленню формування у телеглядачів високих морально-духовних і національно-гуманістичних ідеалів;

– розуміння телевізійними працівниками, що регіональна ідентичність під час загострення соціально-політичної ситуації в країні та світі може перетворитися у загрозливе явище щодо соборності й незалежності України;

– теоретичні положення про інформацію – духовно-інтелектуальну національну вартість, яка в демократичному суспільстві вільно пульсує по вертикалі (від покоління до покоління) і по горизонталі (на рівні одного покоління чи особи).

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що теоретичні положення та висновки дисертації можуть бути використані:

– у науково-дослідній сфері для подальшого наукового дослідження функціонування регіональних телеканалів у системі суспільного телебачення, інтегруючої і просвітницької ролі новинних випусків у сенсі суспільної політико-ідеологічної консолідації, подолання регіонального диспаритету, формування спільних морально-психологічних засад буття громадян України, змістового наповнення українського світу;

– у навчальному процесі підготовки журналістів. Наукові результати дослідження застосовують під час читання лекцій, проведення лабораторних і практичних занять з дисциплін «Телекомунікація: теорія і новітні практики», «Українське телебачення: виклики часу», «Міжкультурна комунікація», «Сучасне телебачення і радіомовлення в системі інформаційної безпеки України», «Основи телевізійної документалістики», «Журналістська майстерність» на факультеті журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка;

– в сучасних умовах антиукраїнської інформаційної та військової агресії для удосконалення національної інформаційної політики, інтелектуально-кваліфікованого відбиття російських інформаційних пропагандистських атак, просування єдиних правдивих українських смислів за кордон, розвінчання в Україні промосковської п'ятої колони, створення в Європі та світі справжнього, а не викривленого недругами, образу України та українця, формування у громадян України національно-патріотичних переконань, яке полягає в органічному поєднанні регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей – основи безпеки суспільства і держави.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є одноосібно виконаним науковим дослідженням. Автореферат, наукові статті, в яких викладені основні положення, що виносяться на захист, виконані самостійно.

**Апробація результатів дослідження.** Дисертацію обговорено на засіданні кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка. Основні положення та результати дослідження апробовано в доповідях, виголошених на щорічних наукових конференціях факультету журналістики, науковому семінарі кафедри радіомовлення і телебачення, II Міжнародній науково-практичній конференції «Соціальні комунікації сучасного світу» (м. Запоріжжя, 22–24 квітня 2010 р.), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Українські ЗМІ та проблеми державотворення» (м. Львів, 20–21 жовтня 2011 р.), II Міжнародній науковій конференції «Регіональні ЗМІ: історія, сучасний стан та перспективи розвитку» (м. Луганськ, 23 березня 2012 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції «Соціальні комунікації сучасного світу» (м. Запоріжжя, 29–30 березня 2012 р.), Всеукраїнській журналістичнознавчій конференції «Громадянське суспільство і ЗМК: пошуки партнерства» (м. Львів, 24–26 жовтня 2013 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Стандарти журналістики та професійної освіти в період суспільних трансформацій» (м. Львів, 23–24 квітня 2015 р.)

**Публікації.** Основні положення й результати дослідження викладено в 11 публікаціях, з них 7 надруковано у фахових виданнях (5 – в українських, 2 – в іноземних).

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертацією є рукопис, що складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг становить 214 сторінок. Основний зміст дисертації викладено на 191 сторінці. Список використаних джерел налічує 255 позицій.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ДЖЕРЕЛОЗНАВЧІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН

Морально-психологічна потреба отримати цікаву, важливу, потрібну інформацію все життя супроводжує людину. Поінформованість оберігала її від несподіванок та давала змогу бути суспільно адаптованою. У книгах автори описували минуле і чуттєве, навіть якщо й описували реальність, то допоки видавали написане, воно ставало колишнім. Саме через засоби масової комунікації, за оцінками спеціалістів, за останні 30 років було вироблено більше інформації, ніж за п'ять попередніх тисячоліть. Ці процеси, як зазначає Віталій Куренной у статті «Медіа: засоби у пошуках цілей», свідчать про одну дуже важливу обставину: «на відміну від попередніх суспільств і культур, що мали вузькі, оглядові для індивіда і добре впорядковані форми збереження і трансляції соціально значущої інформації, виникнення сучасних суспільств західного зразка було пов'язано зі збільшенням інформаційної густоти і бурхливим розвитком інформаційних каналів (що не витісняли, а доповнювали один одного)» [100].

Розвиток людства, незважаючи на пануючі в ньому різні соціальні системи та ідеології, значною мірою залежить від того, що нерозривно пов'язане з комунікацією та інформацією. Деякі вчені називають їх універсальними ліками від усіх хвороб людства. Японський дослідник Я. Кітахара вважає, що всесвітня філософія інформаційних мереж, яка задовольняє вимоги розвинутого інформаційного суспільства, має допомогти перебудувати суспільство на засадах взаємної допомоги та любові [92, с. 4]. Ця думка японського вченого є своєрідним підтвердженням нашої концепції про селективність і полісемічність телевізійних новин, які б мали активніше сприяти формуванню у глядачів високих морально-духовних і національно-гуманістичних цінностей. Однак дослідження інших учених, зокрема Б. В. Потятиника, М. В. Лозинського [155]

про патогенні аспекти впливу телебачення та інших ЗМІ на людей, дає підстави стверджувати, що інформація обплутала усі «суглоби» суспільства й міцно тримає під своїм контролем [92, с. 4].

Професор Г. Почепцов зазначає, що соціальні системи досить чутливі до внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків. Саме тому весь перебіг процесу від продукування до зберігання інформації організовується і контролюється всіма суспільствами. «Осібний погляд на світ передбачає наявність власних новин та подій, потужних інтерпретаторів, які здатні не лише зі своїх, але й із чужих подій зробити власні новини. На жаль, на сьогодні ми ще не маємо такої власної моделі світу. І це відображається не лише на рівні новин, а й на рівні розвитку країни, адже для цього теж треба знайти, куди саме нам слід прямувати» [159, с. 8]. Цей базовий принцип беремо до уваги, досліджуючи новини на регіональному телебаченні, яке є важливою інституцією українськоцентричної інформаційної політики.

### **1.1. Новини регіонального телебачення як наукова проблема**

Медіааналітики сайту «Телекритика» визначили, що люди споживають щодня у п'ять разів більше інформації, ніж 20 років тому, розповсюдження її ЗМІ за цей період перевищує 200 разів [243]. Мовиться тут і про новинні повідомлення регіональних телеканалів. Дослідження регіональних новинних потоків з українськоцентричної позиції зумовлює також з'ясування сутності поняття «новина – новини».

Одну з перших спроб дати визначення новини знаходимо у словнику В. Даля. Проте новину не виокремлено в словникову статтю, а значення цього слова розкрито у статті «Нóвый, противоположн. *Старый, ветхий, древний, давнишний, прежний, прошлый*; недавно созданный, сдѣланный, явленный; незадолго конченный, происшедший; нашего вѣка, этого года, мѣсяца, дня; другой, иной, не тотъ, что былъ прежде; досель невѣдомый или небывшій; недержанный, неношенный. Нóво и новó нар. выражающее то же понятіе *новаго*

противоп. *старому, древнему, давнему, прежньому, бывшему*; *Нóвoсть* ж. качество, свойство, новаго, всего, что ново; || *новый* – случай, приключенье; *вѣсть* обь немь, первое извѣстiе о чемь-либо [51, с. 549].

У словнику Б. Грінченка написано: «Новина, ни, ж. 1) Новость. 2) Недавнее происшествiе ...3) Новь, новина (земля вь первый разь вспаханная)» [48, с. 568].

У Словнику С. Ожегова за редакцією Н. Шведової подано таке тлумачення новини: «1. Нечто новое: новое явление, открытие, изобретение, новый сорт товара и т.п. *Новость в технике. Книжные новости.* 2. Недавно полученное известие. *Узнать много новостей. Приятная новость.* 3. То же, что новизна (устар.). *Н. впечатлений*» [142, с. 381].

Тлумачний словник російської мови Д. Н. Ушакова містить таку статтю: «НО'ВОСТЬ, 1. *только ед.* Что-н. ранее не бывшее известным, не употреблявшееся; новое изобретение, открытие. *Удушливые газы были новостью во время войны 1914 г. Н. в науке, в технике.* 2. То же, что новинка во 2 знач. *Н. сезона. Книжные новости.* 3. Недавно полученное сведение или сообщение. *Читая газету, сообщая матери новости. М. Грькй. Последние политические новости.* 4. *Отвлеч. сущ.* к *новый*, то же, что новизна (разг.). *Н. дела. Н. работы.* 5. в соединении со словами: вот, вот еще, что за. Восклицание по поводу чего-н. неожиданного и вместе с тем неуместного, неприятного, странного (разг.) *Это что еще за н.? Вот новости!*» [202, с. 587].

Із розвитком ЗМІ поняття «новини» починає міцно пов'язуватися саме з діяльністю мас-медіа. Проте слід зауважити, що в сучасних українських тлумачних словниках визначення поняття «новина» здебільшого ґрунтуються на класичних визначеннях, наведених Б. Грінченком та В. Далем. Зокрема, у «Словнику української мови» подано таке тлумачення: «НОВИНА́, и, ж. 1. Щойно або недавно одержане повідомлення, звістка і т.ін. про кого-, що-небудь. *Розказала стара черниця новину. Що в монастир до їх зайшла Княжна*



*якась із-за Дніпра* (Шевч., II, 1963, 36); *Пиши мені, розкажуй друже, які новини на селі?* (Гонч., Вибр., 1959, 64); *Вони, жінки, завжди раніше за чоловіків дізнавалися про всілякі цікаві новини* (Чорн., Визвол.земля, 1959, 66); *Нічний пригадую я Київ, Коли жадана новина Про день останній лиходіїв Серця сп'янула нам до дна* (Рильський, II, 1960, 310. 2. Те саме, що новинка 2. З своїм невеличким гурточком він [Гуща] завів новину – гуртову працю (Коцюб., II, 1955, 66); *Найбільшою новиною, звичайно, була друкарська машина, яка працювала без допомоги накладача* (Вільде, Сестри..., 1958, 123); *Тут [на подвір'ї] його вражає новина: навкруг під частоколом густо-густо сплелися понатикані деревця глоду* (Стельмах, II, 1962, 167). 3. рідко. Те саме, що новизна 1. *Приміщення цього клубу, недавно викінчене, де... блискотіло чистотою і новиною, мало, окрім зали, низку кімнат, поділених коридором* (Коцюба, Нові береги, 1959, 102). 4. Урожай нинішнього року. *На весну вбогому чоловіку трудніше, – запаси вже пожив, а новини ще не діждався* (Вовчок, I, 1955, 146). 5. Земля ніколи не орана або вперше зорана; цілина. *Як перші паростки зела Над зораною новиною, Хай буде завжди світ новим І свіжим* (Рильський, Мости, 1948, 111) [188, с. 434].

Укладач і головний редактор «Великого тлумачного словника сучасної української мови» В. Т. Бусел зазначив, що новина – це «1. Щойно або недавно одержане повідомлення, звістка і т. ін. про кого-, що-небудь. 2. Те саме, що новинка 2. 3. *рідко*. Те саме, що новизна 1. 4. Урожай нинішнього року. 5. Земля ніколи не орана або вперше зорана; цілина [24, с. 625].

Заслуговує на значну увагу в контексті нашого дослідження стаття О. В. Васиної «Огляд основних підходів до тлумачення новин як явища мас-медіа», в якій осмислено трансформацію загального фонду знань, що відображається на глибоко укоріненому в соціокультурній свідомості понятті новина, яка є індикатором важливих змін у культурній, не генній пам'яті (Ю. Лотман) суспільства. Зміни відбуваються в повсякденності пересічної людини. Інтернет теж прискорив ці зміни, створивши ідеальний із технічного

погляду простір для поширення новин. Унаслідок цього змінюється статус новини, її сутність, виникають новинні тексти, які вже складно класифікувати за традиційним жанровим поділом.

«Апріорність поняття «новина», з одного боку, та відносно нетривалий термін його існування як невід'ємної частини побуту сучасної людини – з другого боку, спричинили те, що в професійному середовищі воно переважно вживається без будь-яких пояснень та ґрунтовного аналізу. Таку ситуацію не можна прийняти взагалі, а надто у зв'язку з появою інтернету, який багато в чому став каталізатором розвитку саме новинної журналістики» [48], – слушно зазначає О. В. Васіна. Вона зауважує, що журналістикознавці найактивніше використовують поняття «новина», але майже не дають йому системного цілісного визначення. Водночас ужитковий характер слова «новина» і тотальна поширеність цього поняття призводять до того, що у багатьох дослідженнях, зокрема й у підручниках із журналістикознавства та масової комунікації, часто можна знайти лише такі вимоги до новин, як оперативність, точність, актуальність, об'єктивність тощо. Дослідники (наприклад, Л. Васильєва, М. Шостак) зазначають, що кожна окрема редакція або журналіст має свої уявлення про необхідність дотримання певних вимог, що теж ускладнює визначення поняття «новина». Деякі російські та українські науковці послуговуються визначенням новини закордонних дослідників [23].

Наприклад, Л. Васильєва цитує Е. Денніса та Дж. Меррілла: «новина – це повідомлення, в якому викладено сучасний погляд на дійсність щодо конкретного питання, події або процесу. В новині простежуються важливі для індивіда або суспільства зміни, що подаються у контексті загальноприйнятого або типового» [65, с. 240]. Е. Денніс та Дж. Меррілл акцентують на тому, що новина оформлюється відповідно до консенсусу стосовно того, що цікавить аудиторію, а також обмежень (етичного, ідеологічного характеру та ін.), з якими стикається окрема редакція. Отже, «новина є результатом щоденно поновлюваної гри з досягнення колективного договору всередині редакції, що

сортую події, які відбуваються у певний проміжок часу, з тим, щоб зробити швидкопсувний продукт» [65, с. 252]. О. В. Васіна робить слушний висновок, що дослідники пояснюють поняття «новина» крізь призму редакційної роботи, тобто новина – це те, що створюється штучно, залежить переважно від соціокультурних норм і правил, умов гри, а насправді не відбувається сама собою та не залежить від суб'єкта сприйняття.

Відповідно до цього визначення новина в ЗМІ має випадковий характер, оскільки є результатом саме «щоденної поновлюваної гри». Е. Денніс та Дж. Меррілл у сформульованому тлумаченні кілька разів зазначають, що новина – це недосконалий результат прийняття рішень нашвидкуруч у ситуації тиску зсередини і ззовні. Л. Васильєва у навчальному посібнику «Робимо новини», який побачив світ у Москві 2003 р., цитує це визначення без будь-яких коментарів, отже, погоджується з тим, що новина є недосконалим, швидкопсувним продуктом, який виробляється в редакції, проте журналісти, зважаючи на брак часу, не надто впливають на його якість. О. В. Васіна слушно стверджує, що визначення новини Е. Деннісом та Дж. Меррілом є надто вузьким і не бере до уваги багатьох чинників. Зокрема, журналістові та редакції частогусто відводиться роль сортувальника. Проте ЗМК не просто відбирає, а й створює окрему новину-продукт, уводячи її у загальний контекст подій дня. Цей процес можна порівнювати з грою, але він не є випадковим, гра має відбуватися за певними правилами [23].

О. В. Васіна осмислила характеристику новини німецьким дослідником Вінфрідом Шульцем, який вважає, що «поняття «новина» має широке і вузьке значення. У широкому значенні вона означає «повідомлення» або «посилання» в процесі комунікації... Новина в газеті, на радіо чи на телебаченні є «ною інформацією», точніше: повідомленням про певну актуальну подію, яка викликає громадський інтерес, або – у вузькому розумінні – певним, створенням за встановленими правилами журналістським жанром (вербальна, графічна або телевізійна новина)» [23].

У цьому визначенні широке тлумачення спирається на ужиткові уявлення про новину, повсякденні знання пересічного реципієнта. Проте, як зауважує О. В. Васіна, ми можемо простежити два рівні існування новини та новинності. Другий рівень розглянуто у вузькому значенні новини, коли дослідник акцентує на тому, що новина – не просто повідомлення, а побудований за певними правилами текст. Цей другий рівень демонструє, якою новина доходить до реципієнта, визначає особливості жанрово-стилістичних характеристик новинного тексту в мас-медіа, тобто існування певної мовної гри, що відповідає комунікативним очікуванням реципієнта. Зокрема, текст і зображення, що не відповідає вимогам жанру, не буде сприйматися читачем чи глядачем як новина, і навпаки: наявність актуального інформаційного приводу може зробити певне повідомлення новиною.

З розвитком телебачення, мобільного зв'язку, появою інтернету змінюється роль реципієнта у процесі створення новин. Відбувається перехід від інформування до комунікації (від ЗМІ до ЗМК). Реципієнт бере участь у формуванні власної інформаційної картини світу. Відображення цієї тенденції можна простежити у визначенні новини не лише у закордонних, а й в українських дослідників, наприклад, у «Словнику журналіста» Ю. Бідзілі: «Новина – 1) щойно одержане повідомлення, звістка про особу, предмет, явище, ситуацію або подію; 2) різновид інформації, визначальною рисою якої є новизна; 3) інформаційний привід для створення журналістського матеріалу. Новина відзначається дієвістю, впливом на реципієнта, оскільки будь-яке нове явище аналізується й оцінюється з погляду його користі чи шкідливості для суспільства» [187, с. 58]. Як бачимо, автор зазначає вплив новини на реципієнта.

Професор І. Михайлин, осмисливши праці З. Вайшенберга [20], О. Чекмишева [218], А. Чічановського [222], у своєму словнику-довіднику так тлумачить термін «новина»: «У журналістиці – це оперативне інформаційне повідомлення. Статусу Н. набуває тільки повідомлена подія, що має суспільно важливий зміст. Н. в певному сенсі протистоїть судженню і може бути

кваліфікована як повідомлення, яке не містить у собі судження чи оцінки. Н. не можна вигадати. Вона є основою журналістики та інформаційної діяльності загалом. Вважають, що Н. функціонує на першому, інформаційному, рівні журналістики, а над нею – рівні аналітичної і публіцистичної журналістики. Основними вимогами до Н. є чесність, точність, неупередженість, оперативність, зрозумілість. Найважливіший критерій при доборі Н. до новинарного випуску – соціальний масштаб події, близькість Н. споживачу. Особливий статус мають ті Н., які виконують функцію попередження. Н. бувають планові (візити державних діячів, державні свята, прес-конференції, відкриття художніх виставок чи театральні прем'єри тощо) і раптовими (катастрофи, стихійні лиха, парламентські бійки тощо). Н. швидко витісняють одна одну і забуваються або з огляду на соціальну важливість продовжують існувати у трансформованому вигляді – як предмет коментарів, аналітики, публіцистики» [70, с. 174–175].

В одній із перших в Україні дисертацій про телебачення В. В. Гоян «Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста» зазначено і про новинні випуски регіональних телеканалів. Аудиторія Києва та області знайомила з регіональними новинами від Київської обласної телерадіокомпанії. Програма «За київським часом» (до 1995 року – «Київська панорама») виходила щоденно на каналі УТ-3. До інформаційних програм місцевого мовлення у столиці належали програма «Вісті» виробництва телевізійного інформаційного агентства «Вікна», програма «Бістро» виробництва ТК «Гравіс», програма «Хрещатик» від ТК «Київ».

Інформаційна програма «Хрещатик» щодня впродовж 20 хвилин повідомляла про найважливіші події міста та області в тематичних блоках, присвячених економіці, соціальним питанням, освіті, культурі, спорту. Вся інформація супроводжувалася підводками ведучого та відеоблоками. Чимало уваги «Хрещатик» приділяв проблемам екології міста і навколишнього середовища, планам реставрації столиці, політичним подіям, зокрема виборам

міського голови чи депутатів до міської ради. Оскільки Київ є столицею країни, то в ефірі цієї програми були і сюжети загальнодержавного значення про зустрічі, що відбувалися на міжнародному рівні тощо [39, с. 56–57].

Концептуальні засади функціонування сучасного телебачення як специфічного екранного засобу масової комунікації, виду екранного мистецтва й творчості розглянуто у докторській дисертації В. В. Гоян [40]. Аналізуючи телевізійні програми, вона зазначила, що часом у гонитві за ефективними художніми образами журналісти жонглюють фактами про події та явища або намагаються замаскувати порожні ідеї стандартними репліками, заштапованими метафорами, багатослів'ям. «Такі крайнощі, професійний несмак чи журналістське недбальство поширені як на регіональних студіях, так і в ефірі провідних загальноукраїнських каналів» [40, с. 31].

Осмишуючи роль Запорізького регіонального телебачення і радіомовлення в контексті формування національної свідомості молоді, І. Л. Пенчук характеризувала також телевізійні новини, зосереджуючи увагу на чинниках національно-громадянського виховання молоді. Осмислила причини понівечення національної свідомості українців, яких упродовж століть зросійщували, паплюжили українські національні ідеали [148]. У докторській дисертації І. Л. Пенчук не йшлося про регіональні телевізійні новини, але ми у своєму дослідженні скористалися її методами дослідження та рекомендаціями, які стосувалися розвивальної моделі дитячих телепередач, для створення моделі новинних випусків на засадах українськоцентричних орієнтацій [149].

Незаперечний науковий інтерес викликала кандидатська дисертація Т. В. Федорів «Телевізійні новини в політичній комунікації України: жанрова типологія, технологія виробництва, взаємодія з аудиторією», в якій осмислено теоретичну базу для створення випуску телевізійних новин, узагальнено і пов'язано із сучасним етапом розвитку політичної комунікації в Україні вже напрацьований теоретичний матеріал, окреслено структуру програми теленовин як композиційно-змістової єдності, проаналізовано її головні характеристики,

простежено причинно-наслідкові зв'язки між типом комунікативного процесу, який діє в країні, і практикою функціонування теленовин [209].

У дисертації Н. А. Виговської проаналізовано потреби регіональної аудиторії щодо структурних складових мультимедійної новини та визначено оптимальну структуру мультимедійної новини. Зазначено, що «найменш затребуваним компонентом мультимедійної новини, за результатами фокус-групового опитування, виявився аудіоподкаст. Це зумовлено кількома причинами, зокрема нерозумінням специфіки та реальних переваг цієї форми подачі інформації, а також переконаністю реципієнтів у її практичній незручності принаймні для подання новинної інформації. Основними мінусами аудіоподкасту визначено змістову несамостійність, поверховість, незавершеність і неповноту подання інформації» [25, с.12]

Кандидатська дисертація «Регіональне телебачення України в контексті національно-патріотичного виховання дітей: концепція, принципи, тематика» О. М. Білоус є потрібним методологічним підґрунтям для нашого дослідження. Адже у ній схарактеризовано об'єднуючі, нейтральні та роз'єднуючі тематичні компоненти передач регіонального телебачення, які безпосередньо впливають на стан національної ідентичності. «Національна ідентичність – це колективне чуття, зіперте на віру в належність до однієї нації і в спільність більшості атрибутів, які роблять її відмінною від інших націй» [33, с. 20].

Утвердження української національно-громадянської ідентичності трактують також як базовий фундамент існування незалежної, соборної, демократичної, правової України в сучасних міжнародних реаліях. «Національна ідентичність також кваліфікується як основа збереження політичної, економічної, територіальної цілісності України; аналізується в контексті міграційних процесів та у зв'язку з соціотехнологічними та масовокомунікаційними маніпуляціями свідомістю громадян, – зауважує Тетяна Дзюба. – Врешті-решт, національна ідентичність, одноцільність витлумачується

як підґрунтя успішного державного менеджменту, втілення медійних проектів» [60, с. 8–9].

Важливим є висновок О. М. Білоус, який випливає з аналізу регіональних телепередач для дітей, що «без міцної загальноукраїнської національної ідентичності регіональна ідентичність може перетворитись у загрозливе явище щодо соборності України» [11, с. 9]. Відсутність цілеспрямованої, методологічно обґрунтованої національної політико-ідеологічної, соціогуманістичної інформаційної політики в Україні також спричинилася до засилля російської антиукраїнської маніпулятивної пропаганди, яка підживлює гіпертрофовані регіональні особливості, сепаратистські дії частини громадян Донбасу.

Досліджуючи політико-ідеологічний, соціокультурний аспект функціонування регіонального телебачення в новинно-інформаційній сфері, беремо до уваги те, що «в Росії сформувалась «ідентичність агресора». «Це дуже небезпечно, – зазначає публіцист Ігор Сьондюков, – «Шматочок» Путіна є в кожній сучасній «російській людині», й не лише серед тих 86%, які його офіційно підтримують (масові настрої, зокрема, такі: «Пора сажать предателей!» – «А кто предатели?» – «А все, кто против Путина» [195]. Проти України працює десять потужних медіагруп Російської Федерації, тисячі найнятих фізичних осіб, для яких журналістика – це не творчий процес, а вигідний бізнес. Вони взяли на озброєння методи геббельсівської пропаганди, яка на підсвідомому рівні готує підґрунтя для розв’язання справжньої війни. Нинішня, так звана, гібридна війна, яку розв’язала Росія проти України, психологічно зумовлювалася, обґрунтовувалася насамперед у головах росіян. Підтвердженням цьому є соціологічні дослідження, за даними яких 83–87% росіян підтримують путінську війну в Україні. Україну у свідомості російського суспільства вважають другою за ворожістю до Росії (після США). Шкода, але Путін і російський народ – єдинодумці, а толерантність, гуманність, взаємоповага, дружба, про які так багато впродовж тривалого часу мовилося в українських і



російських ЗМІ, закінчуються для росіян там, де бере свій початок незалежна, демократична, соборна Україна.

Сучасна антиукраїнська путінська агресія є свідомим продовженням московської (царської і комуністичної) політики, до якої також належить міграція населення. «В Україні в такий спосіб здійснювала «обрусіння» українців цариця Катерина і закладав «руській мір» Сталін, попередньо виморивши голодом українських селян. Стимульована міграція дала західній Україні радянську російськомовну компартійну верхівку, а на Донбасі сформулювала населення совків, – пише Володимир Ференц. – Загальний наслідок – стимульована міграція створила доволі велику частину впливового російськомовного поліетнічного населення, яке заради збереження свого вигідного становища інстинктивно чи осмислено підтримує збереження всіх колишніх і сучасних технологій усунення етнічних українців від влади, впливу і багатства» [210]. Тому чимало російськомовного населення переважно є несвідомим знаряддям двох спрямованих процесів: підтримка неоімперії Росії і глобалізаційної уніфікації населення України. А також унаслідок впливу російськомовного населення переважна більшість сучасних мігрантів стають не українськомовними, а російськомовними громадянами, тобто не асимілюються громадянським суспільством відповідно до Конституції України.

Отже, найкраща позиція кожного з нас – бути громадянами, а не російськомовним населенням. А регіональне телебачення, як і всі засоби масової інформації, покликане працювати так, щоби мігранти мали потребу в українській державній мові. Адже до формування регіональної ідентичності як вияву особливого морально-психологічного стану вищості над українськими інтересами причетні також ті регіональні телеканали в Україні, які функціонували (деякі функціонують досі) в руслі московської імперсько-шовіністичної маніпулятивної пропаганди. Технології маніпулювання, наприклад, на луганських регіональних телеканалах охарактеризував Є. О. Соломін. Це *формування та поширення образів* (конструювання образів

громадських діячів, політиків, керівників – синтез «реал-іміджу» з «фальш-іміджем» і синтетичний їх показ по телебаченню); *частота і характер подання у ЗМІ* (керівників, політичних і громадських діячів у контексті діяльності провладних структур); *потенціонування чи акцентування та приклеювання ярликів* (тенденційна інформація – позитивна або лише негативна, привабливість або несприйнятливність певних поглядів, образливі епітети, метафори, назви); *обман, замовчування невігідної інформації та розповсюдження неправдивої* (дезінформація – акція регіоналів Луганської міськради «Рідна мова – російська!»); *повторення фраз, фактів, що є передумовою ефективного позасвідомого впливу* («психологічні трюки» – С. Кара-Мурза); *висвітлення псевдоподій, гучних фіктивних кампаній* (підтримка чи засудження когось чи чогось, організація фіктивної кампанії, яка створює враження справжньої народної підтримки (кампанія Партії регіонів «Збережемо Україну» 14 грудня 2013 року); *засудження* (паплюження учасників Євромайдану); *напівправа, інтерпретація чи подання матеріалу під певним кутом зору* (уведення нової інтерпретації, боротьба з чужою інтерпретацією, утримання меж своєї інтерпретації – Г. Почепцов, закріплення потрібного погляду в громадській свідомості); *«сяюче узагальнення» або «блискуча невизначеність»* (змінюють ім'я конкретної людини або назву організації, соціальної групи, визначення певного соціального явища на узагальнене родове ім'я, яке має позитивне емоційне забарвлення та зумовлює доброзичливе ставлення до носіїв цих назв – «Успіхи Партії регіонів у вираженні економічних питань відчуває кожний луганчанин»); *«загальний вагон», «спільна платформа» або «фургон з оркестром»* (добір суджень, висловлювань, фраз, які створюють враження, ніби так роблять всі – «Луганщина має захистити свій вибір, зроблений під час демократичних виборів у 2010 році»); *гра в протонародність на телекамеру* (вихід в люди «своїх хлопців» з метою налагодження довірливих стосунків з аудиторією); *телерадіомонтаж* (маніпулювання здійснюється не лише за допомогою слова, зорових образів і акустичних засобів, а й монтажем

телерадіоматеріалів). Поєднання цих трьох способів різко збільшує втручання у свідомість реципієнта [192, с.130–141].

У нинішніх умовах зростання ролі регіонального телебачення (суспільного, громадського, комерційного) особливої ваги набувають професійні методи новинного виробництва, тобто подання глядачам соціально важливих фактів, їх документального підтвердження, інтерпретації, аксіологічної спрямованості. У монографії В. М. Комової «Принципи співвідношення фактів та інтерпретацій в засобах масової інформації» слушно зазначено, що масмедійна практика, котра оперує діяльністю ЗМІ як соціального інституту, є віддзеркаленням певних соціальних інтересів, диференційованих за змістом і формою. Зосереджено також увагу на співвідношенні об'єктивності та суб'єктивності в процесі інтерпретації фактів та керування інформаційними потоками, осмислено морально-етичні та правові аспекти діяльності ЗМІ [90].

Теоретично-методологічним підґрунтям нашого дослідження є також підручники, навчальні посібники, монографії українських і зарубіжних авторів, які певними аспектами стосуються нашого наукового дослідження. Серед них – праці П. Бурдьє [18], З. Вайшенберга [20], З. Є. Дмитровського [63], В. Й. Здоровеги [74], В. Ф. Іванова і В. Є. Сердюка [77], М. Кастельса [85], В. В. Лизанчука [103], Н. Лумана [119], І. Л. Михайлина [130], Б. В. Потятиника [156], Г. Г. Почепцова [159], В. В. Різуна [167], О. А. Сербенської і В. В. Бабенко [183], Р. Харріса [215], О. М. Холода [217], А. А. Чічановського і О. Г. Старіша [221], А. В. Яковця [238].

Аналіз дисертацій, монографій, підручників, навчальних посібників стосовно функціонування регіонального телебачення незалежно від форми власності і продукування новинних повідомлень підтверджує нашу гіпотезу, яка ґрунтується також на особистій багаторічній журналістичній практиці, що в основі регіонального медіавиробництва, яке зачіпає інтереси і потреби тієї чи іншої людини або українського суспільства загалом (незалежно від того, чи стосується соціальних проблем, політики, економіки, культури тощо), має бути

інформування про регіональні, всеукраїнські і загальнолюдські цінності в органічній єдності, яке за таких умов сприятиме формуванню здорових морально-психологічних рис, соціогуманістичного світобачення, державницького мислення, національно-громадянської гідності.

Адже кожна нація характеризується притаманними їй природно-психологічними особливостями розвитку, менталітету, моралі, етики, філософії, ідеології. «Людина і культура – невіддільні, адже людина (аргентинець, болгарин, єврей, українець, японець) творить культуру, а культура аргентинська, болгарська, єврейська, українська, японська формує людину, – зазначає професор Василь Лизанчук. – Мудрість діалогу культур – в умінні збирати краплини відмінностей у безмежний океан добра; доброзичливий діалог культур, – мов живильний ґрунт, на якому проростають зерна порозуміння, злагоди, дружби між націями, державами; творчий діалог культур – криниця, де зберігаються справжні національні цінності» [104, с.15–16].

Отже, медіа-ресурс регіонального телебачення повинен вирватися з маргінесу, який часто в парі із загрозою українській національній безпеці, і стати потужною інституцією противаг російським наклепам, будь-якій брехні, бути цілеспрямованим чинником соціальної стабільності, психологічної рівноваги, надійним інструментом реалізації національної ідеї державотворення, соборності України.

## **1.2. Комунікативні методи дослідження новин**

В інформаційному суспільстві комунікаційний процес, на думку доктора наук із соціальних комунікацій Л. Г. Пономаренко, характеризується такими рисами, як виробництво знакових цінностей; швидкоплинність інформації; можливість втручання комп'ютера у приватне життя; розіграш комунікації, що призводить до руйнування соціальних, зокрема і моральних основ комунікаційного процесу; проблема статусу інформації, зокрема її отоварення;

процес легітимізації аморальних норм; некерованість комунікації людиною, яка є додатком до комунікаційних процесів [152, с.121].

Морально-соціальну відповідальність у процесі новинного інформування розрізняють щодо суспільства і стосовно індивіда. Суспільна функція – «інформування про події в житті суспільства і світі, інформаційне забезпечення інноваційних процесів» [221, с. 264]; функція стосовно індивіда – «пошук повідомлень про життя суспільства й світу, задоволення загальних інтересів і допитливості, навчання й самоосвіта, пошук необхідних даних для ухвалення рішень» [221, с. 264]. З приводу взаємозв'язку моралі й журналістики професор Й. Д. Лось висловився так: «Порозумінню між людьми і народами, підвищенню моральних та інтелектуальних стандартів особистості, націй, вибудуванню вищих сенсів буття може сприяти насамперед така журналістика, яка орієнтується на... моральний тип мислення (людина людині – брат), а не лише сповідує раціональний підхід (успіх і ефективність)» [109].

Теоретичні знання зі сфери соціальних комунікацій і власний журналістський досвід дають підставу стверджувати, що сприймання телевізійних новин здійснюється не задля цікавості (задля цікавості також, адже «цікавість, інтерес ґрунтуються на певних життєвих потребах і вроджених інстинктах» (В. Здоровега), а головно з прагматичною метою – довідатися, що важливого в житті свого краю (села, селища, міста), України й світу, для розуміння того, що робити, як діяти сьогодні й завтра, навіть зіставити, оцінити себе з «інакшістю», про яку мовилося в новині. Отже, в сучасних умовах зростає роль людини взагалі і журналіста зокрема, а відповідно пов'язаних з її/його комунікаційною діяльністю морально-соціогуманістичних категорій.

Результати нашого наукового дослідження підтверджують важливу тезу І. А. Мальковської, що людська ідентичність в інформаційному суспільстві розбивається на шматочки комунікативним впливом з усіх боків: не лише на рівні сприйняття інформації, що культивує бажання та символи подоби, а й на

рівні соціалізації шляхом інформації, яка не побуджує до комунікацій, а лише займається її «розіграшем» (Ж. Бодріяр) [122, с. 7].

В інформаційно-аналітичній та художньо-публіцистичній творчості українських журналістів, на жаль, побутують різні ігри в комунікацію (до них, на нашу думку, належить також інфотейнмент), які призводять, по-перше, до спрощеного розуміння національно-державних інтересів та ідеалів в епоху глобалізації; по-друге, до космополітичного світогляду, що стає завадою на шляху утвердження соціогуманістичних цінностей та ідентичності української нації; по-третє, до спрощеного подання новин, в яких часто-густо відсутня не тільки новизна думки, а й факту. Ці процеси в інформаційному середовищі є однією з причин втрати людиною самоідентифікації, навіювання ознак громадянської неповноцінності, почуття тривоги, страху, невпевненості.

Зазначимо, що ед'ютейнмент (транслітерація англійського слова «edutainment»), утвореного шляхом контамінації слів «education» (освіта) та «entertainment» (розвага), «є ефективним засобом для підвищення обізнаності, поінформованості, для поширення знань, для впливу на індивідуальну поведінку аудиторії і створення умов для зміни соціально-культурних норм» [71, с. 5]. Однак у досліджуваних нами інформаційних випусках регіональних телеканалів лише в середньому 3–4% новин створено за технологією ед'ютейнменту.

Безперечно, особливо актуальною є нині думка К. Теслера, що ЗМК можуть бути не лише агентами морального прогресу і передачі морально-громадянських чеснот, а й спричиняти деструкції соціального характеру [252, с. 93–94], що ми бачимо і відчуваємо в останні роки потужного ворожого російського інформаційного наступу – вельми головної складової неоголошеної війни Україні. Це підтверджує фальшивість нав'язування українській журналістиці концепції нейтралітету, яка має лише транспортувати новинну інформацію від ньюзмейкера до споживачів. «Журналістика – це, мовляв, така собі труба, по якій можна качати каналізаційні стоки, нафту, чисту воду, – справедливо обурюється професор І. Л. Михайлин. – Тим часом нам

протистояла зовсім не нейтральна, а агресивна, безпардонна, нахабна журналістика. Їй можна було протиставити тільки якісну світоглядну, свідому своїх національних завдань журналістику» [35, с.19]. Про те, щоб звести роль журналіста до відчуженого «інформування», йшлося також на III Львівському медіафорумі, який відбувся наприкінці травня 2015 року. «Його не може бути за визначенням, оскільки навіть вибір новинних сюжетів опосередкований політичною і моральною позицією інформатора, – зауважив філософ і публіцист Ігор Лосев. – Тоді вже слід у тому чи іншому ЗМІ розігнати журналістів і просто повісити десь на проспекті відеокамеру, що й буде інформуванням у чистому вигляді. Ті, хто ратує за таку «надоб'єктивність», фактично закликають до ліквідації журналістики як професії» [114].

Отже, розглядати журналістику, зокрема її новинну складову регіонального телебачення, як нейтральну інституцію, що живе сама собою, поза соціокультурним контекстом методологічно неправильно. Досліджуючи соціокультурний аспект регіональних телевізійних новин в українськоцентричному контексті, ми спиратимемося на загальнофілософські методологічні засади, серед яких найважливішими є принципи правдивості, інтелектуальної гласності [130, с. 263] та історизму [224, с. 36]. Методологія пізнання озброює методом відображення і поліпшення сутності новин регіонального телебачення і перспективного доповнення новою телевізійною інформацією.

Професор Ю. Г. Шаповал схарактеризував загальновідому дефініцію методу як шляху до певної мети, способу дослідження журналістського контексту: якісне визначення співвідношення між суб'єктом, який пізнає, і результатом пізнання; пізнання об'єктивних закономірностей, використання їх для творчості журналіста; повернення процесу пізнання до свідомого використання законів діалектики у новинному інформуванні [224, с. 80]. Досліджуючи інформаційно-змістові та емоційно-тематичні особливості новин регіонального телебачення, скористалися важливими порадами В. В. Різуна і

Т. В. Скотникової, які детально викладені у праці «Методи наукових досліджень у журналістикознавстві» [168].

Метод (грец. «methodos» – шлях до чого-небудь) – це сукупність прийомів, способів, правил пізнавальної, теоретичної і перетворювальної діяльності людей. «Метод озброює людину системою принципів, вимог, правил, керуючись якими вона може досягти поставленої мети. Володіти методом – означає знати, яким чином і в якій послідовності слід використовувати ті чи інші дії, правила, прийоми, способи, норми пізнання для вирішення тих або інших завдань, уміти застосовувати це знання на практиці» [66, с. 17].

Спираючись на методологію відображення у публіцистичному тексті, схарактеризовану Ю. Т. Шаповалом [224, с. 34], та на результати опитування вінницьких, львівських і сумських репортерів (опитано 37 журналістів), ми вважаємо, що під час творення новинного повідомлення потрібно дотримуватися таких методичних вимог: вміти правильно вичленовувати суспільний факт, не ізолюючи його від соціального середовища, яке не визначається єдністю загального, особливого й одиничного; не порушувати органічної достовірності факту відбором тих чи інших (суттєвих і «несуттєвих») зв'язків; не розглядати факт, про якого довідався, відірвано від інших фактів певної галузі знань, тобто розглядати факт з погляду загальних закономірностей, що визначає явище як таке; не забувати про спадковість фактів, відображених на телеекрані, яка дає змогу певним чином синтезувати наші знання про дійсність; активно відображати регіональну дійсність у контексті всеукраїнських і загальнолюдських соціогуманістичних інтересів.

Наукове пізнання здійснюється «зняттям» (засобами методу) певної кількості інформаційно-змістовної насиченості новинного повідомлення, яку вважають абсолютним показником телевізійного тексту і зображення. Професор К. С. Серажим слушно зазначає, що «інформаційна насиченість визначається співвідношенням між обсягом текстового матеріалу [і зображення. – П. Д.] і обсягом викладеної в ньому інформації. Інформаційна насиченість тексту [і



зображення. – П. Д.] корелює з таким поняттям, як напруженість і ненапруженість змісту тексту [і зображення. – П. Д.]. Низька конденсація інформації в тексті [і зображення. – П. Д.] свідчить про ненапруженість викладу, висока – про його напруженість» [182, с. 481].

Актуальні і сьогодні основні методологічні засади вивчення української журналістики, які окреслив Іван Франко. Кожен факт чи явище Іван Франко розглядав у суспільно-політичному, історичному, культурному контексті. Методика аналізу періодичних видань – це увага як до об'єктивних, так і до суб'єктивних принципів. Іван Франко був уважний до суттєвих чинників і до деталей дослідження. Він звертав увагу не лише на практичні, а й на теоретичні проблеми преси. Намагався бути об'єктивним та уникати партійного підходу. Журналістський і літературний процес розглядав у контексті ідеї соборності України [93, с.11]. І. Л. Михайлин до цього додає ефективне застосування культурно-історичного методу [129, с. 177].

Методи дослідження (їх наведено у «Вступі») зумовлені нашим розумінням соборної сутності соціокультурної насиченості інформації, яке ґрунтується на науковій позиції таких учених: С. М. Андрусів, С. В. Демченка, М. Г. Житарюка, Т. В. Кузнєцової, О. А. Сербенської, В. І. Шкляра. Професор М. Г. Житарюк зазначив, що «соціокультурні складові журналістики впливають з політичної системи і впливають на неї відповідно до принципів і функцій підсистеми ЗМІ в системі ЗМК, передбачаючи такі головні конфігуратори: мова видання, тематика і проблематика, висвітлення історичних, національно-ідентифікаційних видань, релігія і світогляд, традиції, гуманізм, зв'язки із сусідами і внутрішні взаємини, правдивість, збалансованість, своєчасність, виваженість, генетичність, інтент-аналітична культура (комуніканта і комуніката)» [69, с. 53–54]. Однак «у медіапросторі за мозаїчністю різномірної інформації, що іноді досить некритично пропонується, людина ризикує загубитися в інформаційному потоці, втрачає можливість зорієнтуватися щодо сутнісного, важливішого, розмивається її світоглядна

цілісність та національна ідентичність. Глобалізація уніфікує особисте та національне» [21, с. 3–4].

З огляду на це концептуально принциповим є українськоцентричний аналіз новинних повідомлень регіонального телебачення. Професор В. В. Лизанчук зазначив, що «україноцентризм – це світоглядна і філософська морально-психологічна позиція, політична та соціально-економічна парадигма, центральними тезами якої є:

– у зовнішній політиці – побудова власної самостійної логічної стратегії досягнення визначених цілей у взаємовідносинах з іншими країнами (особливо сусідніми) на однакових умовах із погляду реалізму і прагматизму;

– у внутрішній політиці – побудова та виконання соціально-економічної моделі розвитку країни з опертям здебільшого на власні сили;

– у культурі – переосмислення власної історії і пошук істини в ній, підтримка національної гідності, захист національної спадщини тощо;

– у філософії – на все, що відбувається у світі, треба дивитися українськими очима і мати власний погляд та оцінку [105, с. 97].

На підставі наукового осмислення соціокультурних складових журналістики, схарактеризованих М. Г. Житарюком, українськоцентричної ідеології та політики, які є основою формування національно-громадянської ідентичності й зміцнення соборності України, творчої практики репортерів з Вінниці, Криму, Львова, Сум, Харкова та з деяких інших міст вважаємо, що складовими регіональних новинних телевізійних повідомлень повинні бути такі соціокультурні цінності (деякі з них назвала у навчальному посібнику Н. Д. Темех [199, с.138–139]: **абсолютні** (віра, надія, любов, працелюбність, шляхетність, доброта, чесність, справедливість, щирість, гідність, милосердя, прощення, досконалість, краса, свобода, нетерпимість до зла, великодушність, мудрість, правда); **національні** (українська національна ідея державотворення, самопожертва в боротьбі за свободу нації, національна гідність, історична пам'ять, пошана до національних символів, утвердження в усіх сферах життя

державної української мови, любов до національної культури, протидія антиукраїнській ідеології); **громадянські** (суспільна гармонія, соціальна та міжетнічна справедливість, культура соціальних і міжетнічних відносин, повага до закону, рівність громадян перед законом, самовідповідальність людини, її права, суверенність особи, право на свободу думки і слова, повага до демократичних виборів та влади, а влади – до громадян, толерантне ставлення до чужих поглядів, які не суперечать українським національним ідеалам та утвердженню соборної української України); **сімейні** (піклування про дітей (батьків), пошана предків, злагода в сім'ї, демократичність стосунків, здоровий спосіб життя, збереження і примноження українських національних традицій і звичаїв); **особисті** (орієнтація на пріоритет морально-духовних і національних цінностей, внутрішня свобода і відповідальність за свої вчинки, особиста і національна гідність, воля, самоконтроль, рішучість, доброзичливість, поміркованість).

Тематично-змістова насиченість новинних випусків на регіональному телебаченні схарактеризованими цінностями є важливою передумовою позитивного впливу на подолання шкідливих роз'єднувальних стереотипів, такого явища, як регіоналізм, ментальної неоднорідності, збереження і розвитку в суспільстві досить значного інтеграційного потенціалу. Внаслідок регіональної і міжрегіональної аксіологічної комунікації (обмін передачами, творче взаємовідвідування журналістами регіонів і правдиве висвітлення життєвого середовища тощо) може створюватися єдиний морально-національний інформаційний «соціокультурний простір» (Т. Кузнецова). Адже будь-яке новинне повідомлення породжується «мовцем і слухачем у конкретних ситуаціях, у межах широкого соціокультурного контексту» [56, с. 159].

Соціокультурний простір України звідусіль пронизують найрізноманітніші за тематикою і змістом новинні потоки, насичені як позитивною, так і негативною інформацією. На телевізійному екрані сучасний глядач бачить сцени агресії в середньому кожні 16 хвилин, а в період від 19 до

23 години (прайм-тайм), коли перед екраном збирається найбільша глядацька аудиторія, цей умовний інтервал скорочується до 12 хвилин. В інформаційних блоках новин телебачення і радіо, на газетних шпальтах рівень негативу сягає 50–80% [72, с. 32]. Зрозуміло, що українські громадяни отримують інформацію негативної насиченості також із зарубіжних ЗМК.

«Знавісніла антиукраїнська пропаганда Кремля набирає вже не просто людиноненависницького, а людиноїдного характеру, – підкреслює академік Іван Дзюба. – Не зупиняються ні перед чим» [59]. Наприклад, сюжет російського телебачення, в якому нібито біженка зі Слов'янська розповідає на камеру про звірства, вчинені українськими «карателями» в її місті. Апогей цих публічних звірств: дитину розіп'яли, різали ножом на очах у матері, а як дорізали, прив'язали матір до танка й волочили її вулицями Слов'янська. Люди ридали, а дехто втрачав свідомість.

Виникають з цього приводу запитання суто антропологічного, психічного характеру. А заступник міністра зв'язку і масових комунікацій Російської Федерації Олексій Волін в інтерв'ю телеканалу «Дождь» так схарактеризував зухвало цинічний наклеп на українців: «Моя позиція – все нормально. Перший російський канал брав інтерв'ю, він показав те, що сказали в інтерв'ю. Це повністю відповідає всім нормам, правилам і критеріям журналістської етики. Є людина, вона говорить. Синхрон дали» [235].

Отже, О. Волін від імені держави видав індульгенцію на подальшу тотальну брехню, маніпуляцію, яку всебічно підтримує В. Путін. Тому вся Росія живе спільним міфом про «неповторну велич», «особливий шлях» і путіноподібного «культурного героя». Вся країна замість правдивої інформації «не кривлячись споживає пропагандистське фуфло» [232]. Як можна простежити за акцентами передач російських телеканалів, Східна Україна – це російська територія, тимчасово окупована ворогом, а діячі культури, письменники, журналісти повністю готові вбивати «українських окупантів». Оруеллівські п'ятихвилинки ненависті (із роману «1984») – це дитяче белькотання порівняно

з російськими репортажами про Україну. Олександр Проханов, зокрема у своїй програмі «Реплика» (канал «Россия 24») виразно описав, як українці, коли їх не завоювати, будуть «вспаривать животы русским беременным женщинам» [235].

Відомо, що 4 березня 2014 року В. Путін безлично розповів, як російські війська в Україні прикриватимуться жінками й дітьми, і вже через кілька днів телевізійні канали показали, як у Криму під прикриттям цивільних «ввічливі» путінські найманці без розпізнавальних знаків на військовій формі штурмують казарми українських військових. На Донбасі вони вже прикривалися містами-мільйонниками, втілюючи в життя іншу тезу свого президента про «найбільшу гуманітарну катастрофу століття». Якщо катастрофи немає, її треба створювати власноруч.

За результатами всеукраїнського опитування громадської думки, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) з 9 по 19 жовтня 2014 р., 83,5% населення України відповіли, що джерелом новин про ситуацію в Україні є українське телебачення, 31% назвали інтернет-сайти, 29% – українські газети та журнали, 21% – російське телебачення, 16% – українське радіо, 11% – соціальні мережі і блоги, 2% – російські газети і журнали, 1% – російське радіо. Коментуючи ці результати, виконавчий директор Інституту масової інформації Оксана Романюк зауважила, що потрібно вимагати від українських каналів підвищити якість роботи і в такий спосіб скласти достойну конкуренцію російському телебаченню. Також підвищувати медіаграмотність українських громадян. «Наші люди мають легко відрізнити правдиву інформацію від джинси або відчувати, коли ними з екранів намагаються маніпулювати. І відмовлятися від таких джерел інформації» [117].

З осмислення цих результатів опитування, зокрема цифри 21%, яка є свідченням того, що джерелами інформації про ситуацію в Україні є російські телеканали, логічно пояснюється, чому «русскій мір» досягає своїх результатів – через нашу слабку протидію, через дуже бідне, викривлене знання самих себе. Наше дослідження тематично-змістового наповнення новинних випусків

регіонального телебачення дає підставу стверджувати, що безпрецедентне культурне та історичне багатство регіонів залишалось поза фокусом телекамер. Не дивно, що так багато людей купилися на «страшилки», які продукували і продукують російські телеканали, вміло лякаючи Донбас Галичиною і навпаки. Незнання правдивої історії України, її мистецько-духовних здобутків призводить до послаблення національної безпеки.

Застосувавши методи глибокого інтерв'ю та сугестії (навіювання), ми з'ясували, що 37–42% новин регіональних телеканалів подають повідомлення, які спричиняють почуття тривоги, страху, безвиході, агресивності. Це досить високий відсоток, адже «за результатами опитування, проведеного 3–19 січня 2013 року Агентством стратегічного консалтингу Bohush Communications, найважливішим каналом для отримання інформації про життя регіону для 69,4% респондентів є телебачення, 21,3% – інтернет, 2,8% – радіо, газети назвали 2,3% опитаних» [55, с. 475].

Зважаючи на те, що основою новинного телевізійного інформування, як і всієї журналістики, є фактологічна база, то «факт, що змінює ситуацію, виконує роль універсальної та обов'язкової компоненти будь-якого новинного повідомлення» [89, с. 142]. Документальну природу фактів у журналістських творах досліджували і досліджують українські і зарубіжні науковці. Серед них – Ендрю Бойд [13], О. І. Бочковський [15], З. Є. Дмитровський [62], В. Й. Здоровега [74], М. В. Комова [89], І. Куляс та О. Макаренко [99], В. В. Лизанчук [103], В. Я. Миронченко [127], К. Овчаренко [141], Д. Рендол [165], М. Стівенс [193], Г. Штромайер [230] та інші. Факт (лат. *Factum* – зроблене) означає дійсну подію, те, що реально відбулося.

О. І. Бочковський зазначав, що факт (подія) – це джерело звістки (повідомлення), яке є «підвалиною та істотною рацією існування часопису», «тому журналіст в описі фактів мав би бути точним як хемік або аптекар, що видає ліки»; «тільки точне повідомлення має корисне значення для загалу»;

«звістка неправдива може спричинити багато небажаних і громадськи шкідливих наслідків» [15, с. 48].

Під словом «факт» прийнято також розглядати судження або в інший спосіб зафіксовану реальність. Отже, мовиться про реальний факт і про факт відображений [74, с. 76]. Така двозначність, як стверджував В. Й. Здоровега, призводить до непорозумінь, навіть до судових розборів, «оскільки під тим самим словом «факт» розуміють різні речі. Численні варіації на теми «факти підтвердилися», «факти не підтвердилися», «факти спростовані» є нічим іншим, як елементарною плутаниною. Якщо це реальний факт, тобто те, що відбулося в житті, то він не може бути ні спростований, ні підтверджений. Очевидно у таких випадках йдеться про відображений кимось факт. Зафіксований вербально чи в інший спосіб реальний чи об'єктивний [правдивий. – П. Д.] факт завжди має елемент суб'єктивності й може бути помилковим, неправдивим» [74, с. 76].

Заслужують на осмислення думки про факт професора В. В. Різуна, який визначив факт як суб'єктивну даність. Від факту не можна відокремити оцінку, як не можна відокремити знання про предмет від предмета, який стає частинкою пізнаної дійсності тоді, коли про нього вже є знання. А знання завжди має оцінний характер. Зазначаючи про обов'язкову наявність оцінного компонента у поданні фактологічної інформації в ЗМІ, В. В. Різун акцентує, що оцінну характеристику фактів треба розглядати лише як «вербально виражене ставлення до чогось чи до когось... Оцінність не буває нульовою, вона може бути вербально вираженою або невираженою. Але вона завжди є. Вона в інтонаціях, ритмомелодиці, порядкові слів». Учений висловлює погляди на факт як на принцип членування соціальної дійсності людьми, як на продукт діяльності людини з дійсністю, про яку людина формує знання. Суб'єктивне сприйняття соціальної дійсності учасниками комунікативного процесу вимагає ставлення до факту як до речі сумнівної і неточної, яка вимагає перевірки, наукового аналізу [166].

Дискусії з приводу природи, сутності факту, його змісту, форми оприлюднення, суспільної реакції є науково важливими в сенсі нашого дослідження. Спираючись на тезу австро-англійського філософа Л. Вітгенштайна, що «ми творимо собі образи фактів; образ є фактом» [26], а також на результати нашого історико-теоретичного системного огляду наукових публікацій і порівняльно-тематичний аналіз новинних випусків, можемо стверджувати, що замовчування ЗМІ соціально важливих фактів збіднює світогляд людей, нівелює громадянську позицію, вихолощує національно-людську гідність. Наприклад, у жовтні 2007 р. у Харкові відбулося засідання Координаційної ради з підготовки заходів у зв'язку з 75-ми роковинами Голодомору 1932–1933 рр. На засіданні були присутні голови обласних державних адміністрацій, міністри, представники СБУ, вчені, Президент України, десяток телевізійних камер. Однак у новинах центральних і обласних телевізійних каналів не було жодної ґрунтовної інформації. Із чотирьох телеорганізацій Харкова (А/ТВК, РІ, 7 канал, ОТБ) лише обласне державне телебачення подало спрощене новинне повідомлення, виокремивши із присутніх голову обласної держадміністрації Добкіна, який згодом разом із міським головою Кернесом продемонстрували яскраво виражену промосковську позицію.

30 січня 2014 р., коли Україна відзначала сумну дату – два місяці – після кривавого розгону беркутівцями мирної демонстрації на майдані Незалежності у м. Києві, члени Харківської облради на чолі з Михайлом Добкіним демонстративно прийшли на сесію у футболках з написом «Беркут». Харківський фотохудожник Володимир Оглоблін сказав, що ця витівка – показник параної. Схоже, що депутати, голова облдержадміністрації втратили орієнтацію у просторі і часі. Це – демонстрація хвороби, синдрому страху. Створюючи так званий «український фронт», харківська влада на чолі з Добкіним і Кернесом намагалася насильно відірвати східну частину України і віддати її на поталу імперіалістичній Росії.



Ольга Герасим'юк у коментарі «Чому ЗМІ не розповіли, що було у вівторок у Харкові» справедливо акцентувала, що найголовнішою причиною замовчування цього суспільно важливого факту є відсутність у багатьох журналістів національно-громадянських орієнтирів, бо вони глибоко не знають правдивої української історії, трагічною сторінкою якої є також Голодомор 1932–1933 рр. Журналісти центральних і регіональних телеканалів покликані різними новинними формами розповідати, що Голодомор був геноцидом української нації, щоби громадяни України усвідомлювали: «те, в чому ми живемо, як живемо – тяжкі наслідки постгеноцидного стану враженого по останню молекулу та останню вакуолю живих клітин нашого організму. Цей постгеноцидний стан був обтяжений 75-літнім нелікуванням психіки та тіла нації, чого негайно потребують як порятунком народи, що пережили смертельну селекцію і наругу. Цей постгеноцидний стан передається на підсвідомому рівні, як пам'ять клітин усім поколінням, що прийшли після тих, кого за ноги відтягали в ями, засипані вапном, тих, хто божеволів і їв своїх дітей. Цей постгеноцидний стан відбивається на усміхнених обличчях тих, хто каже – такого не було й не ходить на могили замучених голодом» [32].

Президент В. А. Ющенко розповів присутнім на Координаційній раді історію про малого Івасика, що йшов до школи й не мав сили, приліг під глиняним горбом, та й не встав, та й ніхто його тіла не підібрав. А та глина посунулась і засипала мертвого Івана. Та так він відтоді і лежить під тим глинищем. І кістяк його вже постарів разом із цією землею на 75 літ. І ніхто того вже діда Івана й досі не витягне звідти й не поховає по-людськи. Хоч усі ходять повз нього і знають, що він там. «І ніякі камери, що були в тій залі... цю історію людям не переказали, бо на ту мить журналісти вже стомилися слухати про Голодомор і пішли курить, чекаючи на вихід Президента до преси, щоб спитать його про Добкіна, мера Харкова. Ніби народ України тільки про це їх, журналістів, і просить зранку до вечора» [32].

Голодомор був можливий як каральний метод для нації, яка не мала державності, – для того, щоб вона її ніколи не мала. Україна була особливо небезпечна навіть після страшної катастрофи давнього розгрому гетьманської столиці Батурина разом із десятками тисяч його жителів, після поразки Мазепи, після ліквідації Козацько-Гетьманської держави, після тодішньої хвилі терору проти українців, знищення їхньої культури, асиміляції. Україна однаково була небезпечна – на самому кордоні з Європою жив дуже численний селянський народ з потужною пам'яттю, з колосальним духом і досвідом визвольної боротьби. Це треба було виморити, вкинути в яму й засипати вапном. «Просто дехто вижив, і, як каже моя подруга, редактор газети, Лариса Івшина, той, хто при пам'яті, – той мусить ходити по українському світу та будити його, бо інакше світ буде недосконалим, якщо він сам собі не скаже правди про нас» [32], – наголосила Ольга Герасим'юк.

Отже, залежно від інтерпретації реального факту, яка неминуха під час перетворення факту на новину, журналіст «може опинитися на позиції «своєї правди», «іншої правди», «чужої правди» і навіть «ворожої правди», – зауважує професор І. Л. Михайлин. – Він може відобразити дійсність на засадах точності й достовірності, а може, навпаки, підігнати дійсність під свою ідеологічну концепцію, яка йому здається, в силу тих чи інших причин, правильною; може, нарешті, просто замовчати соціально вагомому потрібну суспільству інформацію» [129, с. 82].

Про принципову, морально-громадянську важливість правдиво узагальнювати, глибоко і компетентно проникати в суть суспільних подій і явищ [74, с. 32] зазначав професор В. Й. Здоровега. Професор А. З. Москаленко акцентував, що до поняття правдивості соціальної інформації слід додати ще такі важливі елементи: «проникнення в будь-який матеріал до найменших подробиць; достовірність та обґрунтована оцінка журналістом об'єкта зображення – ситуації чи особи; точність у відображенні будь-якого факту, написанні чи вимовленні імен, дати, цифри» [133, с.167].

Однак про правдивість – визначальний етичний стандарт журналістської діяльності – досить часто «забуває» чимало ЗМК. Свідченням цього є висвітлення євроінтеграційних процесів, Революції гідності. Добір фактів до новинних випусків як національних, так і регіональних студій здійснювався заангажовано. Залежно від морально-психологічного стану, політико-ідеологічної свідомості журналістів, власності телеканалів. Одні тележурналісти мотивували свій вибір національно-патріотичними почуттями, тобто українськоцентричними переконаннями. Інші – прислужували злочинному урядові В. Януковича, М. Азарова та їхніх аморальних поплічників з промосковською, антиукраїнською орієнтацією. Частина журналістів займала нейтральну позицію, що ґрунтувалася, як вони стверджували, на балансі думок і поглядів.

Безперечно, що журналістська діяльність, спрямована на забезпечення людини, суспільства правдивою інформацією, повинна зреалізуватися не лише відповідно до загальноприйнятих етичних норм, а й керуватися стандартами, фаховими нормами творення новинних повідомлень.

Нагадаємо, що *стандарт* перекладається з англійської (standart) як норма, зразок, мірило. До журналістських стандартів належать оперативність, правдивість, точність, достовірність, баланс думок і поглядів, об'єктивність, повнота у викладі інформації, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, неупередженість, чесність, справедливість, яскравість мовностилістичних засобів. «Але нинішня суспільно-політична ситуація, тобто інформаційна і військова агресія Російської Федерації проти України спонукає осмислювати стандарти журналістської професії не стандартно, не традиційно, а конструктивно, неординарно» [106], бо під гаслом «дотримуйся стандартів журналістської праці» (нав'язується постмодерна парадигма, де сама спроба розрізнення добра і зла трактується як щось «примітивне», мовляв, «все годиться, все прийнято»).

Публіцист Сергій Грабовський слушно зауважує, що така філософія постмодернізму призводить до пропаганди найпаскудніших ідей і вчинків, до апології державної зради і замилювання насильством, до заперечення національних прав українців і загравання з «руським міром». «Модна нинішня формула західної журналістики про «баланс у висвітленні тих чи інших подій – це справжня світоглядна порнографія, яку французький філософ Філіп де Лара афористично сформулював так: «П'ять хвилин для Гітлера, п'ять для єврея» [41], – зазначає С. Грабовський. – Звідси випливає, що «правда вбивці й правда жертви, правда наглядача концтабору і правда в'язня, правда генерала Пукача і правда журналіста Гонгадзе, правда злодія і правда обкраденого, правда зажерливого ВІПа і правда голодної пенсіонерки, правда цензора і правда автора понищеного тексту – всі вони однакові, всі рівноправні» [42]. Ось вам, мовляв, дві правди, обидві рівноцінні, а все інше нас не стосується... Годі й казати, що такий підхід не має нічого спільного зі справді найкращими журналістськими традиціями, які мали на меті не «баланс», а об'єктивність [41].

Осмыслиючи філософію постмодернізму в контексті нашого аналізу новинних випусків на регіональному телебаченні, маємо підставу стверджувати, що в сенсі власне етики та моралі культура постмодернізму призводить до відкидання ціннісного пріоритету про істинне і хибне, прийнятне і неприйнятне, до ігнорування «моральних центрів» не тільки в нормативному, а й у ціннісному значенні. Це яскраво очевидно в московській антиукраїнській ідеології та агресивній політиці. «Ідеологи «руського міра» заповзято нав'язують постмодерні постулати в Росії, Україні та Європі, тобто, сприймайте нашу, московську, правду, адже усі правди рівнозначні, рівноправні, прийнятні; українська національна ідея суверенного державотворення – це релікт старої доби, нав'язаний ворожими силами проти централізованої російської держави. Мовляв, українська держава – це штучне утворення, це – помилка історії, тому її треба виправляти: повернути Україну в лоно неототалітарної російської імперії. Для цього, за світоглядною парадигмою постмодернізму, яку путінські російські

рашисти переплели зі сталінсько-комуністичною і гітлерівсько-нацистською антинародною ідеологією і політикою людиновбивства, «все годиться, все прийнято» [106].

Зазначимо, що стандарти – це набір правил поведінки журналіста, певна схема дій журналіста в різних життєвих ситуаціях, інструмент професійної саморегуляції під час пошуку істини, подання правдивої, вичерпної інформації про факти, події, явища та їхні наслідки для реципієнтів. Погоджуємося з думкою Сергія Грабовського, що журналіст, який має тільки професійні знання та вміння, – не більше ніж підставка для мікрофона чи додаток до телекамери. Адже місія журналіста і журналістики як соціального інституту, до якого належить регіональне телебачення, – не просто фіксувати телекамерою вислови та дії політиків, спортсменів, зірок шоу-бізнесу, соціологів тощо – аж до «маленьких українців», – а домагатися донесення до масової (цільової) аудиторії максимально об'єктивної, правдивої інформації про минуле, сучасне й майбутнє буття українців у регіональному, національному і світовому просторах. Тому, наприклад, дотримання стандарту «баланс думок і поглядів» не може бути поза врахуванням суспільно-політичної ситуації, тим паче в час загрози національній і державній незалежності України. Заклики деяких учасників теле- і радіопередач припинити АТО, а Донецьку й Луганську «дати свободу» не можуть не обурювати. «Яку свободу? Свободу вбивати, гвалтувати, катувати й грабувати тамтешні бандити й терористи мають, – з болем у серці написав Ігор Лосєв. – А от у Дніпропетровську, Запоріжжі, Харкові їх такої свободи позбавили, внаслідок чого вони невимовно страждають, зате переважна більшість населення живе спокійно» [113].

Заслуговує на повагу і підтримку громадянська позиція секретаря Національної спілки журналістів України В. І. Набруска, який у зверненні до Оргкомітету Всеукраїнського форуму В. А. Ющенкові і П. М. Мовчану написав: «Коли в умовах війни представники найвищого законодавчого органу держави вкладають у розуміння інформаційної політики лише свободу слова і жодним

чином не торкаються питань контрпропаганди, створення на основі існуючих або нових державних інституцій механізмів протидії зовнішній інформаційній експансії та агресії – стає тривожно за майбутнє України. Якщо на кін поставлене історичне питання про існування держави, дискутувати про журналістські стандарти та оминати проблеми прямих інформаційних загроз, які трансформувалися у відкрите воєнне протистояння з надпотужним ворогом, – це грати з ворогом у піддавки» [134].

Зрозуміло, що свобода слова не повинна бути інструментом маніпуляції суспільною свідомістю. Першим правилом, як слушно вважає Еліна Шнурко-Табаківа, має бути інформаційна гігієна – перевірка джерел і дуже вибіркового підхід до повідомлення в новинах про факти, події, явища. «Протистояти потрібно державною інформаційною політикою – від глобального (донесення «місії» країни) до щоденних повідомлень від силових відомств» [227].

«Інформаційна гігієна», морально осмислений підхід до відбору фактів, що ґрунтується на громадянсько-національних цінностях, не є перешкодою дотримання балансу думок і поглядів, створення достовірної, правдивої картини про різні сфери життєвого середовища. Але «в умовах війни говорити про якийсь «баланс думок» не можна, – зауважила головний редактор каналу «Культура», відома телеведуча Тамара Бойко. – Знаєте, коли я чую, як на Донбасі кричать: «Росія! Росія!» – мені відверто шкода цих людей. Вони ж не знають, хто вони, в якій країні живуть, яка її історія... І в цьому заслуга медійників, зокрема їхнього «балансу думок» під час війни» [116].

Регіональні телевізійні канали Донецька, Луганська, Одеси, Харкова 14–15 грудня 2013 р. в усіх новинних випусках показували депутата Верховної Ради України від Партії регіонів Григорія Смітюха, який на мітингу в Києві під цинічною назвою «Збережемо Україну» 14 грудня 2013 р. спонукав присутніх, звезених із Донбасу, Криму, південних і північних областей, подячно скандувати «Путін! Путін!». На відміну від багатьох телевізійних студій Вінниці, Львова, Івано-Франківська, Тернополя, Хмельницького, вони не показували, як

беркутівці у Києві цілеспрямовано стріляли у мітингувальників, жорстоко їх били, катували, що призвело до загибелі українських патріотів, яких громадськість нарекла Небесною Сотнею.

Регіональне телебачення Донецька, Луганська, Одеси, Харкова всебічно не інформувало, що відбувалося на Євромайдані; як щиро, безпосередньо, натхненно читав Сергій Нігоян «Кавказ» Тараса Шевченка:

*Борітеся – поборете,  
Вам Бог помагає!  
За вас правда, за вас сила  
І воля святая.*

22 січня 2014 р., у День Соборності України, ворожі кулі обірвали юнацьке життя вірменина – українського патріота Сергія Нігояна; 26 січня 2014 р., у день, коли білорусу Михайлові Жизневському виповнилося б 26 років, десятки тисяч українців прощалися з його світлою душею, відхід якої у потойбічний світ прискорили кровопивці України. Віддали найдорожче – своє життя за соборну, демократичну українську Україну Юрій Вербицький, Роман Сенік, Богдан Калиняк та інші лицарі-патріоти, імена яких стали відомими згодом, а деяких досі вважають пропалими безвісті.

Аморальні беркутівці, які повністю роздягнули на морозі Михайла Гаврилюка і по-звірячому знущалися над його тілом, не зламали української козацької гідності. Горда, мужня, нескорена постава Михайла Гаврилюка випромінювала дух Шевченкової Незламної Правди, Свободи, Вірності українській Україні.

Тільки за те, що працівники ЗМІ намагалися розповісти Правду про причини конфлікту, конфронтації, протистояння між національною свідомою українською громадськістю і корумпованою, кримінальною владою, 139 з них за період з 30 листопада 2013 р. по 5 лютого 2014 р. постраждали («правоохоронці» їх побили, понівечили, покалічили). Зазнали поранень і знущань понад 20 медичних працівників [107, с. 38; 97].

Однак в українському журналістському середовищі, яке ще, на жаль, не сконсолідовано на засадах україноцентризму, є чимало журналістів, котрі не усвідомлюють, або не хочуть усвідомити, зрозуміти, що людина, яка бреше, маніпулює фактами, – недалеко від тієї особи, яка вбиває. Адже «вона готує психолого-ідеологічне, політичне підґрунтя для вбивства.

Саме таку функцію виконують російські ЗМІ, які тотально обдурюють, оболванюють громадян своєї країни, а також вздовж і впоперек прострілюють брехнею інформаційний простір України, отруюючи свідомість українців, насамперед жителів східних і південних регіонів. Козирна карта московської маніпулятивної пропаганди – нацизм, так званий український фашизм, – «оголтелый буржуазный национализм», бандерівщина, які, мовляв, загрожують російській державі, як це робили колись мазепинці, петлюрівці» [102, с. 99].

Беручи до уваги те, що в медіапросторі України відчувається потужний інформаційний вплив ворожих засобів масової комунікації, ми у своєму дослідженні привертаємо увагу до українських національних сенсів, розумної пропаганди українськості – основи розвитку й утвердження соборної української України.

Цей аспект творення регіональним телебаченням соціокультурного продукту письмово осмислювали студенти 2-го курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка. Комплексно-аналітичний і порівняльно-логічний методи застосовували під час практичних занять із курсу «Психологія мас-медіа». У дослідницькому експерименті взяло участь 135 студентів. Подаємо скорочені варіанти окремих творчих робіт.

**Олена Басараб:** Мої принципи: я не хочу, щоб мене принижували. Я не хочу, щоб мене обдурювали ЗМІ (чи то центральні, чи то львівські). Я не хочу, щоб мою українську мову називали «хохлацьким наріччям». Я не хочу, щоб мій народ знищували. Не хочу їсти, дивитися телевізійні передачі, читати, слухати продукт російського Митного союзу. Я не хочу, щоб мені було соромно перед



тими, які вірили, що Україна буде незалежною, і за це віддавали життя. Я хочу жити вільною і відповідальною. Їду на Євромайдан.

**Іванна Бондарук:** Місцеві та центральні ЗМІ, як і влада, до протестів громадян не були готові. Пояснюю: аналізуючи новинні повідомлення, коментарі, я зрозуміла, що люди не довіряють ЗМІ, і ми маємо з цим боротися. Нам знайоме слово «провокація»; так ось – провокацій було безліч. Телебачення, як і всі ЗМІ, мають дивитися тверезіше на ситуацію, що відбувається, і в регіоні, і в Україні та світі. На жаль, у новинах було багато інформації, яка не мала підтвердження, а викликала лише паніку. Навіщо вимислювати факти? Хто винен? Соціальні мережі насамперед, а потім телебачення. Правдивість, достовірність фактів у новинах – головне!

**Христина Вишивана:** Мрія наших північних сусідів – розірвати Україну на шматки, порушити територіальну цілісність, знищити державу, а відтак – український народ. Для цього потужно використовують електронні ЗМІ, зокрема українські телеканали як місцевого (особливо на Донбасі), так і всеукраїнського значення. Згадаймо заповіт росіянина, великого українця Миколи Амосова: «Куда идти? Только на запад, к созреванию, к стандартам Северной Америки... На Россию оглядываться не стоит. Будущее ее туманно...».

**Даниїл Задорожний:** Вражений від неправдивого, нахабного й абсурдного опису подій у російських ЗМІ. Така недуга притаманна багатьом телеканалам Донецька, Луганська, навіть Харкова й Одеси. Якісно відрізняється телеканал «Дощ», який висвітлив львівський Майдан максимально об'єктивно і навіть зустрівся з львівським головою міста та представниками різних регіональних ЗМІ. Але це крапля в морі. Насправді наших і російських громадян, які єдиним джерелом інформації мають телебачення, зомбують і нав'язують зовсім іншу, вигідну Путіну і Януковичу, матрицю дійсності. Найжахливіше – багато людей вірять.

**Ірина Іванець:** Люди стоять на Майдані не за партію, не за гроші, а просто за людську гідність, за українську Україну. Про це треба постійно

повідомляти у новинах усіх телеканалів. Один з афганців сказав дуже важливі слова: «Студенти своє діло зробили – вони вдало розпочали революцію, тепер ми, старші, повинні її відстояти». Новий телеканал «Еспресо. Революція» цілодобово веде пряму трансляцію, щоби ті люди, які займають позицію «антиєвромайданівців», знали правду. Страшно лише, щоб Україна не поділилась. Житель зі Східної України пояснив: «Люди із Заходу привикли їздити на заробітки, контактувати із жителями європейських країн. Ми боїмося звільнення з роботи, бо сім'ї просто не матимуть за що жити. Нам і так добре». Та не всі антиєвромайданівці так думають; зізнаються, що представники влади їм «заплатили».

**Ольга Ліхобабіна:** Я з Луганська і неодноразово чула від батьків і друзів, як у нашому місті ставляться до євромайданівців. Чимало людей агресивно налаштовані і вважають, що влада повинна розганяти мирні мітинги, аби «не засмічувати» Київ та інші міста України. На Сході чинна влада досі користується неабияким авторитетом, яка хоче, щоб Україна була з Росією, у Митному союзі. У Луганську навіть пройшли мітинги на підтримку Партії регіонів і проти підписання угоди про асоціацію з ЄС. Мітинги організували представники Комуністичної партії України. Думаю, що такий стан підживляють місцеві телеканали, такі як ЛОТ, ЛКТ та інші. Звичайно, не всі проросійськи налаштовані, але мовчать, бо залякані регіоналами і комуністами.

**Марта Мартинюк:** Я майбутній журналіст. Цікавлюся новинами не лише львівських телеканалів, а й центральних. Інколи вражає розпливчастість тексту та не відповідність відеоряду, дріб'язковість фактів. Розумію, що сміливого, чесного журналіста можуть побити за правду, свободу слова. Мати Тереза казала: «Що ви можете зробити для своєї країни? Ідіть додому і любіть свою сім'ю». Тож починаймо з маленького, з себе, там глянь – інші також зміняться, стануть доброчинцями!

**Анна Мончук:** Сьогодні головне – усвідомити свою відповідальність за майбутнє. Хай совість буде, як чистий аркуш паперу, незаплямований зрадою

свого народу, своїх національних інтересів. Хай моя гідність не буде приниженою тими, в кого її ніколи й не було. Нехай я залишуся бідною людиною, зате Людиною з великої літери. І добре, що до таких роздумів спонукають цікаві телепередачі. Побачивши сюжет про дівчину з синдромом ДЦП, яка раділа, що може хоч мінімально чимось допомогти на Майдані і яку не підтримують в цьому бажанні її рідні, я плакала. Раніше мені здавалося, що гасло «Героям Слава!» має стосунок до далеких героїчних часів, які відійшли в історію. Тільки нині я зрозуміла, що героями стаємо ми самі. І тепер щоразу, коли на заклик «Слава Україні!» я відповідаю «Героям Слава!», маю на увазі людей справа і зліва від себе, які творять Добро.

**Сніжана Палажченко:** Нині євромайданівці стежать за кожним необережним кроком журналіста. Якщо телевізійник записує стенд-ап на Євромайдані, то багато громадян не зведуть очей до того моменту, доки не переконаються, що він сказав правду. А якщо ти збрешеш, то глядачі по той бік екрану відверто скажуть: «Брехня». Так було під час прямого включення Євгенія Онопрієнка – журналіста «Інтера». Не один раз глядачі негативно реагували на висловлювання талановитого журналіста Остапа Дроздова з телеканалу «ZIK».

Факти для новин потрібно фільтрувати, чітко висловлювати свої думки, бо через неоковирне речення той, хто каже правду, може уподібнитися до брехуна. Не погоджуюся з тим, що новину треба подавати з нейтральної позиції, бо навіть пересічні громадяни бачать, де чорне, а де біле. Дух Євромайдану і надалі показуватиме, хто з журналістів володіє професійним патріотизмом, а хто – провладний підкаблучник.

**Дмитро Пальчиков:** Журналістика – око правди в нинішній Революції гідності. Якщо запитати працівників різних засобів масової інформації про головну функцію журналістики, то більшість говоритиме про інформування, інтерпретування, розважання тощо. Я вважаю, що треба акцентувати на правдивості висвітлення подій. За добір, подання фактів у новинах треба серйозно відповідати. Влучно висловився один з відомих британських

журналістів: «Стверджувати, що роботою журналіста є констатувати факти – це наче казати, що архітектор займається укладанням цегли – наче й правда, проте вона ані трохи не відображає суті». Пам'ятаймо, що журналістика – це зброя, яку має тримати в руках людина з морально-національними чеснотами.

**Тетяна Русінкевич:** Події, що нині сколихнули Україну (та й не тільки), є тим «лакмусовим папірцем» істинної журналістики, який випробовує чесність та мужність кожного новинарника. Місія мас-медіа полягає в тому, щоб, незважаючи на різноманітні обставини, говорити аудиторії правду. Замовчування чи спотворення фактів все одно «вилізе з мішка». Ціна слова і зображення на екрані надто висока. Ті представники ЗМІ, що бувають у самій гущі «гарячих точок» в Україні, виявили мужність і показали свою громадянську позицію, діяли за морально-духовними принципами і соціогуманістичними переконаннями, заслуговують найбільшої пошани. Тяжко, певно, залишатися повністю об'єктивним у висвітленні військових дій. Та, крім професійних обов'язків, кожен повинен бути Людиною й Громадянином, тому я захоплююся безстрашними репортерами з касками на голові. Орудуючи такою потужною зброєю, якими є слово і зображення, журналісти повинні бути якнайпильнішими; тільки достовірні, соціально значущі факти мають фігурувати в їхніх новинних повідомленнях.

Отже, аналіз публікацій у фахових виданнях, періодичній пресі, результатів опитування 58 журналістів регіональних телеканалів і 135 студентських письмових робіт дають підставу стверджувати, що новинний соціокультурний продукт в Україні може бути насичений національно-духовним, морально-громадянським інформаційним потенціалом за умови, коли на регіональному телебаченні, як і у всіх ЗМІ, запанує змагання журналістських чеснот за абсолютні, національні, громадянські, сімейні та особисті цінності. Мовиться про розробку національної комплексної програми гуманітарного розвитку України, в якій інформаційній сфері регіонів і всієї держави відводилася б визначальна роль як засобу формування світоглядних позицій та

збереження традиційних моральних імперативів, художньо-естетичних, національно-громадянських ідеалів.

### **Висновки до розділу 1**

Проаналізовано й осмислено наукові джерела (дисертації, монографії, підручники, навчальні посібники, наукові статті фахових видань), які стосуються функціонування регіонального телебачення, зокрема створення новинних повідомлень. Зіставлено різні трактування поняття «новина – новини». Осердям новинного телевізійного повідомлення є фактологічно-візуальна база.

Комунікаційний ланцюжок «факт – новина – телевізійний канал – інтерес/потреба людини – особиста і суспільна реакція» створює новий фрагмент реальності, що змінює звичну дійсність, тому до змістового наповнення новини має бути значна суспільна увага. У цьому контексті акцентовано, що під час війни, яку розв'язала Російська Федерація проти України, потрібно неординарно розуміти, трактувати стандарт журналістської діяльності «баланс думок і поглядів» і що головною зброєю проти інформаційної агресії є правда, якою повинен бути насичений кожний випуск телевізійних новин.

Регіональне телебачення, як і всі телевізійні канали України, має бути за духом, змістом і формою національним, бо на запроданому інформаційному полі завжди готові паразитувати ті, хто ладен за гроші-срібняки пропагувати чужі ідеї, обслуговувати аморальні інтереси, видаючи це за благо української нації. Якщо телебачення не під контролем національного громадянського суспільства, то воно нічим не краще від тоталітаризму держави.

Визначено і схарактеризовано методи дослідження соціокультурного аспекту регіональних телевізійних новин в українськоцентричному контексті, а також методичні вимоги до творення новинних повідомлень.

Науково окреслено роль телевізійних новин у контексті формування і утвердження української національної ідентичності – базового фундаменту

розвитку та зміцнення незалежної, соборної, демократичної, правової Української держави в сучасних складних міжнародних реаліях. Адже без міцної загальноукраїнської національної ідентичності регіональна ідентичність може перетворитись у загрозливе явище щодо соборності України

Відсутність цілеспрямованої, методологічно обґрунтованої, соціогуманістичної інформаційної політики в Україні також спричинилася до засилля російської антиукраїнської маніпулятивної пропаганди, яка підживлює гіпертрофовані регіональні особливості, сепаратистські дії частини населення Донецької, Луганської та інших областей і Автономної Республіки Крим.

Зростання ролі регіонального телебачення (суспільного, громадського, комерційного) в системі ЗМК зумовлює удосконалення професійних методів новинного виробництва, тобто ознайомлення глядачів із соціально важливими фактами, їхнім документальним підтвердженням, смисловою інтерпретацією, аксіологічною спрямованістю.

В основі регіонального медіавиробництва, яке зачіпає інтереси і потреби тієї чи іншої людини або українського суспільства загалом, незалежно від того, чи стосується соціальних проблем, політики, економіки, культури тощо, повинно бути інформування про регіональні, всеукраїнські та загальнолюдські цінності в органічній єдності, яке за таких умов сприятиме формуванню здорових морально-психологічних якостей, соціогуманістичного світобачення, державницького мислення, національно-громадянської гідності.

Отже, до головних завдань регіонального телебачення належить активне сприяння формуванню української національно-громадянської ідентичності, подоланню песимізму в населення щодо можливості побудови соборної, незалежної, правової, демократичної держави, створення власною працею гідних умов життя внаслідок всебічної модернізації країни.

У результаті осмислення соціокультурних складових журналістики, названих професором М. Г. Житарюком, сутності українськоцентричної політики та ідеології, які є основою формування національної ідентичності та

зміцнення соборності України, і творчої практики репортерів з Вінниці, Дніпропетровська, Криму, Львова, Сум, Харкова та деяких інших міст обґрунтовано соціокультурні цінності регіональних новинних телевізійних повідомлень.

Тематично-змістова насиченість новинних випусків на регіональному телебаченні абсолютними, національними, громадянськими, сімейними, особистими цінностями є важливою передумовою позитивного впливу на подолання шкідливих роз'єднувальних стереотипів, такого явища, як регіоналізм, ментальної неоднорідності, збереження і розвитку в українському суспільстві досить значного інтеграційного потенціалу.

## РОЗДІЛ 2

### НОВИНИ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЦЕНТРИЧНОЇ ПАРАДИГМИ

Інформаційний простір України наповнений багатополлярними новинними повідомленнями. Вони породжують і тиражують певні меседжі у суспільній свідомості. Їхня морально-психологічна сутність залежить від мети журналістського інформування – добродійного чи зловорожого. З огляду на це «далеко не кожна думка має бути проголошена в інформаційному просторі, тим паче, якщо вона спонукає до повалення конституційного ладу в країні. Не обов'язково надавати ефір кожному бандитові чи засланцю іншої держави, які виконують тут спецоперацію. Або давати, але супроводжувати їхні вислови глибокими поясненнями та передісторією» [98]. Та людина, яку запрошують в ефір, повинна виражати позитивну суспільну думку, адекватно, з історичною тяглістю і авторитетом. Її думки можуть бути непопулярними, але у жодному разі не можуть бути антиукраїнськими чи протизаконними. Адже сьогодні йдеться не просто про безпеку, а про територіальну цілісність України, тому давати слово тим, хто розриває її на частини, – безвідповідально, аморально. Має рацію Тамара Бойко, яка з обуренням написала, що наші (так звані) плюралісти запрошували у телевізійні програми Єфремова, Шуфрича, Бондаренко, Герман, Царьова, Кілінкарова, Симоненка та інших рафінованих промосковських політиків, які безпардонно поширювали дезінформацію про українські справи [116]. «Таких персонажів, як Шуфрич, завдяки телебаченню знають усі, а світлих людей із Небесної Сотні ми вперше побачили на екранах... мертвими. Це вирок інформаційній картині країни, – зазначила Лариса Івшина. – Про відповідальність власників каналів за політику апартеїду до власного народу говорила я всі ці роки. Сьогодні журналісти, повторюю, все хочуть звести до одного Януковича. І всі проблеми затулити ним. Енергію людей треба витратити дуже раціонально. Після першого Майдану 10 років проминуло, але



жодних інформаційних висновків зроблено не було. Тому зараз буде або реальний прорив до морально-національних стандартів людської та професійної поведінки, або дуже погані результати. Не треба забувати про могутнього гравця, який має особливий інтерес у тому, щоб ми провалились зі своїм сценарієм націотворення та державотворення» [80].

Філософ Юрій Лобода в інтерв'ю сказав, що нині відбувається війна цінностей, світоглядних орієнтирів. Українці завжди були будівничими – і в матеріальному, і в духовному сенсі. На їхньому креативі поставала і Російська, і Радянська імперії. А Росія завжди була споживачем, часто агресивним, який загарбував і паразитував, з того й жив. «Війною Росія показала своє справжнє ставлення до України – агресивно-вороже. І в цьому, я б сказав, конструктив цієї війни, – зауважує Ю. Лобода. – Для українців вона – певний момент істини. Українці побачили справжню природу російської «братньої допомоги». А війна ідей і цінностей з Росією не закінчиться ніколи. Принаймні доти, поки й Росія не зробить новий цивілізаційний вибір» [7].

Україна має всі морально-духовні, національно-інтелектуальні можливості показувати Росії приклад цивілізаційного розвитку. У цьому процесі всеукраїнське і регіональне телебачення може виконувати провідну роль, якщо слово і зображення в ефірі щоразу буде для глядача променем щирого стрітення і довіри, ключем до національно-духовних одкровень, захистом від так званого інтелектуального антиукраїнізму, сонцесяйністю вознесіння національної гідності, високої моралі і духовності [105, с. 199]. Отже, кожна мить журналістської праці над створенням інформаційного соціокультурного продукту має бути наснаженням, утвердженням слова і зображення в їхній морально-духовній суті й добродійній силі.

## **2.1. Регіональне телебачення в інформаційному просторі України**

У стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного слід ставитися як до феномену і вічного джерела духовно-морального

потенціалу, у розвиток і утвердження якого в інформаційному просторі України вносить свою вагому частку регіональне телебачення. Зважаючи на це, важливо з'ясувати, що таке інформаційний простір України, в якому циркулює, обертається найрізноманітніша інформація.

Володимир Здоровега вважав, що «національний інформаційний простір – це юридично визначена територія держави, яка є сувереном щодо поширення на цій території сукупності текстової, звукової, аудіовізуальної та ілюстративної інформації через канали засобів масової комунікації. Держава захищає відповідно до чинного законодавства України з урахуванням міжнародних правових норм цей простір від антиукраїнської, антиконституційної інтерпретації з боку ворожих до України інформаційно-пропагандистських засобів» [75, с.15].

Борис Потятиник запропонував таку дефініцію: «Національний (транснаціональний) інформаційний простір – це сфера реального, тобто позначеного фактично здобутою аудиторією, впливом національних засобів масової комунікації» [157, с. 23].

Майя Нагорняк висловила своє розуміння так: «Інформаційний простір – це сукупність, система усіх (державних і недержавних) друкованих і аудіовізуальних засобів масової інформації, їхня законодавчо підкріплена, юридично та економічно врегульована діяльність, спрямована на утвердження у суспільстві засад цивілізованої високорозвиненої держави, на утвердження миру, спокою, стабільності у життєдіяльності кожного громадянина зокрема і країни, світу в цілому» [135, с. 55].

Анатолій Чічановський і Володимир Шкляр дали таке визначення: «Під інформаційним простором ми розуміємо, перш за все, територію розповсюдження інформації за допомогою конкретних компонентів національної (загальнодержавної) системи інформації і зв'язку, діяльність якої має гарантоване правове забезпечення. До таких компонентів належать: 1) матеріальні (технологічні) можливості розповсюдження інформації по

горизонталі та вертикалі, її передачі у будь-яких напрямках; 2) наявність регіональних та міждержавних угод, оснований на розумінні того, що жодний із процесів інформації не може розглядатися у якості феномена виключно національного характеру [206, с. 93].

Віталій Карпенко зазначив, що «інформаційне поле (простір) – поняття не космічне (хоча повітряний і космічний простір можуть входити і входять до складу інформаційного поля, не географічне (хоча територія є його невід’ємною частиною), це поняття – соціально-політичне і містить як територіальний, так і космічний фактори, а надто – людський, оскільки суспільна інформація призначається для людини, людина – її споживач, і без людини як живого носія, творця культури інформація втрачає свій сенс» [84, с. 62].

Іван Крупський вважає, що «інформаційний простір – сукупність усіх видів засобів масової інформації, які знаходяться на теренах держави, незалежно від їхньої підпорядкованості, структурованості чи типології, а також мас-медіа, що видаються (газети, журнали, книги) або виробляють свою продукцію (радіо- і телепрограми, інтернет-сайти) за кордоном й спеціально, в силу якихось політичних, економічних інтересів, або без жодних намірів (найчастіше через різні технічні причини) розповсюджуються частково (локально) у межах конкретного регіону (або кількох областей) чи охоплюють своїм розповсюдженням цілу територію іншої держави» [96, с.189].

Анатолій Чічановський та Олександр Старіш вважають, що «інформаційний простір – це специфічне середовище, в якому в процесі інформаційної взаємодії трансформується контент взаємодії. Особливо значущо в інформаційному просторі змінюється характер геополітичного протистояння в боротьбі за досягнення інформаційної переваги, що відкриває великі перспективи і можливості контролю інформаційних ресурсів супротивника. У форматі інформаціології термін «інформаційний простір» розуміється як сукупність суб’єктів інформаційної взаємодії, власне інформації, інформаційної інфраструктури й суспільних відносин. Інформаційний простір є

системоутворюючим чинником життя суспільства, бо фактично зумовлює стан соціально-політичної й економічної складових безпеки нації. Він обумовлює характер інформаційної політики держави, що повинна мати два виміри: 1) техніко-технологічний, пов'язаний із тотальним упровадженням телекомунікаційних систем та інформаційних технологій у всі сфери життєдіяльності індивіда, суспільства й цивілізації; 2) гуманітарний, пов'язаний з наслідками впливу на психіку індивіда й суспільну свідомість, а також тотального впровадження інформаційних технологій у всі сфери життєдіяльності індивіда, суспільства й цивілізації» [221, с.164–165].

Василь Лизанчук вважає, що у контексті історичних та нинішніх зовнішніх і внутрішніх суспільно-політичних реалій український національний інформаційний простір – це сукупність, система засобів виробництва і поширення інформаційної, інтелектуальної, естетичної продукції, творці якої сповідують україноцентризм, який охоплює національну свідомість, державницьке мислення, глибоку моральність і духовність, патріотизм і громадянську мужність, необхідність розглядати всі важливі події в Україні та світі крізь призму національних інтересів України, загальнолюдських ідеалів і дає обґрунтовану відсіч чужоземній агресивній інформаційній експансії [105, с. 275].

Отже, ці дефініції відображають психолого-професійні аспекти творення новин на регіональному телебаченні, які покликані задовольняти іманентні властивості людини, оточуюче її середовище, а також весь світ. На перше місце виходить інтелектуально-національний, морально-духовний інформаційний ресурс. «Інформаційний простір сучасної держави повинен вміти працювати не лише з позитивами, а й негативами – тими загрозами, які виникають повсякчасно, – акцентує Г. Г. Почепцов. – Саме робота з негативними ситуаціями є перевіркою для ефективності чи неефективності інформаційного простору» [159, с. 218].

Людство завжди збирало, опрацьовувало та поширювало інформацію. У сучасному постіндустріальному (інформаційному) суспільстві внаслідок розвитку новітніх інформаційних технологій відбувається розмежування на загальні, світові, глобальні, з одного боку, і місцеві, локальні, з іншого, новини. Ігор Михайлин у монографії із символічною назвою «Журналістика як всесвіт...» слушно зазначає, що одні новини перебувають у компетенції транснаціональних інформаційних корпорацій, світових інформаційних агенцій. Іншими займається місцева журналістика. Її називають регіональною, місцевою, локальною. Але сутність від того не міняється: її обов'язок – розповідати про новини, що відбуваються у певній географічній точці. Місцеві ЗМІ функціонують у межах закону наближення інтересів – правило географічного наближення. Його сформулювали так: «чим далі від місця мешкання людини відбувається подія, тим менше шансів, що ця новина викличе інтерес. Смерть сусіда з рідного села завжди хвилює більше, ніж загибель тисяч людей за океаном» [34, с. 14]. Це є однією з таємниць зацікавленості місцевими новинами.

Правда, якщо факт, подія, явище «певної географічної точки» викликають міжнародну зацікавленість, то про них у новинних випусках повідомляють світові інформаційні агенції. Людина водночас може отримати інформацію з новинних повідомлень як регіонального, українського центрального, так і зарубіжного телеканалів. Наприклад, 24 листопада 2014 р. у Посольстві Великобританії в Україні відкрили меморіальну дошку на честь Пилипа Коновала – єдиного українця, який отримав з рук британського короля Георга V найвищу нагороду Сполученого Королівства – Хрест Вікторії. Про цю надзвичайну подію повідомили британські, загальноукраїнські та хмельницькі регіональні телеканали.

Пилип Коновал народився в селі Кутківці Хмельницької області й емігрував до Канади 1913 р. Він вступив до Канадських експедиційних сил, де служив у піхоті. Видатний воїн був капралом і отримав Хрест Вікторії за відвагу та ініціативу, виявлені під час битви у французькому Ленсі у серпні 1917 року.

«Цей унтер-офіцер самотужки знищив щонайменше шістнадцять ворогів і доблесно бився протягом двох днів наступу аж до свого важкого поранення», – писали англійські журналісти в повідомленнях про нагородження Коновала.

«Для багатьох канадців Пилип Коновал став символом хоробрості, його іменем названо відділення Королівського Канадського Легіону у Торонто, видано праці про його життя, – розповів посол Канади в Україні Роман Ващук. – Служба Коновала – віддзеркалення складної долі українців, які емігрували» до Канади наприкінці XIX – початку XX століть. Цю спільну історію нам разом треба згадувати, вивчати, переосмислювати».

У 2000 році канадські українці відкрили у Кутківцях пам'ятник Пилипові Коновалу. Меморіальні дошки на честь славетного українця є у Франції і Англії [163]. Новини такого змісту мають просвітницько-виховний характер, належать до «осмисленої журналістики», суть якої полягає в тому, що «у пошуках засобів найефективнішого впливу на аудиторію тележурналісти вдаються до семіотичного інструментарію, за допомогою якого здійснюється тимчасова транспозиція, тобто перенесення глядача в екранний світ, який створюється із знакових комплексів та декорується глядацьким сприйняттям» [5, с.11]. Тому новинна телевізійна інформація стала для багатьох особливою сферою буття – рівнозначною та паралельною до сфери буття справжнього.

Змістово-тематичне наповнення новинного продукту регіонального телебачення зумовлене також масштабністю охоплення глядачів. Залежно від території поширення програм визначають територіальну категорію мовлення і територіальну категорію каналу мовлення або багатоканальної телемережі. Загальнонаціональне мовлення – це «мовлення не менше ніж на дві третини населення кожної з областей України» [73, с. 98]. Регіональне мовлення – це «мовлення на регіон (область, декілька суміжних областей), але менше ніж на половину областей України» [73, с. 98]. Місцеве мовлення – це «мовлення на один чи кілька суміжних населених пунктів, яке охоплює не більше половини території області» [73, с. 98].

Отже, регіональне телебачення є самостійним сегментом структури національного телебачення, яке «покликане сприяти формуванню у людей державницького мислення як мислення національного, гуманного, демократичного, громадянського, відповідального за особисту долю, долю родини, держави. Українському народові треба повернути національну історичну пам'ять, дати, за словами Григорія Сковороди, духовний меч як найвищу, духовну, моральну, естетичну цінність, національну свідомість» [108, с. 9]. Адже без національних культур і мов не існує. «Всяк мусить пізнати свій народ і в народі себе. Чи ти рус? Будь ним... Чи ти лях? Лях будь. Чи ти німець? Німечествуй. Француз? Французюй. Татарин? Татарствуй. Все добре на своєму місці і в своєму лиці, і все красно, що чисто, природно, що не є підробкою, не перемішано з чужим по роду» [234], – зазначає Григорій Сковорода.

Актуальність цього висловлювання Григорія Сковороди є незаперечною й тепер, коли триває гостра інформаційна війна за українські національно-гуманістичні цінності. Віктор Набруско справедливо зауважує, що в український інформаційний простір підступно щоденно вживляється «руській мір». Приватні телевізійні компанії, які свого часу безцеремонно присвоїли собі інформаційно-частотний ресурс, що належить українському народові, ведуть неприховану пропаганду радянсько-російських цінностей через художньо-мистецькі, розважальні, а також інформаційні програми. Мережеві приватні радіостанції нахабно нав'язують вульгарні смаки країни-агресора. Телерадіокомпанії України, що під час розгортання російської агресії у 2014 році вели пропаганду війни, безкарно працюють і нині. «В епоху цифрових технологій Україна демонструє зразки печерної технічної відсталості в системі масово-комунікаційних зв'язків. Ніхто досі [мовиться про листопад 2015 р. – П. Д.] так і не спромігся заглушити аналогових сигналів радіотелевізійних передач, що безперешкодно працюють на територіях так званих донецької і луганської республік та ведуть антиукраїнську пропаганду» [134].

Хоч регіональний інформаційний простір звужує можливості під час добору потрібних фактів для новин, але в комунікаційному процесі доцільно дотримуватися гуманістичної формули «Єдність через різноманітність» і позитивними фактами зацікавлювати глядача. Адже сьогодні суспільство страждає від посттравматичного синдрому. Цю проблему розуміють журналісти Полтавської обласної державної телерадіокомпанії «Лтава», її генеральний директор Євген Лопушинський, який роздумує над тим, як підвищувати інтелектуальні потреби глядачів, відучувати від захоплення дешевою чужомовною розважайлівкою, примітивними передачами. «Якщо ми будемо говорити з ними про ті речі, які їм доступні і зрозумілі, і потихеньку їх втягувати у дискусію (скажімо, 80% давати цікавого їм, а 20% – серйознішого контенту), можливо, вони будуть прогресувати і «підтягуватися». Звичайно, нам потрібно культивувати національну еліту, яку, на жаль, особливо в 20-30 роки минулого століття, було знищено» [216].

Найпопулярнішою серед полтавських глядачів є рубрика «Звичайні герої» (На ТРК «Буковина»(Чернівці) – «Герої» ). Це – сюжет у новинах, а також окремі передачі, присвячені й тим воїнам, які боронять Україну, і тим, які, на жаль, відійшли в минуле, героїчно віддавши життя за найдорожчу національно-духовну цінність – соборну незалежну Україну. У рубриці «Звичайні герої» може бути також новинна оповідь про журналістку Наталю Святцеву, яка щотижня буває у найгарячіших точках АТО, а також є активним учасником волонтерського корпусу «Полтавський батальйон небайдужих».

Полтавська ОДТРК «Лтава» перебуває на відстані «витягнутої руки» від споживачів. «Відповідно до нас іде більше звернень, і ми активніше на них реагуємо, на відміну від центральних каналів. Несправедливість у судах, бездіяльність влади, інші регіональні проблеми... – ці місцеві теми в епіцентрі уваги полтавських телевізійних журналістів, – задоволено розповідає Євген Лопушинський, а далі тривожиться. – Для нас сьогодні, коли триває процес створення Суспільного мовлення, якраз важливо не втратити зв'язок із



аудиторією, продовжувати бути «майданчиком» для будівництва громадянського суспільства «знизу»... Якщо піти неправильним шляхом і залишити замість ОДТРК кореспондентські пункти з обмеженою кількістю часу, то зберегти наші напрацювання не вдасться. Я постійно всім кажу, починаючи від журналістів і закінчуючи менеджментом – працюйте над собою. Осмислений телевізійний продукт – від новин до телевізійних нарисів – завжди знайде свого споживача. Якщо ми продукуватимемо якісний і конкурентоспроможний продукт, тоді немає значення, що за вивіска на нашій компанії – державна, суспільна, філія чи ще щось» [112].

Директор ТРК «Скіфія», голова Херсонської обласної організації НСЖУ Валерій Долина твердо переконаний, що майбутнє за регіональними і місцевими телеканалами. Хоча все залежить від політичної волі керівництва держави. «Ми намагаємося перейняти найкращий досвід наших колег з усього світу, щоб організувати якісне телевізійне мовлення в регіоні, – розповідає Валерій Долина. – Суспільне мовлення, на мою думку, про яке так багато говориться, доцільніше розвивати на базі обласних ТРК. Вони ближчі до свого глядача. Саме звідти люди черпають інформацію про місцеве життя, повноцінну картину якого не можуть передати Національний чи всеукраїнські канали» [151].

Валерій Долина вважає, що порівнювати херсонський ТРК «Скіфія» з такими каналами, як «1+1» чи «СТБ» неправильно. Вони надто різні за спеціалізацією. Зважаючи на це, недоречно зіставляти їхню популярність, яка подекуди ґрунтується на розважальних проектах, із популярністю «Скіфії». «Наше завдання полягає в тому, щоб телевізійний канал міг задовольняти інформаційні потреби всіх верств населення Херсонщини – від маленького глядача до людей похилого віку. Звичайно, за допомогою розважальних програм утримати більшу аудиторію легше, але це не наша методика. Ми надаємо перевагу інформаційно-аналітичним передачам, культурологічним, історичним програмам» [151].

Заслужує на увагу досвід тележурналістів «Скіфії», які готують програми для обміну з Київською державною телерадіокомпанією. Миколаївська ТРК розвиває проект «Україна – морська держава», і «Скіфія» також бере у ньому участь разом із Черкаською, Вінницькою та Полтавською телерадіокомпаніями. Така «інтеграція» є важливою передумовою розширення пізнавальних інтересів глядачів різних областей, формування у них не лише регіонального, а й всеукраїнського патріотизму, створює відчуття громадянського порозуміння, національної соборності.

Правда, головний редактор інтернет-газети «Херсонська правда» Тарас Бузак критично оцінює історичні передачі «Скіфії», бо вони недостатньо професійні й дуже часто транслюються у записі. «Дивитися новини на херсонських каналах без болю в серці взагалі не можна, – коментує Тарас Бузак. – В ефір подають сюжети виключно в тому ключі, в якому вигідно владі, або людям, яких влада підтримує. Лише на каналах «ВТВ плюс» та «Херсонплюс» інколи з'являються «новини» свіжого інформаційного повітря – новини з натяком на об'єктивність. Випуски новин на інших каналах – це навіть не «джинса», а стиль існування регіональних мовників» [151].

У Херсоні цілодобово працює онлайн-радіо, яке подає українські колискові пісні, ознайомлює з колисковими німецького, польського, шотландського, єврейського та інших народів, транслює для малят класичну музику. Автор проекту – клірик храму Святителя Петра Могили Валерій Харченко: «Ми з приятелем отцем Павлом переконані, що людину треба долучати до прекрасного змалечку. Цьому приділяється недостатньо уваги. А, між іншим, українці створили чимало чудових творів у жанрі колискової. Це – наш зв'язок із минулими поколіннями, це робить нас родом. Ментальні якості закладаються, зокрема, з рідними піснями, першими національними мотивами» [3].

Однак цей соціально важливий факт не був оприлюднений ТРК «Скіфія» та іншими херсонськими телеканалами, і він не постав у свідомості людей як

визначна соціокультурна подія. А «подія – це зміна, – стверджує шведський дослідник Ерік Фіхтеліус. – Щось відбувається швидко, конкретно, помітно і в обмежений проміжок часу. Щось змінюється, факт зміни і є новиною» [211, с.15], що спонукає до співпереживання – однієї з форм практично-духовного освоєння життєвого середовища. Новинні повідомлення мають сприяти розвитку у глядачів пізнавальних, почуттєвих і поведінкових мотивів. «Я проти маніпулювання новинами, – акцентує Микола Княжицький. – Треба виходити із цінностей, які близькі українцям, що хочуть бачити свою країну рівноправною частиною європейського співтовариства» [88].

Слушні думки про сутність новин висловив У. Хачтен: «Новина, зазвичай, не є відокремленою одиничною подією, хоча телевізійні новини часто справляють саме таке враження. Новина – це процес, який почався у недавньому минулому, існує в сьогодні і триватиме у майбутньому. Тож підґрунтя новини та її контекст важливі в тій же мірі, що і наступні повідомлення. Також можна сказати, що новина за своєю природою непостійна і мінлива... Новина як корисне суспільне знання складається з безлічі елементів, що відрізняється від поговору, пікантних історій, розваг, чуток і, особливо, скандалів, хоча всі вони можуть містити в собі зачатки новин і, на жаль, дуже часто залучаються до їх повідомлення. Новина має довгу цікаву історію. Те, що є новиною для однієї людини, для іншої може бути розвагою, натхненням, пропагандою або відвертальним чинником» [16, с. 258].

Визначальними критеріями для оцінення якості регіональних новин у зіставленні з новинами центральних каналів є змістова наповненість важливими місцевими фактами, орієнтованість на гуманістично-національні цінності, відповідність всеукраїнським і регіональним інтересам, правдивість, вчасність подання до ефіру, професійне використання візуально-вербальних компонентів. Ці критерії ґрунтуються на характеристиках новини у словниках, довідниках, визначеннях науковців, про яких мовилося вище, та британця Девіда Рендола, який стверджує, що «новина» – це передовсім свіжа інформація. На його думку,

будь-яке повідомлення без свіжої інформації буде лише коментуванням давно відомих речей. За визначенням Рендола, новини – «це щось свіженьке, щось таке, чого люди раніше не чули, і найголовніше, що цікавить читачів. Йдеться не тільки про те, що вражає публіку чи впливає на суспільне життя, але й про те, що людей цікавить» [165, с. 21]. При цьому, як підтверджують опитування репортерів і власний журналістський досвід, потрібно брати до уваги чинник інтересу, майстерності, психологічного сприйняття, соціальної дії [226, с. 3]. Графічно це можна зобразити так:



Професор Василь Лизанчук вважає, що «подія – це переміна в обмежений відрізок часу, то факт цієї зміни і є новиною» [108, с. 234], про яку глядачі довідалися з інформаційного повідомлення. Отже, новини (основою будь-якої новини є факт), які в редакції відбирають для телевізійного повідомлення, повинні допомагати громадянам орієнтуватися у складному та суперечливому світі, розуміти процеси суспільно-державної життєдіяльності в Україні та своєму регіоні, намагатися позитивно на них впливати. Доречно тут зазначити, що у системі інформаційних жанрів французьких ЗМІ фактом називають найменшу жанрову форму. Обсяг факту (жанру) – щонайбільше 4–5 рядків (до чотирьох коротких речень, кільканадцять секунд). В українських ЗМІ факт – це хронікальне повідомлення в газеті, по телебаченню чи радіо. Реципієнт отримує відповідь на запитання «Що відбулося? Де?». Інколи зазначається також «Коли?». Це своєрідний «лід». Найменшим також за обсягом буває телевізійний сюжет – завершений твір телевізійного мовлення.

«Телевізійному сюжету властива драматургічна завершеність форми, оскільки завдання сюжету полягає в тому, аби подію чи факт виразно донести до глядача за лічені хвилини, спрямувати увагу глядача на суттєві, найважливіші деталі явища, – зазначають Сергій Горевалов і Григорій Десятник. – Тематично всі новини поділяються на політично-соціальні, спортивні, економічні, культурні та розважальні. Відповідно до цього поділу існують загальноінформаційні, спортивні, економічні, мистецько-культурні випуски новин, а також так звані «інші», неполітичні новини, тобто такі, які висвітлюють побутові питання, містять розважальну інформацію, новини для допитливих, любителів курйозів тощо» [38, с. 76].

Погоджуємося з твердженням, що «новинами можуть бути ті події, які сталися давно, але з певних причин досі невідомі громадськості» [108, с. 234]. У контексті нашого наукового дослідження на це трактування новини звертаємо особливу увагу. Адже можна навести чимало прикладів тривалого замовчування правдивих фактів з української історії, їхнього фальшування, ігнорування, суворої заборони згадувати. Це негативно відобразилося на суспільно-політичних настроях і переконаннях українців. Наслідки – різні сепаратистські дії, промосковські прагнення, наприклад, на Луганщині й Донеччині також пов'язані з «білими» та «чорними» плямами – відсутністю у багатьох жителів цих областей правдивих історичних знань. До цього причетні регіональні ЗМІ, зокрема телебачення, працівники якого займали, так би мовити, нейтральну, замасковану або відверто антиукраїнську позицію. Наприклад, під час відзначення тієї чи тієї річниці заснування Луганська з благоговінням називають російську імператрицю Катерину II, яка у 1795 році видала указ про заснування ливарного заводу. Саме цю дату місцеві владці та журналісти вважають днем народження Луганська. Насправді початком заснування і розвитку Луганська є село Кам'яний Брід, в якому вже 1761 року запорозькі козаки збудували церкву.

Ігор Саєнко видав книжку «Минуле українського козацтва на Луганщині», яка характеризується науковою аргументованістю, публічною переконливістю, органічним поєднанням історичного минулого із сучасними проблемами становлення державності на противагу неправдивим, заідеологізованим постколоніальним догмам. У цьому історично-популярному краєзнавчому дослідженні Ігор Саєнко вміло систематизував історичні факти, події. Усе це й дало йому можливість розповісти про запорозьке і слобідське козацтво не тільки на теренах сучасної Луганської області, а й на етнічних українських землях, нині території прикордонних областей Росії [140]. Однак у новинних випусках телеканалів Луганщини не знайшлося місця, щоби поінформувати людей про цю потрібну, актуальну і цікаву книжку, яка відчиняє чисте вікно у правдивий світ українського минулого. Безперечно, «випуски новин не можуть бути чимось застиглим за своєю формою – змінюється їхній обсяг і, зрозуміло, – підходи до відображення подій, рівень об'єктивності, змістової насиченості, залежності каналу від цінностей та вимог суспільства» [52, с.134].

Має рацію дослідник Євген Соломін, що визначення порядку денного випуску новин на регіональному телебаченні – суб'єктивний процес, який залежить від багатьох чинників. Насамперед – від освітньо-кваліфікаційних здібностей головного редактора, рівня його політичної заангажованості від правлячої в області партії, інтелектуальної та фахової підготовки, знань з основ інформаційного телевиробництва. Пріоритетність тем з офіційних потоків інформації та другосортність інших – об'єктивна реальність регіональної тележурналістики. «Обязаловка» (рос.) – термін, вигаданий журналістами, і саме в ньому найліпше виявляється підсвідомий характер привернення уваги реципієнтів до одних тем та ігнорування інших (відсутність у достатній кількості хліба на полицях крамниць у містах Свердловськ та Ровеньки 4–7 березня 2011 року чи присутність партійних символів провладних партій і відсутність державного прапора під час проведення загальноміської акції в

Луганську до Дня Перемоги 6 травня 2011 року – це відображено на центральних каналах і замовчане регіональними телемовниками)» [191, с. 65]. Вагомі з погляду встановлення об'єктивного порядку денного теми не потрапляють до верстки через цілу низку об'єктивно-суб'єктивних причин. Серед них – самоцензура журналістського менеджменту та елементи цензури власників, відсутність комерційних вигод від висвітлення таких тем, недостатній фаховий рівень журналістів і відсутність навичок «за деревами бачити ліс» [138], відсутність стимулів у творчій роботі, постійний кадровий голод редакцій новин [191, с. 65].

Серед науковців, журналістів-практиків побутує таке твердження: засоби масової комунікації обов'язково покликані задовольнити інформаційні потреби людини, суспільства, держави. Якщо не замислюватися над цією тезою, над змістовним насиченням інформації, – то правильно. Однак наше дослідження підводить до висновку, що ця думка має право на життя у цивілізованому, демократичному, правовому суспільстві. Стосовно України, де ще не розв'язано багато політико-ідеологічних, соціально-економічних, морально-духовних, психолого-педагогічних, національно-громадянських проблем, такий прямолінійний підхід до оцінювання функціонування ЗМІ і зокрема регіонального телебачення є шкідливий. Це пов'язано насамперед з тим, що пересічний глядач орієнтується на нижчий морально-естетичний рівень передач. До речі, дослідник В. Михалкович вважає, що існують так звані «три телебачення, де всередині програми мовлення мирно співіснують три відносно самостійні підсистеми, три типи програм, що відповідають «трьом родам» повідомлень: публіцистичному (у жанрах репортажу, коментарю, нарису, у формі випуску новин), художньому (драма, опера, концерт, фільм), науковому (лекція, урок) [76, с.157].

Програми сучасного телебачення не завжди спонукають до функціонування «вищого» рівня глядацької психіки, але майже завжди охоплюють рівень «нижчий». На цю психологічну реакцію сприйняття

розраховують очільники телеканалів і до неї спонукають. Так створюється високий рейтинг телеканалів.

Якщо сумнівний рейтинг, що ґрунтується на низькому інтелектуально-естетичному та вихолощеному морально-духовному рівні, поєднується з комерційним, позанаціональним (космополітичним) спрямуванням функціонування регіональних телеканалів, то глядачів позбавляють інтелектуального, національного соціокультурного продукту. Тут часто-густо знаходять спільну мову центральні та регіональні телеканали. Наприклад, незважаючи на прохання громадськості оголосити 26 листопада 2011 року Днем жалоби за жертвами Голодомору (геноциду українського народу), деякі українські телеканали «крутили» розважальні програми та навіть не виставили на екран заставки із запаленою свічкою, як це було у попередні роки. Найбільше в цьому плані виявили цинізм «Новий канал», в ефірі якого демонструвався «Гаррі Поттер», та СТБ, що крутив розважальне шоу «Х-Фактор. Революція». Ці канали належать мільярдеру Віктору Пінчуку. А на каналі Ріната Ахметова ТРК «Україна» показували шоу «Кто хочет замуж за моего сына?».

Окрім загальноукраїнських, проігнорували звернення громадськості й регіональні канали, зокрема в Запоріжжі, Одесі та Луганську. Зокрема, представника Молодіжного націоналістичного конгресу у м. Луганську Дмитра Шведа, що передавав вимоги громадськості про недопущення під час жалобного дня до ефіру розважальних програм, представники місцевого телеканалу «РТА», контрольованого депутатом Верховної Ради України Володимиром Ландиком, виставили на вулицю та некоректно відмовили у проханні.

Луганські телеканали у новинних випусках та інших програмах цитували голову обласної ради Валерія Голенка (за сумісництвом – голова Українсько-російської гуманітарної ради) стосовно «неприпустимості розпалювання політичної істерії навколо теми Голодомору як геноциду українського народу», «впровадження ідеології агресивного українського націоналізму». Він закликав усіх жителів області підтримувати фінансово програму «Патріот Луганщини».



Головний ідеолог і натхненник цієї програми, ректор Луганського державного інституту культури і мистецтв Валерій Філіпов упевнено заявляв, що луганський патріотизм абсолютно несумісний із патріотизмом загальноукраїнським. Школярі не повинні починати заняття з виконання Гімну України, бо це, мовляв, шлях у безвихідь [120].

Такі та подібні їм за духом, змістом, комунікативною спрямованістю вислови і трактування історичної та сучасної суспільно-політичної ситуації в Україні та області у луганських телеканалах спричинили у глядачів когнітивну, афективну та поведінкову реакцію.

«Ефекти когнітивні: формування настанов; формування «пунктів порядку денного»; розширення уявлень людей; уточнення ціннісних орієнтацій.

Ефекти афективні: формування почуттів неспокою, страху; вплив на моральний стан і ступінь відчуження в суспільстві.

Ефекти поведінкові: активізація (або не активізація) будь-якої діяльності; спрямованість різних видів акцій (наприклад, політичних демонстрацій); провокування альтруїстичних чи антигуманістичних проявів» [200, с.153].

Засоби масової інформації є інтегрованими в систему основних інститутів суспільства і взаємодіють із ними, що впливає на прояви ефектів масової комунікації в кожному з інститутів. Ми є свідками досить сильного негативного впливу ефектів масової комунікації на Сході України. Давніше, якщо не сказати віковичне, українсько-російське протистояння, яке з перших днів Незалежності тривало на підклимному рівні, тепер яскраво оголилося. Набуло особливої гостроти, оскільки зачіпає усіх, хто мешкає в Україні. Її прагнення вийти з орбіти впливу Росії і повернутися до європейської культурно-історичної спільноти, частиною якої свого часу була Київська Русь, зумовило агресивну реакцію з боку Російської Федерації – гібридну війну проти нашої країни. Неабияку роль відіграє усвідомлення того, що процеси в Україні ставлять під сумнів існуючий стан справ у Московії. А це – небезпека для її правлячих кіл і тих, кого цей стан так-сяк задовольняє. «Ідея «Русского мира»

являє собою не тільки гасло «захисту прав російськомовного населення» (навіть якщо воно про те не просить), тобто прикриття імперства, але й прагнення відстоювати і поширювати свою суспільну модель, протиставляючи її західній, – зауважує професор Тетяна Орлова. – Політика В. Путіна і його оточення – виклик усій Європі, усьому світові» [143].

Канцлер Німеччини А. Меркель у своїй статті для газети «Globe and Mail» написала: «Хто б повірив, що це можливо, що через 25 років після закінчення холодної війни європейський мирний порядок буде поставлено під сумнів анексією Криму?». Іншими світовими загрозами, на її думку, є поширення вірусу Ебола та конфлікт на Близькому Сході за участю ісламістів. Якщо говорити ширше: політика російського керівництва веде до порушення усього світопорядку. Якщо ще ширше – до нав'язування свого. Для цього необхідне ідеологічне прикриття. Як за часів Середньовіччя поширювалася на чужі землі влада Арабського халіфату під прикриттям боротьби за «істинну віру» – іслам, так у наш час для аналогічних цілей використовується ідея «Русского мира».

Професор Іван Розпутенко слушно наголошує, що «нинішня практика спростувала «благі» європейські наміри щодо толерантного співіснування різних культур, особливо коли окремі європейські (християнські) культури стали поглинатися агресивнішими арабськими – мусульманськими» [172]. В останні роки внаслідок різкого збільшення кількості іммігрантів-мусульман європейці стикнулися з великою проблемою, що виникає, як це не парадоксально, з підвищеної турботи європейців про культурні ідентичності іммігрантів. Як виявилось, зазначає І. Розпутенко, паралельний розвиток ісламських культурних традицій став загрожувати не лише соціально-політичній стабільності Європи, а й її культурній цілісності. З одного боку, ісламські громади в країнах Європи дедалі частіше стають вогнищами соціальних протестів, з іншого – актуалізуються суперечності між традиціоналістськими звичаями іммігрантів та

європейською культурою. Отже, ідея мультикультуралізму закладає під сучасну державу найнебезпечніші «політичні міни».

Прихильники ідеї мультикультуралізму в Україні свідомо чи підсвідомо підтримують російську антиукраїнську ідеологію і політику. Адже прояв інтеграції українця в Україну сприймається як виклик демократії і лібералізму, як загроза життєвому середовищу іммігрантів. Насправді Україні загрожує «демократія» чужих капіталів і чужих ідеологій, «демократія» чужих інформаційних імперій, заперечення української мови і культури в ліберальних обгортках мультикультуралізму.

У зіткненні російської, євразійської цивілізації і цивілізації західної, євроатлантичної й полягає філософія російсько-української війни. Для цього московський імперський режим потужно використовує не лише ЗМІ, а й соціально-економічні проблеми на Донбасі. Московська агресія у формі терору відбувається під прикриттям соціального бунту, спровокованого безжалісною експлуатацією олігархів і владоможців. Філософ Юрій Лобода зауважує, що на Донбасі українській державницькій ідеології протистоїть люмпенізований елемент, який користується ерзац-ідеологією, фейковою, породженням якої є оці-от ДНР, ЛНР. Паростків цієї ідеології в українському суспільстві не було ніколи, це штучне утворення. Звичайно, існувала певна ідеологічна фронда до Української держави, але вона ніколи не передбачала застосування зброї й утворення ерзац-держав. Цю фейкову ідеологію придумала для Донбасу Росія і дуже активно її експлуатує. А уражений алкоголем, наркотиками безробітний і криміналізований Донбас, розчавлений соціально-економічними проблемами, напрочуд легко її сприймає: зі зброєю в руках криміналізований люмпен почувається вершителем долі, що досі був ніким, а став усім [7]. Їхній найнижчий інтелектуально-емоційний, zdegradований морально-духовний рівень підтримують телеканали антиукраїнського спрямування.

Явним оплотом проросійських настроїв у Луганську є, наприклад, телеканал ЛОТ. Бенефіс усього – це поява в прямому ефірі цього телеканалу

Болотова. Крім ЛОТу, який знову очолив колишній голова прес-служби Януковича Родіон Мірошник, що прославився ганебним терміном «недороса», проросійські настрої транслює телеканал ЛКТ. Часто у новинах ЛОТу, ЛКТ та деяких інших телеканалів повторюють у своїх інтерпретаціях повідомлення російських телеканалів, що, мовляв, на боці «київської націоналістичної хунти» воюють «суцільні бандерівці, фашисти, натовські негри і негритянки, прибалтійські снайперші» [236].

Російські теле- і радіоканали, газети та журнали, політтехнологи, менеджери і телеведучі були допущені в Україну з перших днів незалежності. Хтось відверто, а хтось завуальовано пропагували російські цінності, нав'язували тезу про «один народ», шкодували про «втрачену могутню державу СРСР», цілеспрямовано працювали на консервування «совка». У цьому політико-ідеологічному, морально-психологічному руслі працювали деякі центральні телеорганізації та чимало регіональних телеканалів, які оминали актуальні історичні соціокультурні питання. Наприклад, директор телеканалу «Донбас» Юрій Сугак в інтерв'ю, яке опублікувала газета «День» (5–6 квітня 2013 р.), розмірковуючи про організацію роботи, матеріально-технічне забезпечення, журналістську професійність, тематично-жанрові наповнення новинних та художньо-публіцистичних передач, залишив поза увагою проблеми освіти, культури, функціонування мови, збереження і розвиток українських національних традицій і звичаїв [237].

Тим часом педалювання надуманої російськими шовіністами і малоросами з України тези про природну «українсько-російську двомовність» набуло особливих обертів, зважаючи на ухвалення Верховною Радою закону «Про засади державної мовної політики». Його автори (Ківалов і Колесніченко) були фаворитами російськомовних ЗМІ. Журналісти телеканалу «Дружба» навіть не спробували роз'яснити фальшивість, наукову недолугість постулату, що, мовляв, для українців зручною рідною мовою є російська. Зафіксовано 480 агресивних антиукраїнських актів (циркуляри, укази, постанови, ухвали,

обіжники, директиви, звернення, резолюції, рішення тощо), спрямовані на російщення (в освіті, культурі, літературі, мистецтві, звичаях, традиціях), знищення української національної ментальності та заміну її російською [101].

Прикро, але від правди нікуди заховатися. «Після Революції Гідності російщення в Україні не зупинилося – воно триває й навіть посилилося. Фактично влада сьогодні негласно здійснює пропаганду двомовності, – підкреслює професор Лариса Масенко. – Юрій Шевчук [мовознавець, викладач української мови у Колумбійському університеті та Гарварді. – П. Д.] називає те, що відбувається у нас на телебаченні, – мовною шизофренією» [45]. «Мовна шизофренія або лінгвошизофренія – це явище, яке існує, певно, лише в Україні. Це послідовна культурна політика, яка передбачає змішання української і російської мови. Це руйнує українську мову на усіх її рівнях. Адже люди, за законами психіки, репродукують ту мову, яку чують навколо себе. Почути незасмічену українську мову зараз складно. Людина починає говорити на рівні дуже примітивних смислів, які нездатні досягнути усього складного комплексу навколишнього світу. Відбувається те, чого завжди прагнула політика російського імперіалізму – зруйнувати українську мову зсередини, розхитати, уподібнити до російської так, щоб самі українці «добровільно» від неї відмовилися» [225], – наголошував в інтерв'ю «Радіо Свобода» Юрій Шевчук.

Отже, чимало телевізійних програм сприяють вихолощенню в українців національно-духовних цінностей. «Щоб запобігти цьому, слід розвести українську та російську мови на телебаченні, – слушно пропонує Лариса Масенко. – Вважаю, що ми маємо залишити лише один російськомовний канал. Усі інші мають бути повністю українськомовними. Те, що нині ця мовна шизофренія відбувається навіть на державному каналі, – абсолютно неприпустимо, адже він працює на наші кошти. Російська пряма мова має дублюватися тут українським перекладом, як це робить «Голос Америки» [45].

Доцільно з просвітницькою метою у новинній хроніці «Донбасу» та інших телеканалів повідомити: у 1932 р. у Донбасі із 2239 загальноосвітніх шкіл

1769 були з українською мовою викладання, що становило 79% шкіл, а 207 працювали російською або російською та українською мовами. А станом на 1989 рік із 1217 шкіл Донеччини з українською мовою навчання залишилося тільки 105, або 8,7%, та й то дрібних сільських шкіл [144].

Шокуючими для нинішнього покоління жителів Донецької, Луганської та інших областей можуть виявитися факти із книжечки Петра Франка «Огляд території України», надрукованої 1921 року видавництвом «Франко Син і Спілка» у Відні. Цей огляд зроблено за матеріалами переписів населення Росії 1897 і 1910 років (щоправда, дуже сфальсифікованих переписувачами щодо свідомого зменшення кількості українців), а також за демографічними дослідженнями російського статиста О. Русова та відомого українського історика С. Рудницького. Отже, статистичні дані засвідчують, що територія, на якій тоді переважало українське населення – і, власне, розмовляло українською мовою, – становила понад один мільйон квадратних кілометрів. Порівняймо із теперішньою територією України майже в 604 тисячі квадратних кілометри! Також у цій книзі написано, що в Курській губернії українці становили на ті часи 55,1%, росіяни – 44,4%, а у Воронежській: українці – 77,1%, а росіяни – лишень 22,7%, Донщина: українці – 76,9%, росіяни – 16,2%, Кубанщина: українці – 60%, росіяни – 30%, Чорноморщина – відповідно 60% і 20%. На Ставропільщині 80% населення були українцями, а росіян – лише 12% [162]. Ці документальні дані аргументовано розвінчують фальсифікаторів, що, мовляв, російськомовність півдня і сходу України склалася природно, історично.

Якби Сергій Богачов – секретар Донецької міськради (2013 рік) – навчався за підручниками правдивої історії, був вільним від догматичного мислення, сформованого комуністичним советським агітпропом, то не опублікував би у своєму блозі антиукраїнську статтю «Василий Стус – герой ли Украины?», не дорікав би у телевізійних коментарях В. Стусові за те, що він відрізнявся від жителів селища Кіндратівки (околиця Горлівки), де вчителював, бо носив вишиванку і говорив лише українською мовою. Таким, як Сергій

Богачов, доречно би почути українського поета, єврея Мойсея Фішбейна, який зі світлим благоговінням ствердив: «Українська мова – божиста. Українська мова – богодана. Богообрана. Це Божий дар нашому народові. А люди відштовхують Божу долоню з цим даром, люди кажуть: «А я не хочу!» То є справжній гріх. Не чути української мови, не хотіти її може тільки глухий. Той, хто не відчуває її божистості, її симфонічності, її універсальності» [137].

Видатний український мислитель Олександр Потебня вважав, що наріжним каменем розвитку нації є *свідомість*, без якої не було б зв'язку між людьми (себто суспільства), ні руху вперед (прогрес, історія)... життя людини було б вічним повторенням тісного кола явищ, встановлених зовнішніми обставинами, тобто людина була б скотиною» [154, с. 58]. І ця свідомість, переходячи через посередність слова і мистецтва, вивершується національною мовою: *без знання мови всі українські бажання збудовані на піску»* [154, с. 64].

Відомий мовознавець Лариса Масенко зауважила, що Василеві Стусу, як свого часу Олександрові Потебні, було властиве глибоке усвідомлення зв'язку денационалізації із суспільною деморалізацією. Його характеристика zdegradovaniх унаслідок винародовлення міщан ніби списана з портретів багатьох нинішніх депутатів і управлінців різних рівнів. Про це Василь Стус писав у великому листі, адресованому Петрові Шелесту, тодішньому Першому секретареві ЦК КПУ: «Зденаціоналізований елемент нагадує елемент здекласований. У них не лишається за душею нічого святого. А це призводить до ще більшої моральної деградації. Це теж один із способів масового продукування тов. Міщанина, який має геніальну здатність все переінакшувати. З власного «вірую» він може зробити чекову книжку, совість він уміє перевести на гроші, в почутті патріотизму він може віднайти «невикористані резерви власного прибутку» [123].

Відомо, що мова, крім концептуально-категорійного предметного змісту, містить вербально-ментальні ідентифікати моралі, етики, естетики, культури традицій, символів, звичаїв, обрядів, способів співжиття і поведінки. За

допомогою новинних випусків регіонального телебачення може маркуватися етнолінгвопростір держави, національна свідомість і спорідненість, утверджуватися правдива історична пам'ять, морально-духовне, громадянське життєве середовище. Професор Любов Мацько наголошує, що «основними державотворчими функціями сучасної української літературної мови є комунікативна, номінативна, мислетворча, пізнавальна, кумулятивна (об'єднавча), ідентифікаційна, репрезентативна функції для усіх громадян етнічних українців і національних спільнот з їхніми мовами і культурами для успішної праці, натхненної творчості і комфортного громадянського життя у міцній Українській державі» [125].

Детально описані вище документальні факти-приклади також визначають актуальність дослідження змісту регіональних комунікаційних процесів як важливого сегмента сутнісних ознак сучасного українського інформаційного простору. Думкою Н. Лумана, що «людські стосунки і саме суспільне життя неможливі без комунікації» [118, с. 43], підтверджуємо розгляд в цілісному інформаційному просторі України регіональної телекомунікації, під час якої можна творити національні соціокультурні цінності. Адже комунікація – це «рух смислів у соціальному просторі та часі» [190, с. 27]. Але смисл є ціннісним, якщо насичений національно-гуманістичною інформацією, яку регіональні телеканали оприлюднюють насамперед у новинних випусках. За таких умов, перефразовуючи Ж. Бодріяра, комунікація здійснюється не заради комунікації, а заради позитивного морально-психологічного впливу на телеглядачів, який складається з трьох етапів: операційного, процесуального, завершального. «Операційний, коли діє суб'єкт; процесуальний, коли має місце схвалення або неприйняття впливу об'єктом; завершальний, коли внаслідок перебудови психіки об'єкта з'являються реакції у відповідь» [221, с. 210].

Під час комунікації інформація створює реальність у підсвідомості. Цілеспрямоване інформування, скажімо, про соціокультурні цінності створює бажану морально-духовну реальність. Тобто розум сприймає і бачить реальність



такою, яку йому нав'язали (правдиву чи спотворену), особливо за допомогою телебачення. За даними дослідницької компанії InMind, яка на замовлення «Інтерньюз Нетвор» провела опитування у Київській, Вінницькій, Донецькій, Львівській, Миколаївській, Закарпатській, Сумській, Харківській, Черкаській областях України та у Криму, для 87% громадян найпопулярнішим джерелом здобування новин є телебачення. Із всієї кількості опитаних реципієнтів 65% також цікавляться новинами регіональних телеканалів [67]. У березні 2014 року український соціолог І. Бекешкіна оприлюднила такі дані: на заході України російські новини дивляться 2% громадян, в центрі – 5%, на півдні – 12%, на сході – 18,5%, найбільше дивилися в Криму – 28%. Отже, більшість кримчан станом на березень 2014 р. дивилися саме українські канали. Їх відізнання І. Бекешкіна назвала брутальною інформаційною війною [8]. Нагадаємо, що головні цілі інформаційної війни полягають в тому, аби в таборі противника порушити усталений обмін інформацією, знищити або ослабити суспільний та державний механізм управління, застосовуючи маніпулятивну пропаганду як основний метод.

Аналізуючи тематично-змістовну наповненість новинних повідомлень про події на Майдані донецьких телеканалів і Першого Національного, ми помітили, що вони транслювали чимало недостовірної інформації. За результатами моніторингу Mediasapiens, у вирішальні дні Революції гідності (в період з 17 по 23 лютого) Перший Національний замовчував 84% суспільно-важливих тем. У кульмінаційний тиждень протестів проти злочинного правління Януковича-Азарова канал продовжував подавати заангажовану на Партію регіонів інформацію та замовчував факти про застосування сили з боку влади [219]. У новинних випусках донецьких телеканалів понад 90% інформації не відповідали правді життя на Майдані. Телеглядачі не почули жодного слова про жорстокі протиправні дії беркутівців, міліціонерів, різних провокаторів-тітушок та антиукраїнську, антинародну політику і практику владних структур. Новини подавали у трактуванні депутатів Верховної Ради України – регіоналів

О. Бондаренко, Г. Герман, В. Колесніченка, В. Олійника, О. Царьова, Н. Шуфрича, М. Чечетова та інших.

«Знесення Євромайдану (розпочався Євромайдан 21 листопада 2013 року) з нарочитою жорстокістю і свавіллям «на очах» телекамер було пов'язане саме з прагненням продемонструвати, що виборчий штаб міністра МВС Віталія Захарченка і секретаря РНБО Андрія Клюєва вміє виконувати зобов'язання перед Росією, – наголошував московський письменник, есеїст і кінокритик А. Р. Бессмертний–Анзіміров. – Путін пов'язав Януковича кров'ю. Бо Путін – «державник». А російський державник (у перекладі на літературну російську мову – людина з агресивною імперіалістичною і тоталітарною свідомістю) страх як не любить повертати награване. Особливо коли це вам не дощовиті балтійські землі, а величезна Україна з її природними багатствами і виходом до Чорного моря. Тому відповідь Москви на Майдан однозначна: Україна – наша корова і, окрім нас, ніхто її доїти не буде. Зокрема й самі українці» [9].

Саме тому територія України «прострілюється» зі сходу на захід і з півночі на південь телеканалами Російської Федерації: 1-й Російський Національний, РТР, НТВ, RTVi, ТВЦ, РЕН-ТВ, ТНТ тощо. Вони наполегливо і послідовно формують у свідомості мільйонів українських телеглядачів російську візію Росії та України, а головне – нав'язують свою злодійську думку про Українську державу, продовжують фальшувати українську історію, культуру. Путін 2015-й оголосив роком Володимира Великого, і це засвідчує, що боротьба триває не лише за територію, незалежність, а й за місце в історії. У потужних ворожих російських інформаційних потоках всеукраїнським і регіональним телеканалам досить важко зберігати і зміцнювати своє національне обличчя. Відповідальність за це також несуть усі режими в незалежній Україні, бо жоден не робив активних спроб зменшити всебічну інформаційну залежність України, забезпечити вивчення правдивої української історії та її висвітлення у засобах масової інформації. Адже історія – це не лише хронологія подій, а передусім самосприйняття і самовираження нації.

«Безпам'ятні після себе не залишають нічого. Безпам'ятні є генетичною сировиною для інших культур, а значить і для інших держав» [184].

Вивчення теоретично-методологічних праць, власний журналістський досвід, аналіз новинних випусків регіональних телеканалів дає підстави стверджувати, що під час інформування про факти, події, явища також повинно бути принципове розуміння поняття «правда». «У нас має бути своя правда, правда українців. Тут не етичне, а світоглядне розуміння. Наприклад, захист українцями [мазепинцями, петлюрівцями, бандерівцями. – П.Д.] своєї Батьківщини – це не злочин, а природний інстинкт самозахисту» [184]. Правду вважаємо синонімом культури і духовності. А коли толерантністю відповідаємо на ненависть і нищення української мови, культури, духовності, мовчки сприймаємо брехню щодо української історії, то така політика нічого спільного з виваженістю і толерантністю не має. Це шлях до самозабуття, до асиміляції.

«Криза ідентичності, асимільованість, втікання від свого національного «Я» і запобігання перед чужинцями неминуче призводить до моральних хвороб, що починаються із втрати елементарної гідності, – зауважив професор Володимир Панченко. – Запитання «хто ви?» – фатальне для малоросійської свідомості. Відповіді на нього немає – все залежить від того, що скаже німець (німець у Тараса Шевченка – не обов'язково власне німець; це слово він уживав в ширшому значенні, як маркер чужості, чужинності). Може, монголи. Може, слов'яни. Одне слово – ніхто» [146]. Оце, за висловом В. Панченка, «ніхто», сповідуючи постмодернізм, який в Україні набув нині провінційно-розбурханого вигляду та вилився у поверховість, примітивність і розхристаність світогляду багатьох журналістів. «Журналіст, обдарований, але хиткий у своїх патріотичних почуваннях, не є придбанням для журналістики» [15, с. 146], – слушно зазначав журналістикознавець Степан Сірополко. Отже, щоби розвивалася і зміцнювалася українська національна ідентичність, то цей суспільно важливий процес має здійснюватися в органічній, взаємозалежній

єдності головно двома інституціями – державною політикою і журналістською творчістю, яка має ґрунтуватися на засадах україноцентризму.

## **2.2. Тематично-змістове наповнення новин регіональних телеканалів**

«Ідея українського державного самоздійснення» (О. Ольжич) твориться також мережами інформаційних комунікацій, структурним елементом яких є регіональна телевізійна комунікація. «Усі люди одержують відомості з навколишнього світу за допомогою органів зору, слуху, дотику, смаку і нюху. Найважливішими серед них є, звичайно, ті, які допомагають людям краще орієнтуватися у соціальній дійсності. Зміст цих відомостей становить відображення подій і процесів життєдіяльності суспільства, а його значення зумовлюється не стільки біологічними, скільки соціальними умовами, наявними у суспільстві економічними, політичними та ідеологічними відносинами» [127, с.101], – зауважив професор В. Я. Миронченко.

Телевізійні канали не тільки повідомляють регіональні новини, а й постачають глядачів певними судженнями про факти, події, явища, оцінками, схваленнями чи осудженнями поведінки, вчинків окремих осіб, груп людей, партій, суспільних організацій, а також властей, урядових структур тощо. Забезпечуючи доступ громадян до інформації, журналісти регіонального телебачення можуть виконувати свій професійний обов'язок – бути на сторожі суспільних інтересів, формувати у глядачів попит на абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті морально-духовні цінності. Адже, «якщо народ поінформований, держава стоятиме, але через непоінформованість держава впаде або вироджуватиметься» [61, с. 32], – любляють повторювати цю фразу Бенджаміна Франкліна Бейча американські журналісти. Особливу цінність має нова інформація, яку в практиці журналістської роботи і наукових досліджень називаємо новинами.

Як уже зазначалося у попередньому розділі, поняття «новина» має широке і вузьке значення. У широкому значенні воно означає «повідомлення»,

«послання» або звістка у процесі комунікації. Це поняття використовується в теорії інформації і техніці зв'язку. В журналістиці воно має вужче значення. Професор Е. Дофіфат писав, що звістки – це повідомлення про нові події, які виринають на тлі боротьби за існування як поодиноких людей, так і спільнот. Він виявив три характерні ознаки звістки: «1) вони мусять бути цінними та корисними для того, хто їх дістав; 2) вони мусять бути новими та негайно передаватися; 3) вони переказуються через когось третього і внаслідок цього вони мають неминуче суб'єктивне забарвлення» [15, с. 47]. Отже, новина у будь-якому засобі масової комунікації є «новою інформацією», точніше це «повідомлення про певну актуальну подію, яка викликає громадський інтерес, або у ще вужчому розумінні – певним, створеним за встановленими правилами журналістським жанром (вербальна, графічна або телевізійна новина)» [231, с. 502], – зазначає Вінфрід Шульц.

Офіційні новинні повідомлення, які є передбачуваними, називають симетричними. Надзвичайні події завжди є виявом асиметричності, бо не є передбачуваними. Дослідницька група з Університету Глазго стверджує, що мас-медіа «систематично організовані таким чином, щоб зображати картинку світу, яка працює на репродукції відновлень домінування, що існують у суспільстві» [159, с. 236]. Новини розглядають як вибірккову інтерпретацію подій.

Професор Г. Г. Почепцов зауважує, що англійські дослідники, розглядаючи висвітлення кризових подій у ЗМІ, сформулювали такі характеристики подій, які можуть стати новинами:

1. Частота – що більше частота події збігається з частотою новин, то більша вірогідність того, що її розглядатимуть як новину;

2. Амплітуда – відповідний рівень, наприклад, насильства потрібен для того, щоб його розглядали як новину;

3. Неоднозначність – що менша неоднозначність, то більша вірогідність бути поміченим;

4. Релевантність – подія повинна бути культурно релевантною, щоб бути поміченою як новина;
5. Збіг – що очікуванішою, бажаною є подія, то швидше вона стане новиною;
6. Корективною до останніх двох чинників є несподіваність: подія повинна бути рідкісною і несподіваною, щоб бути новиною;
7. Якщо подія стала новиною, вона залишатиметься новиною, навіть якщо зменшиться амплітуда;
8. Композиція – новини компонують так, щоб створювати баланс між різними повідомленнями;
9. Елітні нації швидше стають предметом новин;
10. Елітні прошарки суспільства швидше стають предметом новин;
11. Що більше подія персоналізована, то більшою мірою є вірогідність того, що вона стане новиною;
12. Що більше подія містить негативу, то більша вірогідність того, що вона стане новиною [159, с. 236–237].

Журналістська практика спонукає брати до уваги реальні умови (техніко-технологічні, фінансові, професійні тощо), в яких функціонують регіональні телеканали. Така ситуація є також причиною дещо незадовільного насичення інформаційного процесу тематично цікавими, актуальними, змістовно багатими новинами, які би були важливою складовою творення своєрідного соціокультурного простору в тому чи іншому регіоні. Правда, «ця реальність є практично гіперболізована. По-перше, саме в регіональних медіа найцікавіше вивчати процес поширення (чи як його ще називають – дифузії новин) та впливу на аудиторію (аудиторія не є настільки розмита для вивчення взаємовпливу, як в центральних каналів), але, по-друге, в регіонах кількість телевізійних працівників на порядок менша. І регіональне телебачення вимушене працювати в умовах, коли великий вибір медіапродуктів (і центральних, і місцевих телеканалів), жорстка конкуренція на телевізійному ринку, а глядач вимагає

«інформуйте мене» та ще й «здивуйте мене». Телевізійний журналіст, інформуючи та дивуючи аудиторію, водночас повинен дбати ще й про власне реноме; щоб його матеріали не загубилися в інформаційному потоці, не спровокували судових позовів, не травмували аудиторії. Отже, «місія журналіста передусім в тому, щоб інформувати суспільство, давати стільки інформації, щоб глядачі розуміли, в якому світі вони живуть, особливо у час, коли глядач є об'єктом для грубих маніпуляцій. Класичне трактування новини як короткого повідомлення, яке дає відповіді на запитання – що? де? коли? з ким? чому? і як це відбулося? хоча й є універсальним, проте для виконання вище згаданої місії журналістові необхідно ще й бути винятково відповідальним» [53, с. 40].

Опитуючи репортерів про сенс їхньої журналістської роботи, 39 із 50 відповіли, що головним для них є розуміння, сприйняття аудиторією їхніх новинних повідомлень. Професор В. М. Владимиров акцентує, що комунікаційно-інформаційний процес повинен бути таким, аби «кожен з маси міг вільно: а) зрозуміти смисл інформації, б) зрозуміти витoki інформації, в) зрозуміти можливі наслідки інформації, г) на підставі досягнутого (з власного досвіду та за допомогою журналістів) розуміння свідомо прийняти рішення та діяти під власну відповідальність» [27, с. 77].

Тоді новина, вперше увійшовши у духовний світ людини, не залишиться «при порозі», а й вступить у зв'язки із світоглядом, переконаннями, знаннями, уподобаннями, упередженнями тощо, вступить до етапу інтерпретації. За таких умов свобода творчості й соціально-моральна відповідальність журналіста і оператора (є думки, що спочатку оператора, а потім журналіста, бо, мовляв, новини це – 60–70% відео) із почуттів переростають у переконання, пам'ять як четвертий вимір; людська пам'ять як «четвертий вимір» (Роман Іваничук). Людина проходить через три виміри: народження, життя, смерть. Вузловим імперативом пам'яті – четвертого виміру – екзистенцією української нації є Бог, Свобода, Правда, Незламність, Вірність українській Україні.

В американських підручниках для репортерів були підсумовані інгредієнти новини на зразок куховарської книги. Карл Уоррен, наприклад, назвав десять елементів: новинка, близькість, значення, знані особи, драматичність, невизначеність, конфлікт, секс, почуття, прогрес [231, с. 530]. У 2008 році на телеканалі «1+1» було оголошено курс на «новини для барбоса» [203]. У рамках нового курсу для кореспондентів «ТСН» були задані нові критерії створення новин: 6 «С» (страх, скандал, смерть, сміх, секс, сенсації) і 1 «Г» (гроші). Ці нововведення, спрямовані на підвищення рейтингів новинних випусків «ТСН», були зорієнтовані на «нижчий рівень» глядацької психіки. Наші спостереження, тематичні бесіди зі студентами (метод дослідження) засвідчили, що «новий» підхід до створення новин на «1+1» поширювався і на регіональних телеканалах. Про його морально-естетичну, духовно-психологічну шкідливість мовилося також на міжнародній науково-практичній конференції «Сучасна новинна журналістика: тенденції розвитку, форми подання, суспільний резонанс», яка відбулася 25–27 жовтня 2012 року на факультеті журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

Роздумуючи над проблемою взаємозалежності «новина – глядач», соціолог Євген Головаха зауважив, що «людина слабка за своєю природою. Всі ми слабкі. І наш інтерес значно легше купити на низькості. Звичайно, значно цікавіше подивитися якийсь скандал. Ось що ви вибираєте: скандал, де всі поп-зірки тягають одна одну за волосся, чи серйозну розмову про їхні вокальні особливості. Що ви вибираєте? Переважна більшість дивитиметься скандал. І я дивитимуся, і будь-хто. Ця наша властивість купуватися на те, що має низинну природу. Ось її-то саме й можна коректувати особливою роботою. Але це дуже важко – знайти такі засоби, щоб раціональне, високодуховне, інтелектуальне викликало інтерес» [79].

Щоби на всіх телеканалах України, зокрема й регіональних, які є самостійним сегментом структури національного телебачення, запанувала вдумлива, цікава телевізійна журналістика, інформацію потрібно розглядати як



духовно-інтелектуальну національну вартість, яка в демократичному суспільстві вільно пульсує по вертикалі (від покоління до покоління) і по горизонталі (на рівні одного покоління чи особи). Свідоме й активне прискорення руху правдивої інформації знань академік С. Й. Вовканич називає духовною інформаційною мобільністю нації [30, с.14], що ґрунтується на теорії масової комунікації [167; 215; 217], яка охоплює такі структурні елементи: «соціальне наукування, культивування, соціалізацію, нав'язування порядку денного, когнітивність (конструктивізм), використання і задоволення» [215].

За допомогою *вертикальних* форм (структур вертикальної передачі інформації від покоління до покоління) формуються історична пам'ять, духовність, національна свідомість, гордість і менталітет народу, базовий (ресурсний) рівень знань – національна освіта, культура, традиції, громадська думка і виховний ідеал, норми поведінки, ціннісні орієнтації тощо. За допомогою *горизонтальних* форм передачі (на рівні одного покоління чи особи) створюється інтелектуальна власність народу, наука, система інтелектуальних національних центрів, різні творчі та інноваційні організації [30, с.15]. Основним інформаційним носієм, що створює вертикальні і горизонтальні зв'язки між комунікаторами, є система засобів масової інформації, до якої також належить регіональне телебачення.

Тематично-змістовий огляд, аналіз, осмислення новинних передач телеканалів Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова і Автономної Республіки Крим передбачає з'ясування професійного рівня і обсягу висвітлення абсолютних, національних, громадянських, сімейних, особистих цінностей і психологічного, культурного, територіального, історичного і політичного вимірів національної ідентичності [33, с. 21].

Зазначимо одразу, що тематична і змістова насиченість новин, їхня зображально-текстова напруженість і ненапруженість перебувають у прямій залежності від суспільно-політичної ситуації в області, Україні і світі. Однак цінності працівників телебачення не завжди, навіть часто не збігаються із

суспільними, всеукраїнськими цінностями і мораллю. Тележурналісти можуть свідомо чи мимоволі надавати більшого значення одним фактам, подіям, явищам і знижувати значення інших, навіть суспільно важливих.

Оцінюючи новинні випуски регіональних телеканалів України, беремо до уваги відмінності історичного розвитку, які також зумовлюють нинішні особливості. Наприклад, *2 липня 2012 року* спільною темою для львівських (ОДТРК, Новий канал, 24-й канал, ZIK), харківських (Simon, ОДТРК, 7-й канал), кримських (Чорноморська ТРК, Неаполь, ДТРК Крим) телеканалів були спортивні події. Львівські та харківські глядачі з усіх каналів довідалися про закриття XIV футбольного чемпіонату Європи (Євро-2012). Про 17-й міжнародний фестиваль «Земля. Театр. Діти», на який з'їхалися 500 учасників з Росії, України та Естонії, парусний чемпіонат у Феодосії, змагання із спортивних танців у Судаку поінформували кримські телеканали. Усього на спортивну тематику було 11 телевізійних сюжетів.

Відкрили для огляду реставровані батальні полотна Мартіно Альтамонте (Львівська ОДТРК, ZIK); львів'яни вшанували пам'ять директора Галереї мистецтв, Героя України Бориса Возницького (24-й канал); для ремонту закладів культури потрібні кошти меценатів (харківська ОДТРК). З питань культури було 5 повідомлень. Новий канал, ZIK, 24-й канал (Львів) розповіли про акцію молодіжних організацій міста перед обласною держадміністрацією проти законопроекту Колесніченка–Ківалова «Про засади державної мовної політики». Два матеріали на цю тему прозвучали на хвилях «Волны» Чорноморської ТРК: один про пікетування Верховної Ради України (гасло «Ні – розколу України!»), а другий про траурний марш (похорон Конституції) об'єднаної опозиції в Сімферополі. Але ні харківські телеканали, ні львівська ОДТРК жодним словом не згадали новий замах на державність української мови і легітимізацію російщення в Україні. Натомість у трьох сюжетах телеканалів Харкова брав участь голова облдержадміністрації М. Добкін, у двох – міський голова Г. Кернес. Успішної роботи податківцям бажав В. Янукович у новинних

випусках Харківської ОДТРК та ДТРК Крим. Харківська ОДТРК повідомила також про зустріч М. Азарова з головою Адміністрації російського президента Сергієм Івановим. 7-й канал привернув увагу до дітей з неблагополучних сімей. ДТРК і 7-й канал (Харків) розповіли про притулки для утримання тварин. Жодного сюжету не було на цих телеканалах з питань промисловості, будівництва, новітніх технологій, досягнень науки. У новинах 9 із 10 названих телеканалів йшлося про трагічно-драматичні випадки (смерть, каліцтво, пошук злочинців, покарання, підтоплені присадибні ділянки тощо). Три сюжети прозвучали стосовно проблем водопостачання. Про те, що гадюка вкусила 8-річну дитину, повідомили три львівські канали. Однак для глядачів досі невідомо, якої статі насправді була та дитина, бо Новий канал і 24-й канал поінформували, що то була дівчина зі Сколівщини, а журналіст ЗІКу сказав, що то був хлопчик з цього ж гірського району. Лише Львівська ОДТРК згадала про 105-ту річницю від дня народження видатної постаті української національно-визвольної боротьби – генерал-хорунжого УПА, Героя України Романа Шухевича.

І науковці, і журналісти-практики різними словами, але слушно наголошують, що новини є важливим компонентом у житті індивідуума, громади, суспільства, держави. Однак регіональні медіа, конкуруючи в умовах невеликих територій та однакових подій, досить часто вибирають функцію хлопчиків-помагаїв, не дотримуються стандартів творення новинної продукції. Погоджуємося з професором Сергієм Демченком, що ситуацію одноманітності, трафаретності породжує відсутність належної кваліфікації, боязнь вийти за межі звичного, відомого комунікаційного поля, не знаючи, як відреагує аудиторія на неординарну тему. Тому регіональні телеканали зазвичай пропонують одні й ті ж теми, аналогічних дійових осіб. Система комунікації залишається незмінною і прогнозованою. Сергій Демченко слушно пропонує виходити за межі звичного, шукати резонансне, що дасть можливість «спалахнути», «прозвучати», «прогриміти», «засвітитись» [57, с. 300]. Зауважимо, що для цього потрібно

створювати професійні умови для інтелектуальної продуктивної комунікації. Адже новини сьогодні – це своєрідний фронт боротьби влади та засобів масової інформації. «Саме стрічки інформаційних агентств є місцем розміщення замовної інформації. Саме новинних програм стосувалися [темники Медведчука. – П. Д.] і стосуються тіньові розпорядження влади про «правильний ракурс» тої чи іншої події» [153].

Аналіз новинних випусків «На часі» і «Тиждень» сумських телеканалів РТС і Відіком, «Новини» і «Панорама життя» вінницьких телеорганізацій ВДТ і Вінничина, «Новини» ДТРК Крим за 3 лютого 2013 року свідчить, що на той час їхні новини здебільшого мали обслуговуючий характер. У 3 сюжетах із 11 одного новинного випуску «На часі» головну роль відігравав голова Сумської облдержадміністрації Юрій Чмирь: то він ставить завдання підопічним вивести Сумщину на рівень п'яти найкращих областей України, то привозить звістку з Києва, що Українська академія банківської справи залишається надалі в Сумах, то обіцяє суворо перевіряти роботу лікарів, бо на них скаржаться пацієнти. Двічі прославила Ю. Чмиря в одному випуску «Тижня» телекомпанія Відіком. До речі, журналісти цих телеканалів, як і деяких інших, голову обласної державної адміністрації називають губернатором, хоч в Україні немає губерній, а міського голову – мером.

Телекомпанія ДТРК Крим тричі повідомляла в одному випуску новин, де побував, кого посварив, що пообіцяв зробити прем'єр-міністр Автономної Республіки Крим Анатолій Могильов. Вінницькі глядачі мали можливість за один вечір поспілкуватися не лише з головою обласної державної адміністрації Іваном Мовчаном (двічі), головою обласної ради Сергієм Татусем, міським головою Володимиром Гройсманом, а й з Прем'єр-міністром України Миколою Азаровим, який повідомив, що Кабмін готує новий законопроект про врегулювання торговельних відносин в Україні. Про окремі фрагменти діяльності голови Харківської облдержадміністрації Михайла Добкіна систематично розповідає 7-й канал та ОДТРК.

Телевізійний канал ВДТ (м. Вінниця) 4 лютого 2013 р. повідомив, що під час зустрічі з журналістами області Прем'єр-міністр Микола Азаров наполегливо переконував працівників ЗМІ, що треба подавати достовірну інформацію про те, над чим працюють керівники області, уряд держави: «Ми не просимо нас хвалити, але потрібно шукати позитивні факти про реформи, зміни у житті суспільства, які здійснюються під урядовим керівництвом, а також показувати недоробки, на які влада повинна звертати увагу. Потрібно весь час пам'ятати, що свобода слова не означає розповсюдження замовних матеріалів у ЗМІ». Важко щось заперечити цим тезам. Але події 30 листопада 2013 р., коли «правозахисники» жорстоко побили і розігнали юнаків і дівчат з Майдану Незалежності, які мирно і справедливо вимагали від Президента України підписати Угоду про асоціацію з Європейським Союзом, свідчать про аморальність, облудність керівників держави, адже без їхнього відома не пролилася б кров молодих українських патріотів.

Після цієї трагічної «кривавої суботи» М. Азаров цинічно переконував закордонних дипломатів, мовляв, на Майдані були лише професійні провокатори. Цю безпардонну заяву транслювало не лише центральне телебачення, а й з десятків регіональних телеканалів. Блюзнірство М. Азарова розвінчує і той факт, що серед мирних протестувальників були також студенти [а не професійні провокатори. – П. Д.] факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка. Студент 2-го курсу Юрій Ромась, роздумуючи над темою «Євромайдан у моєму житті», написав: «Отримавши більше шоку, ніж ударів 30 листопада 2013 р., я був вбитий морально. Невже в моїй країні не залишилося нічого демократичного, нікого, хто б заступився за звичайних громадян? Утікаючи по Хрещатику від звірів у формі, мені довелося зірвати національну символіку, щоб мене не ідентифікували. Цей момент я ніколи не забуду. Біжучи у своїй країні, яку люблю безмежно, втомлений, побитий, рятуючи себе, зриваю з плеча синьо-

жовту стрічку і серце розривається... Хотілося зупинитися, впасти і більше не вставати...

Повернувся до Львова на декілька днів, відпочив і знову – до Києва. Цього разу Майдан був зовсім іншим. Не лише за кількістю на ньому людей чи за переоблаштуванням наметів і сцени. Тепер на ньому пахло не тільки гарячою кашею, пахло Перемогою. Цей запах має розійтися по всій державі, дійти до кожного українця, пробудити у ньому апетит людської і національної гідності, який неможливо втамувати... Слава Україні!»

У всіх проаналізованих новинних випусках телекомпаній Вінниці, Львова, Сум, Харкова, Автономної Республіки Крим є також місце для представників влади нижчих ланок, які повідомляють про плани своєї роботи, лише інколи про результати. Однак такі сюжети є частіше звітами, а не цікавими, важливими новинами, про які треба вміти розповісти з «родзинкою». Наприклад, у сюжетах до 95-річчя героїчної битви українських студентів під Крутами з московськими загарбниками не було якоїсь нової інформації щодо історичної ситуації учасників бою (ВДТ – Вінниця, ОДТРК – Львів). Програма «Про тиждень» (ЛОДТРК) повідомила про цікавий виступ у Львівській опері соліста Дюссельдорфської опери Костянтина Ріттеля-Кобилянського. Але бракувало одного речення: про місце народження актора, адже він українець. Композиційно не продумані сюжети про відкриття на кафедрі журналістики Сумського державного університету навчальної телестудії.

«На зимових іграх, що відбуватимуться 2014 року в Сочі, Харків представлятимуть 5 спортсменів». На перший погляд – повідомлено правильно. Але доречніше було сказати, що до української спортивної команди, яка виступатиме в Сочі, належатимуть 5 харківських спортсменів. Деталь. Але таке формулювання свідчить про регіональну харківську та всеукраїнську гордість. Професійно зроблено новинний сюжет про найсильнішого восьмирічного хлопчика Єгора Леоненка в Україні та світі. Він (вагою 39,5 кілограма) піднімає штангу вагою 41 кілограм. Єгор Леоненко гордиться, що українець і живе у

Сумах. Викликає позитивну реакцію репортаж з будинку сімейного типу села Кіпут Мостиського району («Про тиждень» ЛОДТРК).

Новинні випуски на вищезазначених регіональних телеканалах не завжди, точніше часто, не відповідають виробленим і сформульованим стандартам, які, спираючись на праці зарубіжних та українських учених, схарактеризувала Г. І. Назаренко у курсі лекцій «Журналістські жанри: інформаційні»:

1) інформаційність – функціональна особливість журналістського твору, його насиченість фактажем. Від того, наскільки фактаж є важливим, яскравим, цікавим, актуальним, залежить доля матеріалу. За масштабністю, типом новин інформацію поділяють на два види: місцевого значення і загального значення. За формою подання – «жорстка інформація» (суха, чітка, тільки по суті, без будь-якої деталізації, без жодного зайвого слова) і «м'яка інформація» (супроводжується деталями, поясненнями);

2) оперативність (лат. operatio – «дія») – здатність засобу масової інформації, спроможність журналіста вчасно і кваліфіковано порушувати актуальні проблеми, відгукуватися на важливі життєві події. Оперативність виявляється в умінні швидко й чітко написати матеріал, з найрізноманітніших прикладів відібрати найбільш суспільно вагомі. Від моменту, коли та чи інша подія відбулася, те чи інше явище виникло, та чи інша ідея була висловлена, до моменту появи інформації про цю подію або явище, або ідею, має пройти мінімальний термін. Будь-яке джерело, будь-який журналіст (автор інформації) повинен прагнути бути першим, від кого б суспільство цю інформацію дізналося. Гонитва за темпами, за оперативністю інформації, за пальмою першості становить суть конкуренції поміж засобами масової інформації і наповнює щоденну роботу репортера;

3) актуальність (лат. actualis – «діяльний, теперішній, сучасний») – злободенність, необхідність, надзвичайна важливість порушуваних тем, проблем, питань;

4) суспільну значущість вітчизняні теоретики і практики журналістики називають пріоритетною вимогою до інформації. Телебачення не повинно нерозбірливо подавати ту інформацію, яка користується попитом, а має передбачати, який вплив ця інформація матиме на суспільство;

5) правдивість, фактологічна точність також є однією з пріоритетних вимог. Журналіст повинен безпомилково наводити імена і прізвища людей, цифри, назви, вислови тощо. Неточності або помилки недопустимі;

6) стислість, лаконізм (грец. *λακωνισμος*) – гранично коротке висловлення думки, виняткова чіткість, небагатослівність. Термін походить від назви давньогрецької області Лаконії, жителі якої (спартанці) уславилися чіткістю й стислістю мови. Це дорогоцінна якість як журналістських, так і літературних творів, яка полягає в ощадливому використанні словесного матеріалу і художньо-зображувальних засобів при найточнішому розкритті ідеї. Максимальна інформаційна насиченість тексту при мінімумі слів – ось формула, за якою працюють професіонали новинної журналістики;

7) простота, зрозумілість, декодованість (лат. *de...* – префікс, що означає «віддалення, скасування, припинення, усунування чого-небудь» + франц. *code*, лат. *codex* – звід законів: усунування незрозумілої символіки, розшифрування тексту) означає доступність для аудиторії суті повідомлення [136, с. 24–32].

Інформаційна війна, що триває за серця і розум українців, є значною перешкодою на шляху формування й утвердження національної ідентичності. На озброєнні недругів імперсько-шовіністична настанова російського філософа, історика Г. Федотова, який писав (подаємо мовою оригіналу): «Мы присутствуем при бурном и чрезвычайно опасном для нас процессе: зарождении нового украинского национального сознания, в сущности новой нации. Она ещё не родилась окончательно, и её судьбы еще не predeterminedены. Убить её невозможно, но можно работать над тем, чтобы её самосознание утверждало себя как особую форму русского сознания» [50, с. 195]. Особлива форма російської свідомості українців – це «малоросійство, манкурство, хахлуйство,



яничарство» (В. Лизанчук). Темп життя сучасної людини такий напружений, що найчастіше вона просто не має часу по-справжньому замислитися над цим. Величезний духовний та смисловий потенціал, який є в Україні, покликані також розкривати регіональні телевізійні канали.

Аналіз новинних випусків ТРК Академ TV, Відіком, ОДТРК із Сум за період з *12 по 18 травня 2014 року* свідчить, що частина місцевих телевізійних працівників ще не зовсім усвідомила особливості української проблеми в сучасну історичну добу. За тиждень в ефірі показано лише 6 телевізійних сюжетів, пов'язаних з АТО, 5 з них у програмі «На часі» обласної державної телерадіокомпанії: «У Маріуполі вихідні минули в жалобі. 9 травня там почалася антитерористична операція. Під час протистояння між терористами та силовиками загинуло семеро військових. Містом курсували БТРи із російськими триколорами. Із вікон своїх помешкань їх фільмували місцеві жителі. Під міськраду Маріуполя диверсанти підігнали захоплену в українських військових бронеодиницю та підпалили. Днем пізніше проросійські снайпери вбили командира Дніпропетровської бригади територіальної оборони Сергія Демиденка, а потім познущалися над його тілом. Постріли чули в різних частинах міста. Є поранені серед мирних жителів (12 травня 2014 р.). «Підняти бойовий дух підлеглим до Слов'янська приїхав начальник УМВС України у Сумській області Анатолій Річкаль» (13 травня 2014 р.). «Вночі відбулася масштабна операція. Українські військові повернули собі раніше захоплені сепаратистами блокпости. Російські бойовики захоплюють ОВК №109 в Красному Лучі (Луганська обл.). Про це повідомив голова комітету виборців Олександр Черненко на своїй сторінці в соцмережі. Нагадаємо, це вже не перший випадок нападу на виборчком. У Донецькій області люди бояться працювати у виборчих комісіях через загрозу життю».

«Ситуація в Краматорську залишається напруженою. Силові протистояння між проросійськими бойовиками та українськими вояками посилюється. За інформацією ЗМІ, бій був на околиці села Староварварівка, в 30

кілометрах від Краматорська. Силовики намагалися ліквідувати групу озброєних людей, що засіли в лісі. Передбачається, що йдеться про знищення того угруповання, яке у вівторок у сусідньому Слов'янському районі влаштувало засідку на українських десантників, в результаті чого загинуло шість українських військовослужбовців. Бойові дії докотилися до Олександрівського району, який межує з Дніпропетровською та Харківською областями. Дорога зі Слов'янська на Харків перекрита. Стало також відомо про трьох захоплених у полон терористів українськими військовими».

У цьому ж новинному випуску «На часі» за 15 травня 2014 р. ведуча Юлія Дементьєва повідомила: «Сумчани зібрали для 27-го артполку більше 200 тисяч гривень. Гроші надійшли на рахунок благодійного фонду, який допомагає нашим військовим. За кошти небайдужих купили обмундирування, харчі та медикаменти, побутові товари та запчастини для машин. Також виділили допомогу сім'ям службовців, які загинули під час маршу 13 квітня. Відновили більше 30 одиниць військової техніки».

«Усю ніч на 16 травня на околицях Слов'янська продовжувалася перестрілка. Від снарядів страждають не лише сторони протистояння, а й мирне населення. Терористи обстріляли аеропорт під Краматорськом та напали на знімальну групу «5 каналу». Учора сепаратисти захопили інкасаторську машину. Перевозили 1,5 мільйона гривень. У східних регіонах напади на відділення банків непоодинокі, пошкоджено або зруйновано більше сотні банкоматів. Збитки – більш ніж на 13 мільйонів гривень» (16 травня 2014 р.).

В інформаційному звіті про сесію Сумської міської ради кореспондент ТРК Академ TV Анатолій Кравченко повідомив, що «розпочалася сесія хвилиною мовчання у пам'ять про Олександра Оніщенка, співробітника «Альфи», який загинув під час антитерористичної операції під Слов'янськом» (14 травня 2014 р.). Натомість ця телерадіокомпанія весь новинний випуск «Об'єктива» (чотири сюжети) 12 травня 2014 року присвятила 69-й річниці Перемоги над нацистською Німеччиною. «Новини» телерадіокомпанії Відікон

повідомили, що вшанувати учасників Другої світової війни до Меморіалу слави прийшло понад 4 тисячі людей. Багато – з новим символом Перемоги (червоним маком). «Для мене це символ України, оновленої України, яка, я думаю, вистоїть у цьому безладі», – зазначив сумчанин Валентин Сидоренко.

Передача «На часі» ОДТРК розповіла про марш миру в Охтирці та марш єдності в Сумах. Кількасот прихильників акції «Пам'ятай ім'я своє» з фотографіями загиблих родичів урочистою ходою дійшли до Меморіалу слави. Там приєдналися до тих, хто вітав ветеранів з новою символікою (12 травня 2014 р.).

Студенти-журналісти зібрали спогади свідків Другої світової, видали книжку та створили 18 відеосюжетів патріотичної тематики, які передадуть школам та бібліотекам (ОДТРК, 13 травня 2014 р). Загалом було вісім новинних повідомлень про відзначення Дня Перемоги.

У 10 телевізійних новинних випусках висвітлювали різноманітну тематику з життя дітей, підлітків, юнацтва та у 5 йшлося про молодіжні справи. Зокрема, ведучий передачі «Новини» (Відікон) повідомив: «Крим у складі України». Так виглядає карта, яку малеча разом із батьками виклали у дитячому парку «Казка». Кожен учасник флеш-мобу прийшов висловити громадянську позицію за єдину і цілісну Україну. Адже сумчани не на жарт стурбовані ситуацією на рідній землі. Запевняють, що тільки разом українці – сила і міць. До протесту проти путінських амбіцій міг приєднатися кожен охочий та разом скласти з пазлів монолітну карту нашої держави.

ЖІНКА 1: Дуже хвилююся за долю своєї онучки, за долю усіх дітей, які в Україні і не тільки.

КОР.: А Крим – Україна?

ЖІНКА 2: Так. Крим – це Україна!

ЖІНКА 3: Крим наш! (12 травня 2014 р.)

Координатори проекту «Прийди на вибори – захисти державу» запросили на акцію батьків з дітьми, які писали листи майбутньому

Президентів України. Просили підвищення зарплат і пенсій, нижчих цін на ліки і продукти. Олександр Руденко: «Я прошу майбутнього Президента, щоби не було війни, щоби настав мир і Росія зупинила насильство над нами, не присилала танки, БТри на нашу рідну українську землю» (ОДТРК, 12 травня 2014 р.). Напередодні міжнародного дня сім'ї підбито підсумки конкурсу дитячого малюнка на тему «Рідний край», на якому було понад 200 робіт (Академ TV, 15 травня 2014 р.). У галереї фотоклубу «Імпульс» відкрили експозицію дитячої фотографії «Чудово різні» (Відікон, 15 травня 2014 р.). До Сум з'їхалися школярі зі всіх районів області та привезли з собою різні рушники, вишиванки, старовинні ляльки та інші цікаві вироби, щоби глибше пізнати історичну етнографію (ОДТРК, 12 травня 2014 р.). «Слава Україні! Героям Слава!» – з такими гаслами студенти-педагоги ходили містом. «Ми хотіли підкреслити, що ми українці, ми за єдину, соборну Україну», – пояснила Ольга Марченко (ОДТРК, 15 травня 2014 р.).

З інформаційної програми «На часі» телеглядачі довідалися, що Валентина Глушко виховала 23 дітей: 20 прийомних і 3 своїх. Письменник і гуморист Григорій Єлишевич відзначив 40 років творчої діяльності. Про одну і ту ж подію розповідали у новинах ТРК Академ TV, Відікон, ОДТРК: оновили автопарк екстреної медичної допомоги. За кошти держбюджету для області придбали 34 карети «швидкої допомоги», підбили підсумки роботи нового виконкому міської ради за два місяці, міська рада не зменшила пільгу зі сплати податків і зборів, що надходять до міського бюджету, публічному акціонерному товариству «Сумхімпром».

Про 82-міліметрову міну часів Другої світової війни, яку знайшов у річці на Ромнищині підводний полювальник, телевізійні канали розповіли 14, 15, 16 травня 2014 року. Йшлося про вибори Президента, голови міської ради, довибори депутатів обласної ради, виставку міжрегіональної і зовнішньоекономічної співпраці «Слобожанський міст», трагічно-драматичні випадки, пожежі, шахрайство тощо.

В окремих новинних повідомленнях неправильні акценти. Наприклад, у репортажі про відзначення Дня матері очільник Сумського обласного осередку Конгресу української інтелігенції Віктор Казбан, розповідаючи про видатних жінок України-Русі, назвав княгиню Ольгу патріоткою України і Росії. Коментувати – зайве. Однак зазначимо, що ні Московії, ні Росії в той час, коли володарювала на Русі княгиня Ольга, не було. Дещо скептичним виявився репортаж про жовто-блакитну прапороманію у Сумах, розфарбовування мостів, споруд у жовто-блакитний колір. Слушною є думка головного архітектора Сум Володимира Білова, що патріотизм потрібно висловлювати в естетичний спосіб, дотримуючись нормативних вимог. Однак висловлювання журналістки про сумську прапороманію та жовто-блакитну українізацію дещо насторожує.

У сучасних умовах загострення інформаційної війни, яка переросла у військову агресію Російської Федерації проти України, по-новому осмислюються, уточнюються, доповнюються стандарти журналістської праці (і працівників регіональних телеканалів зокрема), бо це пов'язано із суспільно-політичними ситуаціями, морально-психологічним станом мешканців кожної області. Свідченням цього є також щоденні випуски телеканалів у Львові та Харкові.

Для моніторингу було обрано час з *19 по 23 січня 2015 року*, коли конфлікт на Сході України був у гострій стадії, стартувала четверта хвиля мобілізації, переселенців з Луганська та Донецька евакуювали до Харкова та Львова. Власне ще й з цих міркувань для дослідження обрали ці міста. З 75 новин, які подав упродовж тижня харківський телеканал «Сімон», 48 мали негативне забарвлення. Щодня випуски харківських новин починались словами «потерпіли від теракту, пролунав вибух, у центрі міста вбили адвоката, через агресію Росії економіка втратила, смертельне ДТП, можуть залишитись без даху над головою тощо. Суттєво не відрізнялась ситуація і у Львові – з 87 новин за тиждень у головних новинах на ТРК «Люкс» 42 – мали негативне забарвлення. Більшість подій, які редакція оприлюднювала, починалися словами, які могли

викликати агресію: «вбили і викинули, квитанція за садок зростає аж на 70 відсотків, вчителі та медики без зарплати, інформаційна війна і приниження, прибули поранені бійці, вийшли на дорогу через погану дорогу, освітній колапс» тощо.

Тематично-змістова насиченість новинних випусків регіональних телеканалів залежить також від відстані до території, де тривають бойові дії. Наприклад, у новинах Дніпропетровської обласної державної телерадіокомпанії (прифронтна зона) з 9 по 14 лютого 2015 р. показано 26 сюжетів на різні теми, які безпосередньо пов'язані з АТО. Кожний випуск починався повідомленням міжнародного та загальноукраїнського характеру: зустріч канцлера Німеччини Ангели Меркель і Президента США Барака Обами, засідання контактної групи з мирного врегулювання конфлікту на Сході України, переговори нормандської четвірки, зустріч лідерів країн (Німеччини, Франції, України і Росії) у Мінську.

Інші теми: до військового шпиталю привезли поранених із зони АТО, впіймали шпигуна – завербованого інформатора так званої ДНР, перевіряли дієздатність бомбосховищ, запрацював броньований шпиталь, знову зустрічали переселенців із Донецька, Горлівки і Макіївки, допомога Дніпропетровській повітрянодесантній бригаді, школярі та молодь відправили українським воїнам 500 валентинок, переселенці-жінки займаються рукоділлям, благодійники з Волині передали дніпропетровським лікарям партію гуманітарної допомоги, для 50 дітей із сімей переселенців провели екскурсію визначними місцями міста, у Павлограді для переселенців відкрили перше у місті модульне містечко тощо.

У кожному випуску новин – рубрика «Наша тема» про різні аспекти соціальної проблеми. Телеглядачі також побачили інформаційні сюжети про закриття підпільного цеху з виготовлення горілки-фальсифікату, про суд над вбивцею молодого подружжя, розправу над опудалами хабарників, про продажних політиків і співаків, пікет під обласною радою працівників «Південмашу», які декілька місяців не отримували зарплату, переможців проектів з енергозбереження та інші. За тиждень було три сюжети з культурної

тематики: про презентацію книжки Юрія Андруховича «Тут похований фантомас», відкриття виставки сучасної кераміки, експозицію фотографій «Мирний Майдан, протистояння, жалоба».

Беручи до уваги теорію Г. Поченцова про інформаційну асиметрію [161, с. 642], найкраще застосовувати тактику висвітлювання позитиву, акцентуючи на гідності та патріотизмі тих, хто поруч, кого ми знаємо і хто може бути прикладом для наслідування. Власне новини регіональні й можуть бути якнайкращим інструментом для такої тактики. Серед проаналізованих є й такі. Зокрема, «Україна відзначає день Соборності і Свободи, Харківщина і Німеччина будуть співпрацювати, на Харківщині збільшилось виробництво молока, ті, що беруть участь у розвитку країни, отримали нагороди». Такий дискурс дає змогу глядачеві вірити, що країна, а разом з нею її громадяни мають перспективу мирного вирішення конфлікту і закінчення війни.

У Львові позитивну альтернативу агресії бачимо з перших речень у деяких телевізійних новинах. Наприклад, «маємо бюджет, святили воду цілим містом, поєднати Львів із Польщею, у фартовому місті вперше приймуть африканців». Проте слід зауважити, що таких тем надто мало, глядач не відчуває балансу між позитивом і негативом. Окрім асиметрії з перевагою до позитиву, медіааналітики пропонують використовувати гумор, і у новинах зокрема. На жаль, у проаналізованих нами випусках таких прикладів майже немає, що свідчить про зашорене, стереотипне сприйняття журналістами новинного контенту.

Теорія масової комунікації передбачає нав'язування порядку денного, тобто тематично-змістове наповнення інформаційних повідомлень. Нині особливо загострилася потреба у новинах з позитивним українськоцентричним контентом. До речі, журналісти довго боролися, щоби не бути підставками для мікрофонів. Нині потрібно подолати ерзац-стереотипи «я лише інформую», бо це призводить до вихолощення медіасередовища, перебирається у свідомість нової генерації журналістів [180]. Тому, коли мовиться про нейтралізацію

агресії, варто виходити за межі звичного і робити неочікувані кроки. Наприклад, у головних новинах ТРК «Люкс» з'явилася рубрика «А тим часом...», яку ведучий оголошує словами «поза війною життя триває, і сьогодні ми побували...». Місця редакція обирає найнесподіваніші (пологовий будинок, школа, ринок, стадіон) і показує, що там відбувалося. Новинам надають певного сенсу. До цього аспекту також привернула увагу Г. В. Скорупська у статті «Питання добору новин у поглядах вітчизняних і зарубіжних науковців» [186, с.15–20]. Зокрема, Д. Белл зазначав, що тепер новини не повідомляються, а інтерпретуються ще на етапі добору потрібних повідомлень з інформаційного потоку. Не всі події стають новинами та потрапляють на шпальти газети чи до інформаційних випусків, і не всі новини може сприйняти аудиторія [128, с. 7].

Добирання новин як академічна проблема не має на сьогодні чіткого вирішення. Г. Г. Почепцов пояснює це частково тим, що для будь-якої гуманітарної проблеми існує немало альтернативних рішень, оскільки вони не мають об'єктивного порядку доказів своєї правильності. Проте науковець констатує, що відповідна робота в галузі академічного аналізу новин ведеться. Наприклад, виділяють 5-6 параметрів, за якими редактор ранжирує новини. Це може бути амплітуда події (руйнівний землетрус на відміну від поштовху), її суспільне значення (не сказав президент чи голова районної адміністрації) тощо [158, с. 32]. Дослідниця Г. В. Скорупська зауважила, що на початку ХХ ст. К. Левін, досліджуючи аспекти соціальної психології, дійшов висновку, що людина завжди поводиться вибірково та креативно [150]. Концепція цілеспрямованого добору подій для висвітлення у ЗМІ базується на ідеях, які висловив К. Левін. Він першим використав термін «гейткіпінг», описуючи дружину чи матір як особу, котра вирішує, яка їжа опиниться на обідньому родинному столі. Жінка контролює «канали», що постачають продукти (сад, супермаркет тощо). Кожний канал поділений на секції, які мають «ворота» (gates), – чинники, що впливають на остаточний вибір, формуючи його. Відповідно гейткіпер («воротар») – людина, яка вирішує, що саме має пройти в



ці «ворота» (gates) під час здійснення вибору в межах певного процесу [241]. К. Левін дійшов думки, що модель гейткіпінгу (theory of gates – теорію «воріт») можна застосовувати щодо процесів добору новин, які проходять згруповано певними комунікаційними каналами [244, р. 145].

Відомий дослідник масової комунікації С. Кара-Мурза зазначає, що демократичне суспільство наділяє великими правами працівників мас-медіа, які несуть велику відповідальність перед суспільством. Виражаючи і формуючи громадську думку, ЗМІ, з одного боку, акумулюють досвід і волю мільйонів, а з іншого – впливають не лише на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей [83, с. 53]. У дослідженнях Г. Поченцова йдеться про те, що масова комунікація створює для людини своєрідну «іншу реальність», вплив якої не менш значний ніж вплив об'єктивної реальності [160, с. 134]. Феноменом створення «іншої реальності» є також використання фейкових (неправдивих) новин. Розвиток медіа-технологій сприяє тому, що тепер набагато легше створити фейкове зображення та новину, фейкових експертів, фейкові веб-сайти та мозкові центри, фальшиві джерела інформації.

Розглянуті у навчальному посібнику «Робимо новини» Л. А. Васильєвої джерела отримання новин, принципи відбору, методи їх подання та особливості роботи журналіста в різних ситуаціях під час збирання матеріалу [22], як і важливі думки С. Кара-Мурзи, Г. Почепцова, Г. Скорупської та інших дослідників соціальних комунікацій, що стосуються вивчення інформаційних потоків, вираження і формування громадської думки, протидії дезінформації (нині насамперед російській маніпулятивній пропаганді), стали методологічною основою наших рекомендацій добору таких фактів для новин регіональних телеканалів, які би сприяли формуванню морально-психологічного попиту у глядачів на абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті цінності. Адже знайдений і оприлюднений журналістом соціально важливий факт інтерпретується у підсвідомості глядача, а відтак, діставши належну оцінку, на свідомому рівні реалізується у вчинках, діях та існує як самодостатня одиниця в

сукупності з іншими інформаційними повідомленнями, що творять структуру соціогуманістичних потреб, яку ми розробили, взявши до уваги думки кандидата філософських наук Юрія Килимника [86] та кандидата наук із соціальних комунікацій Оксани Білоус [12, с. 97]. Щоби потреби як соціально-психологічні чинники зумовлювали виникнення, зміцнення, утвердження регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей як органічно єдиного сутнісного національно-громадянського «Я», потрібно:

- *знати*: правдиву історію України і свого краю, українську та інші мови, здобутки української культури, літератури, мистецтва в європейському і світовому контекстах;
- *вірити*: у Господні та свої духовні сили, морально-психологічну перемогу над агресором, національно-громадянське одужання України, її щасливе майбутнє і заради цього здобувати знання, сумлінно працювати, самовіддано захищати соборність Вітчизни;
- *шанувати*: батьків, свій рід, борців за незалежність України усіх часів, національно-державні символи, людей різних національностей, які люблять Україну, працюють заради її розквіту і захищають від ворогів;
- *любити*: сім'ю, рідну оселю, село, місто, край, Україну, прогресивні українські звичаї й традиції, природу;
- *думати*: аналізувати, осмислювати минуле, сучасне життя краю, України, всього народу, політичні, культурні події у контексті світової реальності;
- *впливати*: на створення здоровою морально-психологічного клімату в сім'ї, родині, навчальному закладі, селі, місті, справедливості у суспільстві, розповсюдження правдивої інформації засобами масової комунікації;
- *утверджувати*: культурні, національні, громадянські, життєдайні засади розвитку суспільства, дух злагоди, міжрегіональне

порозуміння, дружбу між людьми різних національностей, свободу дій і сувору відповідальність за вчинене;

- *захистити*: правду, справедливість, друзів, національну ідею державотворення, соборну Українську державу, національно-громадянські суспільні інтереси.

Щоб новинні випуски регіональних телеканалів були насичені національно-громадянським, інтелектуально-естетичним змістом, журналістське мислення повинно бути духовно-моральним. Лише за таких умов успішним буде головне покликання телевізійного журналіста, оператора, режисера – вдумливо, з чистими помислами, професійно добирати новини, доносити їх до людей і допомагати їм орієнтуватися у світі, в українському політико-ідеологічному, соціально-економічному, духовно-культурологічному і морально-психологічному житті, відтворюючи його інформаційний образ. Від журналіста залежить, наскільки образ світу, України, регіону не є викривленим та спотвореним, наскільки він придатний для правдивого сприймання.

## **Висновки до розділу 2**

В інформаційному суспільстві внаслідок розвитку новітніх технологій відбувається розмежування на загальні, світові, глобальні, з одного боку, і місцеві, локальні, з іншого, новини. Регіональне телебачення функціонує в межах закону наближення інтересів.

Схарактеризовано особливості загальнонаціонального, регіонального, місцевого мовлення. Зазначено, що регіональне телебачення є самостійним сегментом структури національного телемовлення, яке покликане сприяти формуванню в українських громадян державницького мислення як мислення національного, гуманного, демократичного, громадянського, відповідального за особисту долю, долю родини, Української держави.

Хоч регіональний інформаційний простір звужує можливості під час добору соціально важливих фактів для новин, але в комунікаційному процесі

доцільно дотримуватися гуманістичної формули «Єдність через різноманітність». Новинні повідомлення покликані сприяти розвиткові у телеглядачів здорових, пізнавальних, моральних, почуттєвих і позитивних поведінкових мотивів.

Окреслено критерії оцінення якості регіональних теленовин у зіставленні з новинами центральних каналів, якими є змістова наповненість важливими місцевими фактами, орієнтованість на гуманістично-національні цінності, відповідність всеукраїнським і регіональним інтересам, правдивість, вчасність подання до ефіру, професійне використання візуально-вербальних компонентів зображення та когнітивну, афектну і поведінкову реакцію телеглядачів.

Регіональна комунікація – це також рух смислів у просторі та часі. Обґрунтовано, що смисл є ціннісним, якщо насичений національно-гуманістичною інформацією, яку регіональні телеканали оприлюднюють насамперед у новинних випусках. За таких умов, перефразовуючи Ж. Бодріяра, комунікація здійснюється не заради комунікації, а заради позитивного морально-психологічного впливу на телеглядачів, який складається з трьох етапів: операційного, процесуального, завершального.

Забезпечуючи доступ громадян до потрібної їм інформації, працівники регіонального телебачення можуть використовувати свій професійний обов'язок – бути на стороні суспільних інтересів, формувати у глядачів попит на абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті морально-духовні цінності. Отже, новина, вперше увійшовши у духовний світ людини, не залишиться «при порозі» (В. Владимиров), а вступить у зв'язки із світоглядом, переконаннями, знаннями, уподобаннями, упередженнями, вступить до етапу інтерпретації.

Аналіз новинних передач телеканалів Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова і Автономної Республіки Крим дає підставу стверджувати, що тематична і змістова насиченість новин, їхня зображально-текстова

напруженість і ненапруженість перебувають у прямій залежності від суспільно-політичної ситуації в області, Україні і світі. Однак цінності працівників телебачення не завжди (навіть часто) не збігаються із регіональними, всеукраїнськими цінностями і мораллю. Тележурналісти можуть свідомо чи мимоволі надавати більшого значення одним фактам, подіям, явищам і зменшувати значення інших, навіть суспільно важливих.

Осміслено загострену проблему щодо потреби в новинних випусках українськоцентричного контенту. Розроблено структуру соціогуманістичних потреб, які як соціально-психологічні чинники зумовлювали би зародження, зміцнення, розвиток, утвердження регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей – органічно єдиного присутнього національно-громадянського «Я». Адже знайдений і оприлюднений журналістом суспільно важливий факт інтерпретується у підсвідомості глядача, а відтак, діставши належну оцінку, на свідомому рівні реалізується у вчинках, діях та існує як самодостатня одиниця у сукупності з іншими інформаційними повідомленнями, що творять національний соціокультурний простір.

### РОЗДІЛ 3

## ЧИННИКИ КОМУНІКАТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ НОВИН РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ УКРАЇНИ

Суспільні настрої (позитивні, негативні, нейтральні) створюють люди – учасники інформаційного процесу, динамічність якого щоразу наповнюється незліченною кількістю повідомлень у новинних випусках. Водночас ускладнюється вибір інформації, яка би збагачувала людину інтелектуально, морально, духовно, психологічно, естетично, бо також «поширюються ще й стереотипи, упередження, цілеспрямовані фальшиві інтерпретації, що свідомо чи не свідомо – суттєво впливають на уявлення тих, хто користується послугами медіа» [173, с. 52].

Проблеми, які пов'язані з толерантною або інтолерантною інтецією журналістських матеріалів, мають і глобальні, і локальні історичні передумови певних культурних і цивілізаційних непорозумінь, які навіть переростають у військові протистояння. Яскравим прикладом є російська інформаційна агресія, яка переросла у справжню військову агресію Російської Федерації проти України. Кандидат наук із соціальних комунікацій О. Ю. Сухомлин зауважує, що «тиражування професійними комунікаторами високоморальних фактів, подій, явищ лежить у площині професійної етики журналіста і веде до утвердження у суспільстві переконань щодо необхідності толерантності як основної цінності та засобу виживання у сучасному світі, тоді як авторська вседозволеність, недбальство абсолютизують у масовій свідомості протест та нетерпимість як єдиний спосіб досягнення справедливості» [194, с.1].

Соціокультурний простір – це «потужний державозмінюючий і націєтворчий важіль, що йому надає значення будь-яка країна, – зазначив професор І. В. Крупський. – Висловлювання «хто володіє інформацією, той володіє світом» у застосуванні до України можна перефразувати так: «Хто володіє інформацією в Україні, той володіє нею, Україною» [96, с.193–194].

Слушно стверджує О. Дубас, що інформаційний простір значною мірою визначає і формує нашу українську ідентичність [64, с.19].

«Захист духовних і матеріальних цінностей титульних, корінних націй і народностей, їхніх мов, культур, традицій від зодноріднення не тільки невідворотними глобалізаційними впливами, а асиміляційними діями неоколоніалістів [читай московсько-путінських. – П. Д.], які інспірують в інформаційний, освітній та інші простори свої замисли і тексти, зловмисно і широко використовуючи так званий інтелектуальний антиукраїнізм в імперській семіотиці, антиукраїнській семантиці й аксіології для цинічного зомбування інтелекту людей, їхніх душ, цінностей і свідомості через інспірацію імперських інновацій в інформаційний простір України» [28] є найважливішою проблемою сьогодення.

Ця глибоко змістовна, інформаційно насичена цитата із статті академіка С. Й. Вовканича є важливим схваленням цивілізаційно-демократичної позиції швейцарського політолога Урса Альтерматта, який зауважив, що «для багатьох європейців сьогодні набагато важливішими від релігії є мова і культура, які в європейських національних державах становлять ключові сфери й принципові розпізнавальні знаки. Хоча державно-політичні кордони скрізь жодною мірою не збігаються з культурно-мовними, практика більшості національних держав зорієнтована на те, щоб створити гомогенну мовну культуру на спільній державній території» [1, с.125]. До речі, Європейський Союз щороку витрачає до мільярда євро на переклад усіх офіційних документів мовами всіх (!) країн-учасниць, що свідчить про прагнення зберегти ідентичність європейських народів. А Кремль використовує російську мову як чинник денаціоналізації українців, білорусів, киргизів та ін. Російський публіцист Дмитро Шушарін акцентує, що не можна йти тим шляхом, яким іде кремлівський пропагандистський апарат. Він обрав одразу декілька напрямів, але працює досить потужно й орієнтується на низинні сторони людської природи – як серед європейської еліти (і не тільки), так і серед електорату і також серед російської

діаспори. Треба розуміти, що вся російська діаспора здебільшого є прокремлівська [177].

У праці «Етнонаціоналізм в Європі» Урсо Альтерматт зазначив: «Зазвичай, національна держава визнає інобуття своїх громадян тільки в сенсі властивості окремих індивідів, якщо вони своєю особливою культурою не загрожують офіційній культурі держави. Більшість, що трактує себе як так звану «державотворчу націю» або як «титульну» націю, вимагає, щоб меншини використовували мову домінантної народності, принаймні публічно» [1, с. 125].

Ця важлива гуманістична, демократична, громадянська позиція Урса Альтерматта має безпосередній стосунок до мовно-культурної політики в Україні як головної складової творення національного соціокультурного простору. Якщо цей простір потужний, зцементований національною ідеєю, то здатний адаптувати до себе чи відкинути без катастрофічних наслідків чужі цінності, чужу гегемонію. У цьому контексті ми досліджуємо творення новин на регіональних телеканалах, сенс впливу яких зумовлюється тематично-змістовою насиченістю, наочністю, документальністю, доступністю, образністю, лаконічністю викладу, національно-громадською позицією журналіста.

### **3.1. Складники соціокультурного змісту новин**

Серед науковців, журналістів-практиків триває дискусія про відповідність новин реальній життєвій ситуації, їхню інформаційну насиченість та критерії, чинники, які визначають життєздатність, тобто суспільну цінність новин. Зазначаємо, що одні й ті ж складові новинної цінності називають і критеріями, і факторами, і чинниками, але глибинна сутність від цього не змінюється. Ми для характеристики комунікативної ефективності новин використовуємо поняття «чинники», за якими відбирають новини та які впливають на їхню структуру. Адже ефективне функціонування комунікативної моделі «ЗМІ – потреба – інтерес – цінність» психологічно зумовлене змістовним, правдивим, цікавим інформаційним потенціалом. Актуальні, соціально значущі



новини, що оригінально, образно, чітко подані, у результаті сприймання та інтерпретації формуються у свідомості людини як ціннісна духовно-інтелектуальна, морально-національна настанова, що визначає дії реципієнта – його ставлення до факту, події, явища, особи. Від того, яку енергію (доброчинну чи зловорожу) несе новина, залежить, чи пройде вона у «ворота» свідомості реципієнта, чи буде зупинена [250, р. 239].

Результати нашого наукового осмислення позиції журналіста (редактора) під час відбору новин збігаються із результатами дослідження Дж. Турк [253] та С. Хонга [242]. Соціогуманістична цінність новини є головним критерієм відбору для оприлюднення через ЗМІ. Щоправда, не кожен дискурс має благодатну силу. У ньому є і зворотний, демонічний бік, що здатний не лише переконувати, а й підбурювати, не лише просвіщати, а й вводити в оману. Такому «тлотлінному» дискурсу, на переконання професора І. В. Крупського, треба протиставити компетентно підготовлену об'єктивну, правдиву, морально насажену новину – контрдискурс, що має характеризуватися оперативністю, точністю, оскільки багаторазове повторення неправди важко спростувати [96, с.195].

Норвезькі вчені Йохан Галтунг і Марі Руж назвали 12 чинників новинної цінності [240].

#### Чинники новинної цінності (за Galtung/Ruge, 1965)

F 1	<b>Частотність</b> Чим більшою мірою часовий перебіг події відповідає періодичності виходу медіа, тим ймовірніше подія стане новиною
F 2	<b>Амплітуда</b> Є певне граничне значення помітності, яке повинна перевищити подія, щоб бути зареєстрованою
F 3	<b>Однозначність</b> Чим більше однозначно і зрозумілою є подія, тим більше шансів вона має стати новиною

F 4	<b>Значущість (культурна близькість/важливість)</b> Чим значущішою є подія, чим більше вона зачіпає особисті інтереси, тим швидше вона стане новиною
F 5	<b>Відповідність (очікування, бажаність)</b> Чим більшою мірою подія відповідає існуючим уявленням і установкам, тим швидше вона стане новиною
F 6	<b>Подив (непередбачуваність, рідкість)</b> Чим приголомшливішою (непередбачуваною, рідкісною, дивною) є подія, тим більше є шанс стати новиною, щоправда лише тоді, якщо вона є приголомшливою в межах очікувань
F 7	<b>Безперервність</b> Подія, яка уже визначена як новина, має високий шанс, що медіа звертатимуть на неї увагу і надалі
F 8	<b>Варіація (композиція)</b> Порогове значення для звертання уваги на подію знижується, якщо вона сприяє балансуванню і варіюванню загальної новинної картини
F 9	<b>Зв'язок з елітною державою</b> Події, які стосуються елітних держав (потужних в економічному або військовому плані), мають непропорційно високу новинну цінність
F 10	<b>Зв'язок з елітними особами</b> Те саме стосується елітних осіб, тобто відомих та/або авторитетних, впливових осіб
F 11	<b>Персоналізація</b> Чим більше персоналізованою є подія, тобто чим більшою мірою в ній виражені дії або доля людей, тим більше шансів вона має стати новиною
F 12	<b>Негативізм</b> Чим негативнішою є подія, тобто чим більшою мірою вона стосується конфлікту, суперечки, агресії, руйнування або смерті, тим більшу вагу звертають на неї медіа

Вінфрід Шульц, характеризуючи чинники новинних цінностей Йохана Галтунга і Марі Руж, висловився так: «Ці фактори справляють на новинний потік селективний, перекручувальний і реплікативний вплив: насамперед увага звертається на події, фактори новинної цінності яких особливо сильно виражені, ці ознаки акцептуються також пізніше у повідомленні; селекція і викривлення повторюються і при цьому посилюються тим більше, чим довший є новинний ланцюг. Це особливо виразно проявляється у випадку міжнародних новин [231, с. 531]. Однак з норвезькими вченими не зовсім погоджується

К. Розенгрэн, бо такі чинники добору новин, на його думку, призводять до надто «психологізованого» результату [249], тобто залежать від індивідуального сприйняття журналістом факту, події, явища, особи. Зрозуміло, що кожний факт, подію, явище, особу можна висвітлити з різних позицій. Ракурс подання матеріалу, як зазначали вище, залежить від вибору журналіста. Однак незалежно від політико-ідеологічної заангажованості журналіст повинен поінформувати про новину неупереджено, об'єктивно, правдиво, акцентуючи на її соціальному чиннику, який П. Шумейкер та П. Коен поділяють на чотири аспекти: політичний, економічний, культурний, суспільний [251].

На жаль, комерціалізація ЗМІ, зокрема регіонального телебачення, веде до спрощення подання новин, а також різних уявлень, домислів і навіть вимислів. Це призводить до деформування інтелектуально-емоційних потреб глядачів, знижує здорові пізнавальні інтереси, які, як слушно зауважує М. Шостак, мають забезпечувати спрямованість особистості на усвідомлену діяльність і таким чином сприяти орієнтуванню щодо ознайомлення з новими фактами, що допомагають глибшому пізнанню дійсності [229, с. 7]. Негативний вплив на функціонування регіональних телеканалів мають транснаціональні корпорації, для яких чужі українські національні інтереси, їм байдуже до справжньої, морально-світоглядної журналістики, її ролі в розбудові соборної, вільної, демократичної, правової української України.

Водночас простежується не менш шкідливе явище в інформаційному просторі України: патріотична істерія заглушує реальний та здоровий глузд. «Під маркою науки і культури подається примітивна конспірологія і псевдонаукові побрехеньки, – зазначає краєзнавець з Рівненщини Віталій Ткач. – Думаю, що сьогодні глядачам було б цікаво почути про проблеми, які стояли перед людьми минулого, про те, як їх вдавалося вирішувати, про походження тих чи інших речей, що нині нас оточують» [46].

Щоби праця телевізійного репортера не була даремною, щоб він побачив, почув, відчув, збагнув, зрозумів і зумів цікаво, захопливо розповісти і

показати своїй аудиторії про те, що нового відбулося, відбувається чи відбудеться, він повинен глибоко усвідомлювати, знати, що новина має бути свіжою (чим більше часу минуло від моменту події, тим менший інтерес до неї в аудиторії); раніше невідомою; близькою аудиторії (те, що близько в географічному або культурному відношенні, завжди викликає більший інтерес, ніж те, що відбувається «за дев'ятьма лісами»); незвичайною; «застійною» (завод як скидав, так і скидає отруйні відходи у водоймище); персоніфікованою (розповідь про цікаву, неординарну особистість цікавіша, ніж про марудну пересічну); захопливою (викликати інтерес); важливою (редакційною) (редакція або репортер, які самотужки «відкопали» новину, нерідко віддають їй перевагу перед іншими); важливою [211, с. 19–21, 75].

Отже, новина буде ціннісною для соціокультурного простору (макрорівень) за умови глибокої загальної (інтелектуальної), конкретної (знання об'єкта висвітлення), психологічної (національно-громадянська позиція) підготовки журналіста, що на мікрорівні пов'язується з потребою медіа щоразу вивчати «порядок денний» (agenda setting), тобто добирати такі інформаційні повідомлення, які не лише відповідають критеріям новинності, а й сподіванням аудиторії ЗМІ щодо структурування її інтересів [170].

Зіставивши трактування науковців щодо передумов вибору новин для оприлюднення у ЗМІ (дискутуючи, доповнюючи один одного, їхні розуміння в основному збігаються) з результатами аналізу новинних випусків на регіональних телеканалах Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова і Автономної Республіки Крим, можемо стверджувати, що на добирання телевізійних новин впливають як зовнішні чинники (сили): політичні, економічні, соціальні, культурні та географічні, так і внутрішні, адже журналісти, оператори та спеціалісти з інших служб працюють у межах конкретної телевізійної організації і підпорядковуються внутрішнім законам (статут, регламент тощо), зважаючи на ідеологічні, економічні, технічні особливості тощо. Виокремлюємо інтелектуальний, морально-психологічний,

національно-громадянський, світоглядний, професійний рівень працівників регіональних телеканалів.

З огляду на те, що журналістика, зокрема й регіональне телебачення, є специфічним видом суспільної діяльності, має духовно-прикладний характер, журналістський професіоналізм складається з багатьох важливих компонентів: «від морально-громадянських (мужність, сміливість), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку)» [74, с. 32]. На радіо важливе значення має також голос журналіста, а на телебаченні – голос та зовнішній вигляд. Професор В. Й. Здоровега стверджував, що високий професіоналізм журналіста охоплює ще й глибинніші психологічні людські якості, особливу внутрішню енергетику, яка дає змогу йому впливати на інших людей, підпорядковувати їх своїй духовно-моральній владі.

У процесі нашого дослідження привертали увагу до статичних і динамічних аспектів сприйняття журналістами реальної дійсності, її осмислення, вміння переходити від статичних (традиційних стандартів творення новин і визначення їхньої цінності) до динамічних аспектів удосконалення журналістської майстерності, пов'язаних зі змінами регіональних, всеукраїнських і світових суспільно-політичних ситуацій. Тематичні бесіди, опитування та аналіз письмових робіт студентів свідчать, що 27% працівників регіональних телеканалів глибоко не замислюються над тим, яке змістове, емоційне насичення новинних повідомлень, який їхній дух, якою є спонукальна енергія; чи слово і зображення на телевізійному екрані сприяють утвердженню українських національно-гуманістичних цінностей; чи їхня творча праця сприяє розбудові такої української України, в якій би кожний громадянин (будь-якої національності) відчував себе українцем, тобто політичним українцем, для якого Україна є Батьківщиною, а не місцем перебування чи проживання, або лише нагромадження капіталу. Адже «цінності, які сповідує особистість, визначально впливають на її компетентність, оскільки від них залежить, на творення добра чи

зла спрямовані знання, уміння та навички, врешті професійний і соціальний досвід, якими володіє фахівець» [174].

Щоби досягати ефективної інформаційної комунікації, журналістам потрібно глибше осмислювати відповіді на запитання під час підготовки новин до телевізійного ефіру. Новинна журналістика виробила шість запитань, на які має бути відповідь у телевізійному сюжеті.

*«Народні депутати залишили себе недоторканими, а розгляд відповідного законопроекту перенесли на невизначений термін. Нині у Верховній Раді за таке рішення проголосували лише 190 депутатів із 401 присутнього. Майже одногосно законопроект підтримали провладні фракції. Опозиція ж відмовилася голосувати. Обіцяють подати власний проект закону, який передбачатиме скасування усього інституту недоторканості, включно з президентом та суддями. У липні минулого року Конституційний суд визнав конституційним можливе скасування недоторканості депутатів Ради і неконституційним скасування недоторканості президента і суддів» (Кримська телекомпанія «Неаполь» від 14 травня 2013 року).*

Отже, на запитання «що?» маємо відповідь «не проголосували за зняття депутатської недоторканості»; «де?» – «у Верховній Раді»; «коли?» – «нині»; «хто?» – «народні депутати»; «чому?» – «опозиція відмовилась голосувати»; «як?» – «обіцяла подати власний проект і скасувати недоторканість президента і суддів».

*«У Харкові знову пролунав вибух. Інцидент стався вчора пізно ввечері. Інформація про подію надійшла до міліції о пів на дванадцятую ночі. Вибуховий пристрій здетонував у цокольному приміщенні офісної будівлі на вулиці Отакара Яроша. Вибуховою хвилею пошкоджено двері та сходи. Постраждалих, за попередніми даними, немає. У будівлі орендували приміщення туристична фірма та громадська волонтерська організація, що надавала допомогу переселенцям та бійцям АТО. За попередніми*

*припущеннями, правопорушники могли здійснити вибух, аби зашкодити волонтерській діяльності» (ОТБ (м. Харків) від 9 лютого 2015 року).*

Дано такі відповіді на такі запитання: «що?» – «вибух»; «де?» – «у цокольному приміщенні офісної будівлі на вулиці Отакара Яроша»; «коли?» – «вчора пізно ввечері»; «хто?» – «правопорушники»; «чому?» – «аби зашкодити волонтерській діяльності»; «як?» – «вибуховою хвилею пошкоджено двері та сходи».

Журналістська практика доповнила традиційні шість запитань сьомим – «Яке джерело?» Сім запитань створюють важливу опору для думок, «вказують на те, що є або могло б бути важливим у події» [230, с. 265].

Медіа-експерти, зокрема і громадського об'єднання «Телекритика», оцінюючи матеріали репортерів, вважають за обов'язкову вимогу називання джерела інформації. Аби уникнути маніпулятивних ходів, наприклад, «з добре поінформованих джерел», варто вказувати, звідки кореспондент бере інформацію або чию заяву поширює. Застосовуючи цей тип новинної журналістики, кореспондент дотримується стандарту «достовірність інформації».

*«Нечистих на руку чиновників поб'ють та повісять на стовпах на Європейській площі. Розправитися з опудалами хабарників, продажних політиків та співаків зможе кожен охочий. Усі ляльки будуть мати своє прізвисько і чітко відображати усю суть так званих зловмисників. Організатор заходу Віталій Ровенський повідомив, що так звану Судну ніч влаштували, аби посміятися з того, що розповідають про події в Україні російські ЗМІ та й якось налякати тих, хто діє проти українського народу. Церемонія розправи відбудеться у п'ятницю, 13 лютого о 18-й годині. Окрім того, організатори пропонують мешканцям долучитися до акції і зробити опудало свого нестерпного боса» (Дніпропетровська ОДТРК від 11 лютого 2015 року).*

Посилання на джерело інформації є для глядача єдиним доказом того, що йому розповідають про речі, які відбуваються насправді, а не про фантазії журналістів. Інформацію завжди слід отримувати з першоджерела (лише якщо це об'єктивно неможливо – з того джерела, яке найближче до оригіналу). У наведеному повідомленні йдеться про першоджерело – особу, яка є ініціатором події, тому довіра до такої новини є більшою.

*«Центр керування Дунайською стратегією змістився до Одеського регіону. Про це стало відомо під час проведення міжнародної конференції «На шляху до спільного європейського майбутнього України та стратегія ЄС для Дунайського регіону». Декілька днів тому депутати чотирьох областей (Одеської, Закарпатської, Івано-Франківської та Чернівецької) створили асоціацію з реалізації Дунайської стратегії в Україні. Союзників обирали за «басейновим» принципом. Тепер український центр керування стратегією розміщатиметься не в Києві, а в приміщенні ОДА на проспекті Шевченка, 4, що значно пришвидшить процес прийняття важливих рішень для її втілення. Дунайську стратегію Єврокомісія прийняла ще 8 грудня 2011 року. Згідно з нею 14 країн басейну ріки Дунай до 2020 року повинні реалізувати близько 200 проектів, пов'язаних із 4 основними напрямками: об'єднання Дунайського регіону, захист навколишнього середовища, процвітання і зміцнення позицій Дунайського регіону в плані політичної стабільності та боротьби із злочинністю. Деякі з цих напрямків Україні допоможе втілити в життя Брюсель» (Одеська обласна державна телерадіокомпанія від 6 жовтня 2015 року).*

Відповіді на запитання: «що?» – «центр керування Дунайською стратегією»; «де?» – «в Одесі»; «коли?» – «створили кілька днів тому»; «хто?» – «депутати чотирьох областей»; «чому?» – «щоб пришвидшити процес прийняття стратегії»; «як?» – «союзником обирали за басейновим принципом». Міжнародна конференція «На шляху до спільного європейського майбутнього України та стратегія ЄС для Дунайського регіону» є легітимним та



переконливим джерелом, аби довіра глядача до поданої інформації була якнайвищою.

Найповнішим пізнавальним джерелом, яке наповнене духовно-прикладною інформацією, є новинний телевізійний сюжет, який дає відповідь і на восьме запитання – «який наслідок?».

**Кор.:** *Представники Міністерства охорони здоров'я розпочали в Україні національну кампанію з імунізації проти поліомієліту, яка стосуватиметься всіх дітей у віці до 14 років. Захворювання є дуже небезпечним і невиліковним, інфекція викликає параліч і призводить до смерті. За даними Міністерства рівень імунізації в Україні дуже низький. Минулого року вакцину проти поліомієліту отримали 49% дітей, а за перше півріччя цього року лише 14. Захиститися від хвороби можна, дотримуючись простих правил гігієни, а головне – зробити щеплення.*

**Юлія Гончар**, начальник відділу соціально-гігієнічного моніторингу Головного управління Держсанепідслужби у Вінницькій області: *Щеплення проводять від поліомієліту згідно з календарем щеплень, який затверджений наказом Міністерства охорони здоров'я. І поліомієлітвакцинація дітей починається з 2-місячного віку. Ревакцинація також є і в 18 місяців, і в 6 років, і остання в 14 років» (ТРК «Вінтера» (м.Вінниця) від 6 листопада 2014 року).*

Журналіст подає відповіді на запитання: «що?» – «кампанія з імунізації проти поліомієліту»; «де?» – «в Україні»; «коли?» – «згідно з календарем»; «хто?» – «представники Міністерства охорони здоров'я»; «чому?» – «захворювання є дуже небезпечним»; «як?» – «вакцинація дітей починається з 2-місячного віку»; «яке джерело?» – «начальник відділу соціально-гігієнічного моніторингу Головного управління Держсанепідслужби у Вінницькій області»; «який наслідок?» – «захиститися від хвороби можна, дотримуючись простих правил гігієни, а головне – зробити щеплення».

Осмисливши різні думки дослідників про новину, про що мовилося у попередніх розділах, і власну журналістську практику, вважаємо, що *телевізійна*

*новина – це відібрана, впорядкована і втілена в певну форму інформація про факти, події, явища, що спеціально розрахована на сприйняття зором і слухом. За своєю суттю телевізійна новина є аудіовізуальним відображенням дійсності, в основі якого органічно поєднані слово і зображення.* Підготовка новинного повідомлення – одна з найважливіших операцій у процесі інформаційної діяльності телевізійного журналіста. Автор має дотримуватися низки вимог, виконання яких забезпечує комунікативну ефективність новин. Професор Є. П. Прохоров виділяє, як мінімум, три з них [164, с.19–20].

Перша вимога – новина має містити оригінальні, небанальні відомості. Найпростіший прояв небанальності – новизна інформації, наявність у повідомленнях нових знань, ідей, цінностей, про які ще не знає глядач. Небанальною є і та новина, що покликана відновити в пам'яті факти, події, ідеї, що «відійшли» на периферію свідомості. Небанальною є і та новина, що спонукає активно використовувати раніше одержані відомості для кращого розуміння проблем, дає відповідь на нові запитання.

Друга вимога – новина має бути доступною і легко декодуватися. Вона не повинна викликати труднощів під час сприйняття. Порушення цієї вимоги призводить не просто до нерозуміння повідомлення, а й до пізнавально-інформаційних втрат.

Третя вимога – новина має містити цінні, вагомі відомості, що відповідають проблемам та інтересам аудиторії. Русійним стимулом у звертанні аудиторії до новинних повідомлень є її суб'єктивні інтереси. Знання інтересів аудиторії і вміння зробити об'єктивно необхідну інформацію суб'єктивно важливою становить суттєву умову ефективного впливу новини на реципієнта.

Недотримання хоч би однієї із зазначених вимог позбавляє новинне повідомлення потрібної інформаційної насиченості, надто обмежує спектр очікувань глядачів. Найголовнішою складовою спектра очікувань у нинішніх умовах є суспільно-політична ситуація в рідній місцевості, в Україні та світі, що пов'язана з російською інформаційною і військовою агресією. Громадян нашої

держави насамперед хвилює проблема консолідації української нації, основою якої є подолання ціннісного розколу між населенням різних регіонів України. Адже тривалий час роздмухували регіональні особливості, що призвело до міжрегіонального протистояння, яке стало потужним чинником легітимності місцевих еліт в очах населення, які на свій розсуд ним маніпулювали.

Досвід Помаранчевої революції 2004 року засвідчив, що можновладці всіх рівнів, які «тоді з рук народу отримали державну владу, зрадили його так брутально й цинічно тому, що не виявили громадянської й політичної волі піднятися над меркантильністю ховрашиного світогляду й залишились у полоні окопно-пакувальної свідомості й продовжили нищівно трощити урожай суспільної ниви на корені та розтягувати його в свої нори й персональні окопи, відгородившись від народу високими мурами. Такою зрадою тодішні політики, які вбиралися в одежі моралі й добра, щоб заволодіти суспільною владою, не лише згубили довіру народу до влади, а й украли віру в мораль і добро та справедливість. Це неспокутний гріх як перед Богом, так і перед людьми» [174].

За останнє десятиріччя в медіапросторі України розгорнувся потужний антиукраїнський вплив інформаційної політики Росії, яка не отримала належної відсічі, а навпаки – відчувалася підтримка, насамперед на телебаченні. «Не могло бути в Україні іншого телебачення, якщо українській владі було начхати на свою державу. Вся наша влада, передусім, вирішувала свої вузькопартійні кланово-олігархічні інтереси, – зауважує ведучий «5-го каналу» Віталій Гайдукевич. – Питання формування і показу національних українських сенсів, розумної пропаганди українськості, перспектив сильної держави ніколи не хвилювало керівників країни, а відтак такого завдання не було перед керівниками телебачення» [115].

Від політики верхніх ешелонів влади також залежала сутність функціонування регіональних телеканалів. У 2011 році керівник неурядової організації «Донецький інститут інформації» Олексій Мацука опублікував у «Журналісті України» (№ 3) листа, в якому, роздумуючи про свободу слова,

вказав, що «ця проблема для Донецька неактуальна, бо 99% регіональних і місцевих ЗМІ контролює влада і Партія регіонів, чії представники мають або безпосереднє, або опосередковане відношення до редакцій» [124, с.11]. Сповідуючи під жорстким тиском Партії регіонів її промосковські ідеологічні постулати, більшість донецьких регіональних телеканалів нейтрально або відчужено ставилися до українських національних інтересів. «Також деякі редакційні колективи займали відверто антиукраїнську позицію, сприяли утвердженню особливої форми російської свідомості в українців, яка вбирає в себе малоросійство, манкурство, хахлуйство, яничарство та інші аморальні якості» [105, с. 34].

У квітневому числі за 2014 рік «Журналіст України» опублікував щире звернення головного редактора Віри Черемних під назвою «Моим друзьям на Востоке». З болем у серці вона констатувала, що більше, ніж за 20 років, її донецький регіон не позбавився психології «совка», не скинув із себе ідеологічних кайданів минулого. А сталося так насамперед тому, що місцеві бізнес-еліти жили і живуть за принципом «Хоч день – зате моє!». «І сьогодні [йдеться про лютий-березень 2014 р. – П. Д.] не сумніваюсь, – написала Віра Черемних, – всі проросійські істеричні мітинги і проголошення власних республік у складі Росії тишком-нишком підтримують і фінансують представники бізнес-еліт тільки для того, щоби побільше виторгувати у центральної влади» [220, с. 3]. Вона проаналізувала матеріали місцевих газет, передачі телевізійних каналів і зауважила, що редакційні колективи займають «не найкраще місце», бо не аналізують соціально-економічних проблем. Адже вугілля – дотаційне, тільки багатомільярдні щорічні дотації чомусь вичерпувалися, не дійшовши до шахтарів. Металургія безнадійно відстала від світових стандартів. Навіть машинобудування застигло на місці, а альтернативні галузі для зайнятості населення не розвивали тощо. Правда, місцеві начальники постійно «світилися» на екранах телевізорів, їхніми фотографіями були заповнені газети. Вони ж бо себе не критикували. Натомість телефір

регіональних каналів, місцеві газети заповнені повідомленнями «про наїзди бандерівців».

Щоби подолати міжрегіональні непорозуміння, потрібні системно-комплексні зусилля державних інституцій, громадських організацій із потужним використанням як регіональних, так і всеукраїнських засобів масової інформації. Адже «не можна поставити один регіон проти іншого і сказати, мовляв, домовляйтеся. Треба поставити зверху «точку збирання», яка може бути лише на основі перероблених знань про своє, дороге і вистраждане» [145]. Тобто має відбуватися «модернізація національного характеру» (Лариса Івшина), повернення до своєї історичної матриці. «Те, ким ми є сьогодні, залежить від того, що ми пам'ятаємо і знаємо про себе. Дійсно, історія зовсім не вчить, але обов'язково і завжди жорстко наказує за її незнання. Заберіть у народу історичну пам'ять та свідомість, і нація на очах перетвориться на населення. Тому всі окупанти та завойовники України, в першу чергу, намагались знищити саме знання широкими верствами населення вітчизняної історії шляхом «переписування», перетворення її на примітивну пропаганду, створенням «білих плям» у перебігу подій, роздмухуванням значення третьорядних звершень, нав'язування неукраїнського трактування і розуміння нашої минувшини», – роздумує політолог Тарас Літковець. – Тому, щоб втриматись на плаву в сьогоdnішньому глобалізованому світі і вберегтись від асиміляції, ми мусимо в терміновому порядку навчитись користуватись власною історією, як вакциною від політичного яничарства, психологічного комплексу почуття меншовартості і патологічного самопоїдання» [121].

Аналіз новинних випусків регіональних телеканалів підтверджує важливу тезу, що пульсує у національно свідомих колах: після нинішньої революції на майданах і вулицях, яка увійшла в історію під назвою «Революція Гідності», потрібно, щоби відбулася світоглядна революція. Вона має охопити також журналістську сферу. «Коли я починаю говорити в київських журналістських середовищах про необхідність прискореного курсу на

самоосвіту і перенавчання, їм одразу «кисло». Чому?, – запитує головний редактор газети «День» Лариса Івшина і відповідає. – Тому що вони робили кар'єру, біографії на іншому. А це не розвиває українське суспільство» [145].

За результатами нашого опитування, лише 56% працівників регіональних телеканалів зрозуміли, до яких негативних наслідків призводить відсутність професійного патріотизму. Вони ж бо також надавали майданчики людям, які працювали проти української держави, створювали умови для «балансування» державного погляду з антидержавним. Хоч кількісно менше (значно!) у зіставленні з центральними телеканалами запрошували в студію «клоунів», щоби там був мордобій, який дає гарні рейтинги. Зрозуміло, що рейтинги не варті того, щоб розколювати країну і доводити її до війни та окупації. Війна за інформаційний простір – це війна за душі й уми людей. Тому телебачення має припиняти бути інструментом для заробляння грошей і збагачення власників-монополістів.

Всебічна освіченість (правдива історія, національна культура, мистецтво і література, економіка, філософія, політологія, українська мова, теорія комунікації тощо) журналістів є головною передумовою створення на регіональних телеканалах новинних випусків, які би сприяли формуванню «соборної особистості» (В. Бехтерєв), виконували роль вихователя українського патріотизму, відданості й самопожертви заради своєї української України.

### **3.2. Моделі творення та верстки телевізійних новин**

У нестійкому, перенасиченому інформацією світі глобальних комунікацій відбуваються значні зрушення у системі цінностей. Сфера масової культури яскраво демонструє підміну понять: «розкрученість» має більшу цінність, ніж справжній талант, миттєва популярність заступає заслужену славу, успіх, PR-кампанії не доконче потребують справжньої поваги до її об'єкта, реаліті-шоу справляє сильніше враження, ніж саме життя.

Прискорення руху інформаційного обміну, цейтнотна ситуація призводять до того, що людина не встигає глибоко аналізувати й належно осмислювати нові цінності, зіставляти їх із традиційними загальнолюдськими, національними, а також регіональними. «Нині весь світ включений в єдину інформаційну систему, причому вона працює, фактично, в режимі реального часу» [78, с. 9]. Така ситуація спонукає всебічно з'ясовувати характер впливу глобалізації на національні держави, тим паче на тих, які слабші і не мають достатніх ресурсів, щоб стати глобальними гравцями, і не вся зовнішня інформація та культурні потоки мають однакову здатність доходити до звичайних громадян у різних частинах світу. До речі, внутрішня інформація центральних телевізійних каналів України ще не доходить до всіх місцевостей (сіл, селищ, містечок, міст).

Глобалізація, як і російщення, не є ідеологічно нейтральним процесом. На жаль, чимало політиків, журналістів і навіть науковців не усвідомлює, що права і свободи людини не повинні нівелювати, зневажати права і свободи нації на її історичній території. Нема Батьківщини без свободи і свободи – без Батьківщини, але без нації забезпечити права людини неможливо. Це повинен розуміти кожний політик, громадський діяч, працівник ЗМІ і підтримувати в Україні національно-духовні цінності. Усвідомлення всіма громадянами тези С. Вовканича, що «кожна нація живе не лише в собі і для своєї самобутності. А силою збереження самобутності творить множинність і багатства світу як фундаментальної основи подальшого суспільного поступу» [29, с. 50], сприятиме утвердженню української національної ідентичності. Терпимість українців щодо змосковщення України чи англізації її інформаційного та гуманітарного простору аж ніяк не сприятиме розвитку розмаїття світу, навпаки – збіднюватиме культуру світової цивілізації.

У контексті глобалізаційних процесів загальносвітова культура аж ніяк «не повинна формуватися як головна одиниця, одержана в результаті уніфікації й знищення множинних окремих національних і традиційних пріоритетів, хоч

які б малі території ними були охоплені, – зазначив японський філософ, діяч культури, письменник Дайсаку Ікеда. – Перли не міцніші від діамантів, але від цього не менш прекрасні. Соловей дрібніший від орла, але не гірший від нього. І культура жива лише тоді, коли світ сповнений багатоманітністю. Наша цивілізація зуміє створити воістину загальносвітову культуру, коли навчиться цінувати всі без винятку суспільні й духовні надбання людей як різноманітні варіанти вираження єдиної для всіх людяності» [81]. Отже, глобальний дім повинен стати світочем розвитку національних культур, духовним храмом, виражати всю поліфонію світу.

Компасом на цьому шляху має бути національне самоусвідомлення. Адже людина – це не планетарна особина, планетарний громадянин, а конкретно-історична і національно-культурна індивідуальність. Найважливішими чинниками збереження і формування національного «Я» є освіта, наука, інформація. Конкурентоспроможною у майбутньому буде людина, яка опанувала основи наук, володіє новітніми способами сприйняття і передачі інформації, освічена та практично підготовлена, насамперед у мовному, професійному та світоглядному контекстах.

Монтсеррат Гібернау стверджує, що творення національної ідентичності, яка має психологічний, культурний, територіальний, історичний і політичний виміри, – це реакція на складний процес, завдяки якому індивіди ідентифікують себе із сукупністю символів і традицій, культурою і мовою, що мають силу об'єднувати й акцентують на чутті спільноти.

Цей процес ідентифікації зумовлює постійну взаємодію між індивідами і символами в тому розумінні, що індивіди не просто повинні визнати вже наявні символи, а мають усякчас відтворювати їх і приписувати їм нове значення відповідно до зміни обставин, серед яких відбувається життя спільноти. Традицію треба знову винаходити і постійно актуалізувати. Всі групи потребують символів і ритуалів, щоб вижити, підтримати згуртованість і знов утвердити колективні ідеї, які вони народжують [33, с. 47].



У процесі формування загальноукраїнської національної ідентичності в сучасних складних умовах регіональне телебачення, як зазначали у попередніх розділах, може відігравати досить вагомий роль, якщо телевізійні працівники регіональних каналів відчуватимуть, глибоко розумітимуть моральну відповідальність за тематично-змістову, естетично-емоційну, інформаційно-пізнавальну насиченість підготовлених ними новин. Адже «новинне інформування становить в середньому 80–85 % від загального обсягу телеінформації. Решта припадає на аналіз» [63, с. 60].

Моральну відповідальність тележурналіста розглядаємо як особливий стан свідомості, в якому інтегруються раціональність, чуттєво-емоційні аспекти його духовного світу, знаходять своє відображення різноманітні ставлення та оцінки, в контексті яких функціонує телебачення і діє кожний його працівник. Моральна відповідальність тележурналіста є тією психологічною силою, що спонукає його не забувати про інтереси і потреби свого народу: сприяти розвитку духовно-інтелектуального потенціалу української нації, її мови, культури, науки, дбати про утвердження демократії, свободи думки і слова, взаєморозуміння, поваги між людьми різних національностей, всебічної інтеграції українського суспільства.

Високий професіоналізм телевізійного журналіста охоплює «вміння оперативно інформувати, відгукуватися на актуальні питання, глибоко і компетентно проникати в суть суспільних подій і явищ, правдиво узагальнюючи їх з певних групових, державних, загальнолюдських інтересів, сміливо, аргументовано, цікаво і переконливо втілювати власні думки і думки співрозмовників у стислій і досконалій формі, домагаючись певних духовних і практичних результатів» [74, с. 32]. Це визначення видатний вчений, педагог, публіцист В. Й. Здоровега сформулював понад 20 років тому (ми його процитували за останнім (2014) виданням підручника «Теорія і методика журналістської творчості». Переконані, що дорогий Вчитель у нинішніх умовах дещо підкорегував би своє визначення журналістського професіоналізму,

акцентувавши на загальноукраїнських національних інтересах, адже групові інтереси регіоналів і комуністів призвели до кровопролиття, загибелі декількох тисяч українських громадян. Чималі жертви й у росіян.

Професор В. Й. Здоровега підтримав би, а може й розвинув, поглибив думки публіциста, луганчанина Валентина Торби, який написав, що «жодними тактичними методами неможливо запобігти агресії Москви. Якщо ми будемо розпилятися на епізодичні «клінчі», то врешті-решт ми або опинимось в нокдауні, або в кращому випадку програємо за очками. Ми маємо випереджати стратегічно. А це значить, що наша політика має ґрунтуватися на докорінно інших засадах, ніж кремлівська пропаганда. Ми маємо поставити ворога в стан, коли він може забрехатися, але не вдарити по нашому занадто мобільному корпусу. Інакше кажучи – ми маємо розірвати шаблон, а не імітувати агресора. Ми не маємо відповідати брехнею на брехню, блефом на блеф. Кремль ми не перебрешемо, а значить, програємо в такому підході. У нас є єдина зброя – **правда** [виділення наше. – П. Д.]. І ми мусимо триматися її, бо іншого супутника у нас немає» [205].

Добра, правдива новина – це також потужне джерело перемог українців над російським агресором. Будучи безпосереднім учасником комунікативного процесу, телевізійний журналіст використовує певні способи побудови і подання новинного повідомлення. Для того, щоби переданий телевізійним каналом документальний факт краще сприймався глядачем, телевізійну новину треба будувати таким способом, який дає можливість легше засвоїти закладену у ній інформацію. Теорія і практика журналістики виробила низку способів оприлюднення новинних повідомлень.

Професор О. К. Мелещенко зазначив, що до громадянської війни в Сполучених Штатах американські журналісти будували зміст і композицію своїх повідомлень (здебільшого оперативних новин) за принципом прямої піраміди, в якій центральну новину виносили у кінець журналістського тексту [126, с.19].



У сюжеті Яни Стойко і Кирила Новікова, який вийшов в ефірі новин ТРК «Дніпропетровський державний», спостерігаємо, як автори матеріалу до останнього речення тримають інтригу щодо житла для переселенців:

***Студія:** Під час Іловайського котла вони змушені були покинути свою домівку. Разом із родиною та двома собаками переїхали до Дніпропетровська.*

***Кор.:** Світлана Костянтинівна зараз з родиною мешкає в благодійному фонді. Коштів знімати житло не мають. Жінка дуже сподівається, що зможе отримати житло.*

***Світлана Костянтинівна,** переселенка зі Сходу: Мы семья бюджетников, я медик, муж у меня работает комендантом в общежитии. Действительно зарплаты не большие и жилье, съемное жилье в условиях Днепропетровска нам недоступно.*

***Кор.:** Дізнавшись, що для біженців облаштовують гуртожитки, Світлана Костянтинівна одразу ж внесла свою сім'ю у списки.*

***Світлана Костянтинівна:** Мы очень рады, что такая программа разворачивается и для таких людей, как мы. Это очень важный выход, для нас это очень большая надежда.*

**Кор.:** Згідно з проектом реконструюють старі будівлі, з яких зроблять гуртожитки. У Дніпропетровській області обрали для цього п'ятнадцять об'єктів. Ремонт уже на завершальному етапі. Наразі встановлюють вікна, двері та сантехніку. Також ближчим часом планують завезти меблі та побутову техніку.

**Андрій,** волонтер: Що це за об'єкти? Гуртожитки студентські можуть бути, лікарні, диспансери. Реконструюється не вся будівля, а окремі поверхи, де проводиться вже на завершальному етапі ремонт.

**Кор.:** Претендувати на житло можуть всі переселенці, але кількість місць обмежена. За цим проектом розселять лише дві тисячі людей. Тож обиратимуть за певними критеріями. Найперше поселять багатодітних сімей та інвалідів, далі дивитимуться яка ще людині потрібна допомога. Житло нададуть в оренду на рік лише за виплату комунальних послуг.

**Андрій:** Це вже будуть звичайні кімнати, які будуть умебльовані і в яких люди будуть в змозі якісь там речі свої перевезти, тому що це буде їхнє житло мінімум на рік.

**Кор.:** Аби у Дніпропетровській області облаштувати житло для переселенців із зони АТО, Європейський союз виділив півтори мільйони гривень. На ці гроші ремонтують старі гуртожитки, санаторії та диспансери. Заселити людей в облаштовані кімнати планують уже в цьому місяці. Тож волонтери «Допомоги Дніпра» закликають усіх охочих отримати житло прийти до них та внести себе до списку.

Однак у ході громадянської війни між представниками Півночі і Півдня Сполучених Штатів сталася подія, яка докорінно змінила журналістські підходи до створення сюжету новин. Це давно відома історія про переривання телеграфного зв'язку, внаслідок чого американцям та світу були невідомі підсумки битви двох армій біля м. Гетісберг. Коли зв'язок відновився, американські журналісти за прийнятими професійними стандартами почали

описувати поле битви, амуніцію вояків, колір мундирів, інші деталі, перш ніж перейти безпосередньо до головної події. Вони не знали, що зв'язок запрацював ненадовго, і в середині передачі їхній текст знову пропав. Американці і світ знову не дізналися про переможця битви під м. Гетісберг.

Відтоді, з кінця XVII ст., журналісти новинних служб почали будувати композицію своїх повідомлень за новим принципом оберненої (перевернутої) піраміди.



Принцип перевернутої піраміди передбачає, що найважливіша інформація – основне повідомлення – міститься на початку тексту. Далі, за принципом віддалення, розміщується менш важлива інформація. У першому абзаці – преамбула – найважливіша інформація. Наступним «горішок» – середина, ядро, стержень того, про що йдеться. Потім менш важливі, але досить цікаві подробиці і моменти. У межах «перевернутої піраміди» журналіст має дати відповіді на шість основних запитань: ХТО?, ЩО?, ДЕ?, КОЛИ?, ЯК? В ЯКИЙ СПОСІБ?

*«Єгор Скорина, ведучий: Одужуйте, герої! На рідну Дніпропетровщину повернулися військові, аби заліковувати рани. Журналісти «Новин» зустрічали*

бійців цими вихідними. У якому настрої сміливіці? Дізнайтеся прямо зараз. Ворота міського військового шпиталю вкотре за вихідні відчиняються, аби впустити до приміщення нових поранених із зони АТО. Всі герої – це місцеві мешканці. Їх доставили з медичних закладів Харкова, аби лікування проходило на рідній землі, поруч із близькими.

**Тетяна Губа**, радник голови Дніпропетровської облдержадміністрації: *Первый раз мы забрали 26 человек, второй – 28, сейчас приехали 25 ребят. Среди них есть и хронический гепатит С, хронический гастрит. Вижу целесообразность менять схему лечения. Приложит максимум усилий для того, чтобы прежде всего было комфортно, уютно ребятам и был хороший серьезный эффект от лечения.*

**Єгор Скорина**: *Всі поранені та хворі одразу ж вишикувались у чергу на обстеження. Додому одразу не відправляють, розподіляють по міських лікарнях за спеціалізацією проблем.*

**Іван Кураченко**, начальник хірургічного відділення міського військового шпиталю № 2: *Кому потрібне оперативне втручання чи планове подальше дообстеження, будуть проходити це все амбулаторно, і потім буде прийнято по них рішення. Ті хворі, які потребують подальшого лікування стаціонарно, всі будуть оформлені, надана допомога і будуть госпіталізовані до нас у хірургічне відділення. Щодо терапевтичних хворих, то також лікарі приймають рішення, кому потрібно там планове амбулаторне дообстеження, будуть проходити це все амбулаторно, хто потребує стаціонарного лікування – буде, звичайно, проходити стаціонарне лікування.*

**Голос**: *Додому приїхали, на Родину. Так, на Родину приїхали.*

**Голос**: *Контузія, ну, сейчас уже ничего, прокапали, наштагивали, конечно.*

**Єгор Скорина**: *Бійці на камеру небагатослівні – хто втомився з дороги, хто почувється недобре. Але всі, як один, запевняють – на рідній землі і настрій кращий, і одужується швидше. Та головне – тут сім'я, військові вже*

не дочекаються зустрічі з рідними (Дніпропетровська ОДТРК від 9 лютого 2015 р.).

У таких матеріалах виклад послідовний. Журналісти якщо й використовують емоційний компонент, то зразу ж його розшифровують і пояснюють. У PR-індустрії таку форму подання матеріалу ще називають антикульмінаційною. Саме така побудова телевізійної новини не тримає в напруженні й не змушує чекати відповіді на поставлені запитання – вони у сюжеті з'являються одразу.

**Студія:** *Кількість безбілетників у міських трамваях і тролейбусах зростає. Про це нарікають у «Львівелектротрансі». Вже у листопаді тих, кого піймали у львівському електротранспорті без квитка, більше, ніж торік за всі 12 місяців. Зайцям навіть на штраф у 30 гривень байдуже.*

**Віталій Кубліков, кор.:** *Ось тут починається робоча зміна усіх контролерів. Начальник служби нагадує інструкцію. Головний меседж – культура.*

**Олег Григорчук, начальник служби контролю:** *Ну, з пасажирами взаємоввічливими бути. Перевіряти документи наявності пільгового проїзду, перевезення багажу.*

**Віталій Кубліков:** *Пані Оксана та пані Оля працюють у парі контролерами вже 8 років. Кажуть, цю роботу треба любити, бо люди дуже часто зривають свої емоції саме на них.*

**Пані Оксана, контролер:** *Можуть послати нецензурними словами... І коровами, і тьолами, і все, що хочете. Які гарні слова на світі, всі є наші. Але нічого, ми на то уваги не звертаємо.*

**Віталій Кубліков:** *Жінки запевняють, їхня мета – не оштрафувати пасажирів, а перевіряти проїзні документи. Та для деяких їхати задарма – правило.*

**Пані Оксана, контролер:** «Тайфун» зараз взагалі до нас ніякого немає відношення, а причому тут жінка? Чому жінка ваша не бере квиток. Вона тожє в «Тайфуні»?

**Чоловік:** Як вона може взяти квиток, якщо вона з коляскою, з дитиною.

**Пані Оксана, контролер:** Прошу передати, хто вам не дає передати квиточок.

**Віталій Кубліков:** І таких героїв є чимало. Без конфліктів змусити заплатити неможливо. Допомагають наряди міліції. У будні контролери штрафують щодня до півсотні безбілетників. Це лише ті, кого упіймали на гарячому.

**Володимир Карна, заступник директора ЛКП «Львівелектротранс»:** За минулий рік 13500 було зафіксовано наших «зайців». Така цифра вже є сьогодні. Тобто, якщо навіть брати по 1,50, бюджет не доотримує відповідні кошти.

**Віталій Кубліков:** Контролерів, зізнаються комунальники, бракує. Відтак мають намір збільшувати їхній штат на 10 осіб – до 38. Зараз шукають охочих на 1400 гривень зарплатні. Львів'яни ж мають різний досвід спілкування з контролерами.

**Чоловік:** Або гроші плати їм по 20 гривень. Як немає грошей, то вони починають мінтами лякати. Починають бити або ще щось.

**Віталій Кубліков:** Юристи кажуть, контролер не є представником силової структури, тож не має права застосовувати силу до безбілетників. І пасажирам зась простягати до них руки. Закон один для всіх.

**Зоряна Христич, правозахисник:** Якщо контролер бачить, що людина не має квитка або, наприклад, закомпостований з іншого громадського транспорту, він просить заплатити штраф і виписує на це квитанції. Якщо людина відмовляється заплатити штраф, тоді просять її вийти. Пасажир має право безкоштовного проїзду однієї зупинки.

**Віталій Кубліков:** Боротись із «зайцями» у громадському транспорті закликають львів'ян і громадські активісти, які називають себе трамвайно-



тролейбусним фан-клубом. Ось такі листівки вже рясніють на багатьох зупинках електротранспорту. (Новий канал (м.Львів) від 14 листопада 2013 року).

Є також структурна модель побудови новинного телевізійного повідомлення за схемою «прямокутника». Такий спосіб переважно застосовують під час підготовки новин на неоперативну тему.

Інформаційний привід, деталі  
і головна складова повідомлення  
розподіляються серед пояснювального  
матеріалу

Якщо весь матеріал і його складові рівнозначні за важливістю, редакція використовує принцип прямокутника. Такий матеріал у новинному випуску (Суми) подає журналістка Світлана Ільчук:

***Ведуча:** Тепло буде, але як за нього платити. На сьогодні майже кожен має право оформити субсидію. Про це на брифінгу в облдержадміністрації заявив директор департаменту соціального захисту населення Валерій Русінков і додав, що відмовити в її наданні можуть тому, хто минулого року купив щось чи отримав послугу на суму від 50 тисяч гривень. Та й у такому випадку все залежить від мети витрат. Про ці та інші особливості призначення житлових субсидій дивіться далі.*

***Світлана Ільчук, кор.:** Чергове рішення уряду щодо зміни порядку надання субсидій значно спрощує і удосконалює цей процес. Відтепер отримати таку пільгу для сплати комунальних послуг може практично кожен.*

***Валерій Русінков, директор департаменту соціального захисту населення облдержадміністрації:** При тій великій кількості спекуляцій, які відбуваються: там не отримав, не призначили, там відмовили, там іще щось.*

На сьогодні, я підкреслюю, єдиною підставою відмовити людині в призначенні житлової субсидії є зроблена купівля за 2014 рік на 50 і більше тисяч гривень.

**Кор.:** За потреби, спеціальна комісія розглядатиме кожен такий випадок окремо, адже значну суму людина могла витратити, наприклад, на лікування. Новою постановою Кабінету Міністрів скасовано необхідність обов'язкового оформлення особових рахунків на сплату житлово-комунальних послуг на особу, що звертається за субсидією. Це стосується і орендарів житла, головне, щоб був договір оренди. Не беруть до уваги під час надання пільги і людей, які у квартирі зареєстровані, але не проживають. Ще одне нововведення: коли призначаються субсидії дитячим будинкам сімейного типу і прийомним сім'ям. Береться до уваги кількість дітей, які фактично проживають, а не лише зареєстровані. Серед переліку доходів, які не беруть до уваги під час оформлення пільги, – відтепер доходи учасників АТО та від роботи у виборчій комісії, а ще жителям сільської місцевості тепер буде значно легше подавати документи.

**Валерій Русінков:** Для того, щоб людина з села не мала їхати кудись у район, там можна подавати заяви, в кожному практично селі при сільраді працює уповноважена особа, яка збирає документи і централізовано передає їх до управління соціального захисту населення.

**Кор.:** Валерій Русінков наголосив, що призначення субсидій за новим порядком є під особливим контролем системи соцзахисту і закликав не зволікати з оформленням.

**Валерій Русінков:** Не потрібно чекати опалювального сезону, не потрібно чекати того моменту, коли ми отримаємо платіжки за тепло, за газ, відповідно, і схотимось за голову. Треба прийти до управління соціального захисту населення чи заповнити бланки заяви і декларації і відіслати їх поштою до управління соціального захисту населення за місцем свого фактичного проживання.

*Кор.: На початок жовтня призначено субсидії майже 119 тисячам сімей, 75 з яких звернулися за допомогою вперше.*

Як і для оберненої та прямої піраміди, так і для прямокутника важливим є поділ на основні блоки: вступ (інколи його називають «вітриною»), головна частина (корпус), кінцівка. Надзвичайно важливим є вступ тому, що саме він визначає, чи буде глядач сприймати матеріал взагалі. Найчастіше готують вступ, який інформує аудиторію про якусь подію, а у головній частині (корпусі) ця інформація логічно розвивається – від найважливіших фактів до менш важливих. Буває також підсумовуючий вступ, який узагальнює причини і результати події, а потім у хронологічному порядку розкривається зміст того, що відбулося:

*Тетяна Яременко, ведуча: Херсонська спілка ветеранів Афганістану звітує: досягнення, проблеми, переобрання голови. Такими були основні питання на черговій XI звітно-виборній конференції, яка відбулася в залі Академії неперервної освіти. Як це відбувалося і хто керуватиме громадською організацією, – дивіться у наступному сюжеті.*

*Оксана Швидка, кор.: Конференція розпочалася із вшанування хвилиною мовчання пам'яті загиблих та зниклих безвісти побратимів. На порядку денному конференції спілки ветеранів Афганістану чимало питань. Одне із ключових – переобрання голови організації. Одноставне голосування. На наступний термін знову обраний Володимир Пилипович Столяр, після чого учасники заслухали звітні доповіді. Проблем багато, але афганці поступово, крок за кроком вирішують їх своїми силами.*

*Валентина Січова, перший заступник голови облдержадміністрації: Проблема нашого суспільства в тому, що ми говоримо саме тільки про проблеми. Я можу довести, чому це проблема. Тому, що думки матеріалізуються, і коли ми весь час прожовуємо проблему, ми стоїмо на місці і зосереджуємся лише на них. Абсолютно правильно зосередитись на меті, на*

тому, чого ми хочемо, намітити шлях, як іти до цієї мети і не звертати уваги ні на які проблеми.

**Оксана Швидка:** Також багато зроблено і стосовно увіковічення пам'яті загиблих. На подвір'ях шкіл, де вчилися бійці, встановлено меморіальні дошки. У районних центрах відкрито пам'ятники загиблим воїнам-інтернаціоналістам. Велика робота проводиться з патріотичного виховання молоді. У навчальних закладах працюють музеї та кімнати бойової слави. На території області проходять фестивалі військово-патріотичної творчості.

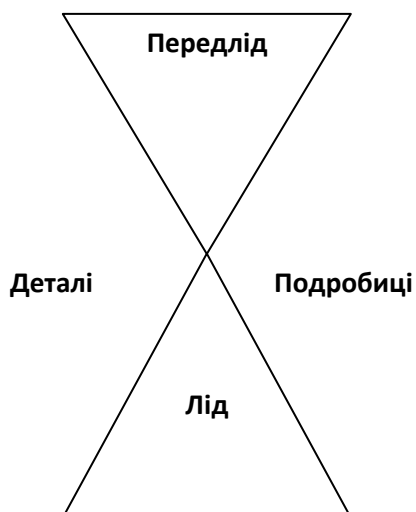
**Наталя Скін,** голова Каховського міського товариства воїнів-інтернаціоналістів: Наша організація проводить патріотическую роботу помощи воспитания молодежи. Мы провели за 6 месяцев более 60 мероприятий, только своих, не считая государственных мероприятий. Конечно, хотелось бы больше внимания к ветеранам Афганистана, воинам-интернационалистам. Их уже не так много осталось.

**Оксана Швидка, кор.:** Одним із найважливіших питань за останні роки була і залишається проблема соціального захисту і лікування воїнів-інтернаціоналістів. З 2010 по 2015 рік у госпіталі «Лісова поляна» і обласному госпіталі інвалідів Великої Вітчизняної війни оздоровлено понад 2000 ветеранів та членів їхніх сімей.

**Володимир Столяр,** голова правління Херсонської обласної організації УСВА: А для того, чтобы они там нормально и комфортно лечились, мы тоже не оставались в стороне. Мы оказали госпиталю помощь в ремонте палат. В каждом отделении мы отремонтировали палаты с санузлами, чтобы там было нормально проходить лечение. В госпитале «Лесная Поляна» также две палаты мы отремонтировали своими силами. Ну и мы стали инициаторами, чтобы в каждой районной больнице открыли палаты для участников боевых действий, для семей погибших. Мы также оказывали помощь в ремонте этих палат и оборудования, там холодильники, телевизоры и так далее.

*Оксана Швидка, кор.: Не залишаються «афганці» осторонь подій на сході України. Чимало вони зробили для воїнів АТО. Крім фінансової підтримки, збирання продуктів харчування, спецодягу, будматеріалів, члени спілки виїжджають на передову і надають бійцям психологічну підтримку, яка так необхідна героям, – борцям за незалежність України (Херсонська ТРК «Скіфія» від 6 листопада 2015 р.).*

У новинних повідомленнях використовують також модель «піскового годинника» – фактично зістикovanі разом обернена та пряма піраміди.



«Така модель новинного повідомлення ввела в науковий обіг термін «передлід», який готує глядача/слухача до сприйняття безпосередньо ліду, – зазначає О. К. Мелешенко. – Передлід – це все одно, що сигнальне слово у складному тексті для редактора: увага, можлива помилка! Передлід на радіо і телебаченні ніби сигналізує слухачеві/глядачеві: увага, підготуватися до сприйняття ліду!» [126, с. 21].

Юлія Сагалаєва навела типовий приклад «піскового годинника»: «У Лондоні на півдні температура повітря була плюс 12 градусів. Про це російський школяр Вітя Іванов дізнався з радіоповідомлення свого англійського ровесника

Джимі Сміта, якого вчора увечері переміг на чемпіонаті Європи з радіоспорту, що проходив у столиці Великобританії» [175, с. 59].

Львівські тележурналісти у своїй новинній творчості також використовують модель «піскового годинника». Наприклад, у сихівському суді розпочалося слухання справи Андрія Слюсарчука (14 березня 2013 року):

***Студія:** Умови кращі, ніж у Юлії Тимошенко. Так про своє перебування у СІЗО говорить Андрій Слюсарчук. Сьогодні у сихівському суді розпочалося слухання справи звинуваченого у незаконній лікарській діяльності. Тривало це слухання 6 годин. У перший день зачитали обвинувальний вирок та розпочали допити свідків. За прогнозами юристів, слухатимуть справу не менше двох місяців.*

***Репортер:** Ще тиждень тому на підготовчому засіданні у сихівському суді відеокамери зафіксували Слюсарчука неголеним та неохайним. Тепер же звинувачуваного не впізнати. Каже: мав час підготуватися.*

***Синхрон:** Андрій Слюсарчук, звинувачений: Я ж приїхав о п'ятій ночі – і зразу в дев'ятій на суд. Немає там можливості себе привести до порядку.*

***Репортер:** Слюсарчук перед початком засідання на диво був балакучим із журналістами. Навіть іронізував щодо умов утримання.*

***Синхрон:** Андрій Слюсарчук, звинувачений: Шикарно, як і в Україні. Супер! Трошки краще, ніж у Юлії Володимирівни.*

***Репортер:** Камер у судовому залі Слюсарчук знову бачити не хоче та обіцяє сенсаційні викриття.*

***Синхрон:** Андрій Слюсарчук, звинувачений: Навіть в Україні ті, які організовували цей процес, мало знають, що відбувається насправді і виконують чиєсь замовлення. Якщо ви хочете знати, то згадайте ситуацію, що з 2004 року до, як кажуть, часу ув'язнення я дуже якісно критикував Партію регіонів і всіх її очільників. Пам'ятаєте, так?*

**Репортер:** *Свої провину звинувачений не визнає і вірить, що його виправдають.*

**Синхрон:** *Андрій Слюсарчук, звинувачений: Ви знаєте, в що я вірю? Рано чи пізно ця клоунада закінчиться і я доведу, що я не винен. От запам'ятайте це.*

**Репортер:** *Та в це не вірять потерпілі, які прибули на суд. Офіційний статус потерпілих мають 9 осіб. Двоє після його лікування померли.*

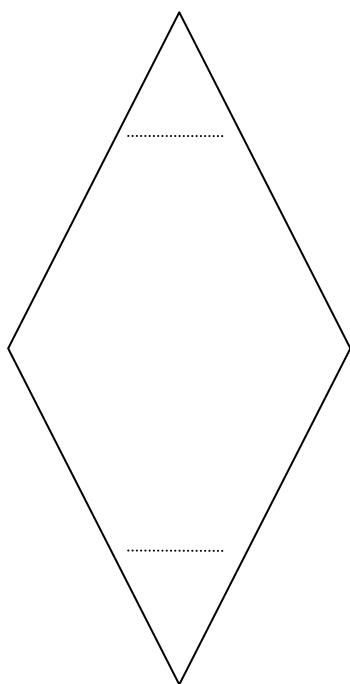
**Синхрон:** *Потерпілий: Моєму батькові він зробив дві операції на головному мозку, після чого батько впав у кому і помер.*

**Репортер:** *Спрогнозувати вирок у справі Слюсарчука нині не береться ніхто.*

**Синхрон:** *Антон Пліш, адвокат потерпілих: Це буде залежати від того, наскільки буде доведено, власне, вину з смертельними, скажімо так, епізодами. Думаю, що в межах двох місяців ми повинні розглянути це.*

**Репортер:** *Нагадаємо, Андрія Слюсарчука звинувачують у незаконній лікарській діяльності, яка спричинила тяжкі тілесні ушкодження та смерть. Також йому інкримінують підробку документів та шахрайство.*

Однак технологія «піскового годинника» для підготовки новин ще не знайшла широкого застосування на регіональних телеканалах, які ми досліджуємо. Не набула належного поширення також модель так званого «алмазу» [196, с. 229], яка в західних ЗМІ вже стала стандартом. Ця модель передбачає:



– проблему чи предмет інформування вводить в початок матеріалу через конкретний приклад;

– подають коментарі експертів, а також іншу інформацію, що роз'яснює проблему (ця частина є основною і найбільшою за хронометражем)

– завершується повідомлення поверненням до людини чи групи людей, приклад яких використовувався в сюжеті [139, с. 52].

У програмі «Сьогодні» (м. Харків) 8 жовтня 2015 року о 19.00 в ефір вийшов матеріал про розподіл земель учасникам АТО, скомпонований за принципом «алмазу».

*Павло Поцол, ведучий: Задля приємної старості, з садочком та мангалом, земельні ділянки на Харківщині вже отримали 137 учасників АТО. Аби нікого не образити, розподіл проводили за допомогою жеребкування. Цільове призначення саме цих земельних ділянок, ведення садівництва, а, крім цього, зазначають представники ДержГеокадастру, за спрощеною процедурою бійці можуть отримати землю для ведення особистого селянського господарства та забудови.*

*Діана Коршин, кор.: Володимир Золотарьов проходив службу у Харківському прикордонному загоні поблизу Юганівки, що на кордоні з Луганською областю. Боець каже, що про можливість отримання земельної ділянки дізнався, коли вручили посвідчення учасника АТО. І хоча свою ділянку Володимир ще не бачив, для чого буде її використовувати, вже вирішив.*



**Володимир Золотарьов**, учасник АТО: Садик в старость, беседочка, мангальчик, как у всех нормальных людей.

**Кор.:** Загалом ділянки площею 12 соток отримали 137 учасників антитерористичної операції на Донбасі. Ці землі можна використовувати для садівництва.

**Юрій Корсунов**, заступник голови Ради громадського об'єднання «Спілка ветеранів АТО»: Земельные участки, конкретно эти, которые роздаются, находятся в районе посёлка Коротич, это сёлыще Старомосковка, живописное место, рядом лес, пруд, ровная, недалеко дорога, собственно говоря магистраль Харьков – Симферополь, то есть вся инфраструктура необходимая имеется.

**Кор.:** Під час жеребкування кожний учасник АТО отримав закріплений за ним номер ділянки, тепер Головне управління Держкадастру в Харківській області підготує для кожного бійця випуску із державного земельного кадастру.

**Костянтин Рибалко**, юрист Головного управління Держгеокадастру в Харківській області: Далее каждый участник АТО обратится ещё раз с заявлением к нам, мы подготовим указы о передаче в собственность им земельных участков и после этого землеустроительная фирма разработает каждому из них индивидуально техническую документацию об установлении границ участка.

**Кор.:** Після цього учасник АТО має звернутись до реєстраційної служби за місцем знаходження ділянки і зареєструвати право власності. Точний термін отримання учасниками АТО земельних ділянок поки невідомий, проте юристи та представники Обласної адміністрації кажуть, що намагатимуться повністю оформити земельні ділянки бійцям до Нового року.

**Михайло Черняк**, заступник голови Харківської обласної державної адміністрації: Мы все перед ними ответственны за то, что они сделали для нас, что мы живём в мирном регионе благодаря таким вот ребятам.

*Кор.:* Крім земельної ділянки для садівництва за спрощеною процедурою, учасники АТО можуть отримати землю для особистого селянського господарства та забудови (Харківська ОДТРК від 8 жовтня 2015 р.).

Має рацію доцент М. І. Недопитанський, що модель «алмазу» не відмінняє відомої моделі «оберненої піраміди» (коли на передньому плані новинного повідомлення зазначається найважливіший факт, а далі факти викладаються в порядку зменшення їх важливості).

Наслідком поділу медіа на розважальні та авторитетні (їх ще називають опінієтворчі) стало розмежування новин на «тверді» та «м'які», тобто вирізняють «жорсткі» новини (**hard news**) та їх антитезу – «м'які» новини (**soft news**). Датою публікації «твердих» новин є дата самої події, яка може бути наперед визначеною (наприклад, коли йдеться про заплановану законодавчу ініціативу) або несподіваною (пожежа). «Тверда» новина – це повідомлення, що стосується подій за участю основних лідерів, значущих питань або фактів, що виходять за межі буденності. Такі новини традиційно вважають важливими для поінформованого й зацікавленого суспільства. У жорстких новинах глядач знаходить відповіді на запитання «Що?», «Хто?», «Де?», «Коли?».

*Ведуча:* Догналівцям хочуть заборонити збиратись під стінами храму 14 листопада 2013р. Юристи міськради вже підготували відповідний проект ухвали. Усім, окрім парафіян цього храму, буде заборонено проводити свої заходи біля стін церкви Петра і Павла на вулиці Театральній. Вірянам жодним чином не мають заважати молитись і проводити Богослужіння, – певні у Ратуші. Це питання розглянуть на сесії міськради, яка запланована на наступний тиждень. Нагадаю, суд кілька разів забороняв будь-які заходи у неділю на цьому місці, але догналівці на це вперто не зважають.

*Гелена Пайонкевич,* начальник юридичного управління Львівської міської ради: В понеділок у нас була зустріч з отцем Ісусом ввечері в присутності заступника міського голови з гуманітарних питань, керуючого

*справами виконавчого комітету. За результатами цієї зустрічі було прийнято рішення підготувати такий проект угоди.*

Жорсткі новини час від часу транслює Дніпропетровська ОДТРК. Наприклад, така новина прозвучала 9 лютого 2015 року:

***Єгор Скорина, ведучий:** У Дніпропетровській області знову впіймали шпигуна. Завербований інформатор так званої ДНР з червня 2014 року передавав здобуту інформацію про дислокацію та переміщення підрозділів Збройних сил України. Працюючи водієм, 32-річний агент терористичних угруповань збирав і передавав розвіддані, набуті під час вантажоперевезень по Донецькій області, також по телефону повідомляв терористів про дислокацію та стан укріплення блокпостів. Наразі підозрюваний перебуває під вартою.*

***Затриманий:** Я собирал и передавал представителю ДНР с использованием мобильного телефона, интересующую их информацию в отношении Вооруженных сил Украины. За выполнение этих задач мне обещали ежемесячно предоставлять денежное вознаграждение. В итоге было разово выплачено 2 тысячи гривен.*

***Ігор Воловик, керівник прес-групи УСБУ в області:** Слідчими управління Служби безпеки у Дніпропетровській області зареєстровано кримінальне провадження за ознаками складу злочину, передбаченого частиною першою статті 258-3 Кримінального кодексу України – створення терористичної групи чи терористичної організації.*

Отже, жорсткі новини формуються коротко і змістовно, характеризуються серйозністю. Вони, наскільки це можливо, інформують об'єктивно та в безособовому стилі.

«М'які» новини не пов'язані з публічними справами, вони радше мають більше особистий, яскравий та ефектний характер, менше прив'язані до часу, більше зорієнтовані на драматизм. Характеризуються здебільшого особистісною формою подання матеріалу та менш офіційною мовою викладу. Іноді ці новини

мають подієву та часову прив'язку, їх м'якість власне визначає форма подання. Наприклад, матеріал Сумської ОДТРК від 17 листопада 2013 року:

**Наталка Лисенко, ведуча:** Він таки існує. Миколайчик уже мандрує в Сумах. Святий закликав сумчан творити добро. Малеча з дитячих будинків пише, чого б вони хотіли від чудотворця. Благодійники викладають ці листи в Інтернет, а там їх можуть знайти усі охочі. До свята ще більше місяця, та цьогоріч акція «Листи Миколайчику» б'є всі рекорди щодо виконання бажань. Як і ви можете стати чарівником – дивіться далі.

**Кадри з мультфільму:** Що за панда, хто побачить, хто махає із саней? То святий Микола скаче – покровитель всіх дітей.

**Світлана Паламарьова, кор.:** Ось ця маленька благодійниця принесла Чебурашку, щоб ошчасливити таку ж дитину, як і вона.

**Богдана, купила подарунок:** Я бажаю всім дітям щастя на день Миколая.

**Світлана Паламарьова, кор.:** Волонтери кажуть: цього року люди подобрішали вмить – за кілька днів акції зібрали подарунки майже для всієї малечі.

**Дарина, купила подарунок:** Очень хочется, чтобы дети были счастливы. Хотя бы несколько дней в году. Хотелось бы конечно, чтобы было чаще. И хотелось, чтобы больше участвовали. Если бы каждый житель города Сумы хотя бы поучаствовал в этой акции, то счастье детей могло быть не один, не два раза в году, а на много чаще.

**Світлана Паламарьова, кор.:** Такий бум, говорять благодійники, вражає. Незабаром вони візьмуться за ще один дитячий будинок.

**Євгенія Швачко, волонтер організації «Благодійна ініціатива»:** В этом году не ожидали такого спроса и ажиотажа по этой акции. Чему очень рады. Подарки приносят очень быстро. Люди быстро откликаются на размещенную информацию в социальных сетях.

**Валентина Сухно**, волонтер організації «Благодійна ініціатива»: *Мы буквально запустились десять дней назад. И у нас уже разобраны письма – около ста тридцати штук. Акция абсолютно прозрачная. И любой желающий может принять участие именно той суммой, которой он располагает. И здесь вопрос не в деньгах, а в личном желании.*

**Світлана Паламарьова**, кор.: *І це бажання може зробити щасливою дитину, яка щиро вірить у чудо напередодні Нового року.*

Львівський телеканал ЗІК 16 травня 2015 року на завершення випуску дає дві м'які новини:

**I. Студія:** *У ботанічному саду Франкового університету розцвіли одразу чи не всі кущі рододендрону. Дерево-троянда, або ж рододендрон, налився цвітом. Тож милуватись можна барвами від білого, жовтого до рожевого, коралового та навіть синього. Буйно розквіт поряд також бузок. До слова, у ботанічному саду у Львові колекція рододендронів чи не найбагатша в Україні. Більше хіба що у Києві. До міста Лева перші кущі привезли ще понад 30 років тому. Рослина ця найвибагливіша серед усіх, які ростуть у саду.*

**Оксана Щерба**, працівник Ботанічного саду ЛНУ ім. І. Франка: *Будуть цвісти ще до двох тижнів. Тиждень-два – залежно від наших кліматичних умов. Якщо трошки впаде дощ, то може вони розтягнуть цвітіння. Якщо буде така посуха, ці квітки будуть набагато швидше опадати.*

**II. Студія:** *В Івано-Франківську індіанські шеф-кухарі готували традиційні страви своїх племен: блакитний хліб з американської чорної кукурудзи і тістечка з соняшникових зернят. Цей кулінарний захід провели в рамках американського тижня. Більшість індіанських страв, – кажуть кухарі, – готують із тих же інгредієнтів, що й гуцульські. Проте комбінують ці продукти по-іншому. Сьогодні ж індіанська кукурудзяна зупа з перцем чілі та тістечка із соняшникових зернят із гарбузово-апелсиновим джемом посмакували усі. А після застілля заокеанські кухарі виконали традиційну застільну пісню племені навахо.*

*Луїс Еллен Франк, шеф-кухар традиційної індіанської кухні: Страви, які ми готуємо, дуже давні. Вони мають тисячолітню історію. Єдине що – ми зараз комбінуємо їх з тими продуктами, які завезли європейці.*

Як бачимо, м'які новини можуть бути не структурованими за важливістю інформації, а наводять на початку привабливу деталь, яка опосередковано дає відповідь на одне з чотирьох запитань «Що?», «Хто?», «Де?», «Коли?». До самого свого завершення вони притримують «родзинку» – інтимну інформацію, цитату, трюк. Новини такого типу розглядають нещасні випадки і злочини, корупцію та особисті справи, спорт, суспільні події та випадки, що хвилюють людей. Таку тематику Курт Ройман назвав п'ятьма «К»: кров, красуні, команди, кохання, карапузи [171, с. 246].

Якщо новини презентуються з розважальними цілями, то це позначають англійським терміном «інфотейнмент», тобто поєднання розважальних та інформаційних компонентів.

Експерти громадського об'єднання «Телекритика» виділяють такі особливості прийомів інфотейнменту на українських каналах: розігрування новини; застосування інфографіки і анімації; використання уривків з кінофільмів, музики (для створення відповідного емоційного настрою); акцентування на неважливих, але яскравих деталях; інтонація. Щоправда, під час аналізу телевізійних матеріалів ми знайшли не так багато прикладів інфотейнменту. На підставі цього вважаємо, що цей новий формат інформаційних випусків новин досі залишається неосвоєним на регіональному телебаченні. Проте виявляємо приклади нестандартного мислення, а саме це, на нашу думку, є основою інфотейнменту.

Дніпропетровська ОДТРК 13 лютого 2015 року дає в ефір о 19.15 новину про побитих і понівечених політиків.

*Єгор Скорина, ведучий: Побиті та понівечені політики у центрі Дніпропетровська, – та несправжні. Опудала людей, які псують життя містянам, чи не розривають на шматочки, то не завжди відомі особи.*

*Особисті питання теж вирішуються тут радикально. Так позбавляються негативної енергії і просто розважаються. Докладніше знає моя колега.*

*Алевтина Варава, кор.: П'ятниця, 13-те. У центрі міста на стовпах – повішані. Опудала символізують відомих політичних діячів – російських, українських, сепаратистських.*

*Станіслав, організатор акції: Кажуть, що ці люди є погані. Опудал 11 штук, стосовно якоїсь численності людей – десь приблизно 50 людей.*

*Алевтина Варава, кореспондент: Поки організатори акції готують жертв до повішання, ми поцікавилися, як містяни ставляться до акції.*

*Голос: Позитивно. Я думаю, что это надо, потому что хочется уже мира. Ну, чтобы было все хорошо в стране. Наконец, успокоились эти политики.*

*Голос: Мне как-то, честно говоря, 50 на 50.*

*Голос: Все акции бесполезны.*

*Голос: Я считаю, что нужно заниматься, прежде всего, делом, а не вот этими чучелами.*

*Голос: Отлично отношусь, поскольку считаю, что определенные мероприятия укрепляют дух. И в принципе, поднимают его, что для нас сейчас очень важно.*

*Голос: Прикольно, это прикольно, да.*

*Алевтина Варава, кор.: А от пан Василь вважає, ідея гарна та невчасна. Наразі треба думати про інше.*

*Василь, мешканець Дніпропетровська: Ідея по суті по своїй правильная, но это игра. А когда человек играет, он забывает об опасности. Сегодня очень большая опасность в наших головах. Ее нужно чистить. Сначала нужно, прежде всего, отказаться от того, чтобы мы играли, а начали помогать друг другу.*

*Алевтина Варава, кор.: Організатори підготували свій комплект відомих осіб. Перша жертва – доволі очікувана. Це – Володимир Путін. Далі на*

*площі з'являються нові фігури. Містяни і самі могли принести опудала тих, кому, на їхню думку, місце поряд. Та ініціативи не проявили. Хто б як не ставився до акції, а подивитися на неї охочі знайшлися. А взагалі усувати свої негативні емоції на ляльках, які символізують когось неприємного, – давня психологічна практика. І користь її доведена. Тож ми залишаємо опудала на площі на розсуд натовпу.*

Підготовка м'яких (легких) новин аж ніяк не позбавляє авторів (журналіста й оператора насамперед) відповідальності за достовірність, правдивість, моральність інформації. Адже новинне повідомлення – не лише засіб формування індивідуальної і громадянської, національної свідомості, політичного впливу, інтелектуально-духовного збагачення глядачів, а й товар, який можуть пропонувати в комерційних інтересах. «Під тиском комерційної комунікації нелегко віднайти правильне співвідношення між законними інтересами громадськості на отримання правдивої інформації і надмірною цікавістю до особистого життя відомих і маловідомих сучасників, задоволення якої неможливо виправдати мотивами громадського характеру. Журналіст зобов'язаний контролювати себе з метою захисту прав особистості, – акцентував професор Дітер Вайріх. – Головною передумовою й тут залишається коректність і чистота журналістського ремесла» [19, с.10, 22].

Методика творення телевізійних новин передбачає задоволення «людського інтересу», що означає також зацікавленість кожної окремої людини життям інших людей. Пізнаючи інших, ми пізнаємо самих себе. Ще на початку 60-х років минулого століття Володимир Саппак зазначав, що «головним і єдиним предметом телебачення є людина. На телебаченні все сприймається тільки через людину» [178, с.152, 153]. Отже, «найкращий шлях зробити новини цікавими – не обезлюднювати їх, – зауважував В. Я. Миронченко. – Розповідати про різні випадки та ситуації, в яких опиняються люди. Досить часто короткі розповіді про ці випадки є цікавими, дещо емоційними і до того ж мають гумористичне забарвлення» [127, с.133]. Слушною є думка журналістки Марії



Томак, що «в українському інформаційному просторі є місце для катастроф, але немає місця для Людини» [204].

Стосовно регіонального телебачення, то, за результатами нашого дослідження, лише у 24% новин можна побачити інтригуючі, емоційно насичені змістовні повідомлення про морально чистих, працелюбних, вихованих, інтелектуально багатих, відданих національній українській праві людей. Чимало журналістів регіонального телебачення повинні усвідомити, що головна потреба людини, згідно зі світовими гуманістичними теоріями особистості, – це самоактуалізація, прагнення до самовдосконалення, самореалізація, самовираження. Високопрофесійна підготовка новин визначається глибоким розумінням концепції американського вченого А. Маслоу, яким вимогам повинна відповідати у своїй поведінці і взаєминах з навколишніми самоактуалізуюча особистість. Її психологічні характеристики мають бути в основі новинного повідомлення. Це – розвинуті творчі здібності; активне сприйняття дійсності і здатність добре в ній орієнтуватися; безпосередність у вчинках і спонтанність у висловленні своїх думок і відчуттів; прийняти себе та інших людей такими, якими вони є; здатність до глибокого розуміння життя; наявність почуття гумору; налагодження з навколишніми людьми, хоча й не з усіма, доброзичливих особистих взаєностосунків; здатність дивитися на життя з розплющеними очима, оцінювати його об'єктивно, безпристрасно [17, с. 37]. Ці параметри вписуються у творчий процес підготовки новин, в основі яких – відбір, мовно-візуальне оформлення і верстка, тобто впорядкування, поєднання окремих найактуальніших повідомлень в інформаційному випуску. Випуски новин найчастіше укладаються у формат 10–20 хвилин.

Важливим внеском у розвиток теорії верстки є праці зарубіжних і українських вчених: Максвелла Маккомза і Доналда Шоу, Денніса Маккуела і Свена Віндала, Дж. Т. Макнеллі, Дж. Р. Фанкхаузера і Е. Шоу, В. Гоян, З. Дмитровського, О. Мелещенка, В. Миронченка, М. Недопитанського та ін. Їхня головна ідея полягає в тому, що значення суспільної (частіше – політичної)

події у свідомості реципієнта стійко пов'язане з особливостями подання сюжетів про них у новинах. М. Маккомз і Д. Шоу першими заявили, що з інформаційних програм на телебаченні аудиторія не просто дізнається про новини, вона з'ясовує для себе важливість тієї чи іншої новини. На прикладі висвітлення виборів у ЗМК вони довели, що, показуючи по-різному кожного кандидата (у різній послідовності, з різною тривалістю, частотою тощо), теленовини визначають у свідомості глядача «порядок денний» виборів. (Саме тому термін «верстка» в англійську мову увійшов як «порядок денний» – Agenda-Setting). Маккомз і Шоу висунули гіпотезу, що ЗМК не можуть нав'язати своїй аудиторії конкретний погляд, проте вони можуть змусити аудиторію вважати одні проблеми важливішими, інші – менш важливими. Порядок розташування сюжетів у програмі за ступенем значущості визначає їхню ієрархію в уявленнях аудиторії, тобто вибудовує події у свідомості реципієнтів. Їхня модель agenda-setting стала однією з провідних у теорії масової комунікації [246]. Ця модель засвідчує пряму кореляцію між обсягом висвітлення медіа окремого питання та ступенем важливості цього питання в очах публіки. «Верстаючи інформаційний випуск, завжди потрібно думати про тематично-змістовну наповненість, композиційну побудову і жанрову різноманітність новини» [108, с.168]. Власний журналістський досвід підтверджує також цю тезу та зумовлює підбір новин за розділами: актуальні політичні, виробничі, наукові, культурні, спортивні тощо. Порядок розташування їх залежить від важливості на той чи інший момент.

Концептуальні підходи до визначення пріоритетності новин заклав У. Ліппман [110]. Він зазначав, що вплив мас-медіа формує світогляд аудиторії і створює нереальне навколишнє середовище для кожного нового споживача масової інформації. Інші теоретики масової комунікації – Д. МакКеллі, К. Левін [245], Д. Вайт [255] – дослідили та розвинули теорію про проходження інформації крізь низку «воріт» та «вартових», які обирають з усього потоку інформації ту, яка, зрештою, потрапляє на екрани, а яка – ні.

М. І. Недопитанський проаналізував основні принципи виробництва теленовин, тематичну стратегію, вичерпність, доступність й ексклюзивність викладу інформації, етику репортерства [138]. Д. В. Теленков [197] дослідив проблематику телевізійної верстки, проаналізувавши праці відомих науковців. Верстку телевізійних новин на прикладі національних телеканалів України досліджувала Т. В. Федорів [208].

Осмишуючи головні інструменти верстки (Т. В. Федорів), особливості верстки телевізійних новин на регіональному телебаченні (Є. О. Соломін), вони брали до уваги праці Дж. Р. Фанкхаузер і Е. Шоу, які виокремили мікроверстку і макроверстку. Перша стосується можливості ЗМК впливати на свідомість реципієнтів, акцентуючи на змісті своїх повідомлень. Другу визначають так: «електронні медіа можуть забарвлювати, викривлювати і навіть руйнувати погляд на цілий культурний світ, припасовуючи картинки цього світу до потреб медіа» [239, с. 4].

У контексті нашого дослідження важливо, що Є. О. Соломін і Т. В. Федорів схарактеризували чотири чинники, які визначають спосіб верстки телевізійних новин, які назвали Е. М. Роджерс і Дж. Діарінг: *політичний* (місце і спосіб подання теми пояснюється політичними причинами), *публічний* (чи є до теми значний громадський інтерес), *медійний* (наскільки широко висвітлюють теми інші медіа, особливо конкуренти), *корпоративний* (кожен ЗМК має «свої» специфічні теми, які часто висвітлює з різних причин: це можуть бути як власні джерела, і тому один телеканал може мати більший доступ до якоїсь теми, а інший – менший, і фахівці з журналістики, яких може не мати інший ЗМК, і суб'єктивний корпоративний інтерес до певної теми) [248].

Ці чинники, крім змістової насиченості, композиційної побудови і жанрової різноманітності новинних матеріалів, зумовлюють тематичну єдність, географію повідомлень, оптимальне розташування коротких і довших текстових і звукових матеріалів, психологічну особливість сприймання візуальної (екранної) інформації. У кожній регіональній телеорганізації діють виробничо-

творчі підрозділи, які збирають, опрацьовують і видають в ефір матеріали (поділ на випускові групи відбувається залежно від блоку мовлення – ранковий, денний, вечірній, нічний). На досліджуваних нами регіональних телеканалах верстка більшості новинних випусків має ієрархічний характер. Такою, наприклад, є верстка новинного випуску на 7-му каналі (м. Харків) за 1 листопада 2012 р.

*Підсумки виборів. Українська опозиція, програвши, як завжди, не згодна з результатами і готується відстоювати свою правду;*

*Екс-прем'єрка Юлія Тимошенко запросила до себе на нараду партійних соратників;*

*Олександр Мателевський вистрибнув з балкону багатопверхівки;*

*Стосовно самогубства екс-керівника інвестора заяву зробив міський голова Геннадій Кернес;*

*Працівники Державтоінспекції змушені нагадувати перевізникам, що незабаром зима;*

*Сезон водограїв офіційно закритий, але роботи біля них ще вистачає;*

*Готуються у Харкові і до нового кіносезону;*

*Сьогодні день вегана, тобто людини, яка не вживає в їжу продуктів тваринного походження, зовсім.*

Сумський телеканал ТРК «Академ TV» (13 травня 2014 р.) теж вдається до ієрархічної верстки, що, на нашу думку, не лише робить передбачуваною для сприймання таку верстку, але й збіднює власне зміст новин.

*Відбулася апаратна нарада міського голови Сум;*

*Науковці та дослідники Сумщини готові допомагати місцевій владі йти в ногу із новітніми технологіями;*

*Під час нинішніх перегонів забагато агітації, натомість жодних міжусобиць та здорова конкуренція;*

*У Франкфурті, де 4 та 5 травня відбувся чемпіонат світу з перукарського мистецтва, сумський майстер-перукар Сергій Зима виборов призову сходинку.*

Проаналізувавши тенденції щодо використання ієрархічної верстки, дійшли висновку: такий спосіб формування новини здебільшого залежить від владних структур або власників телеканалів.

Застосовують також змістову верстку, яку ще називають подієво-послідовною (одиниця виміру – подія, її значущість), що «призводить до розташування інформаційних матеріалів у схожих семантичних полях» [191, с. 66].

Сумська ОДТРК у новинній програмі «На часі» 14 травня 2014 року вдалася саме до такого типу верстки:

*«Хімпрому» не затягнули паски;*

*На Сумщині оновили автопарк екстреної медичної допомоги;*

*Влада на вибори мобілізується;*

*Гостя студії – Ірина Стегній, прес-секретар громадської мережі «Опора»;*

*У Сумах працюють податківці-шахраї;*

*У Сумах невідомі підсмажили чотирьох цуценят;*

*У Сумах активно готуються до ЗНО;*

*У Сумах презентували результати чергового студентського проекту;*

*У Сумах Художній музей представив роботи майстрів, чиї імена ввійшли до Золотого фонду образотворчого мистецтва.*

Подієво-послідовну версту новин застосовують журналісти головних новин Львова, що виходять на Новому Каналі. Наприклад, порядок денний 1 листопада 2012 року сформували за ознакою «насамперед подія» та її значення для глядачів.

*Від сьогодні львівські автобуси їздять із GPS-трекерами;*

*На Золотій горі будинок;*

*Завершують реставрувати дерев'яний вівтар у подвір'ї Вірменського собору;*

*Українці та поляки вшановували пам'ять вояків, які полягли під час Першої світової війни;*

*На площі Ринок відтворили події листопадового чину 1918 року;*

*Деякі ОВК на Львівщині не можуть передати дані до Центрвиборчкому через несправний сервер;*

*На Яворівському полігоні українські вертолітники вчаться злагоджено воювати та влучати у цілі;*

*Стартує ЗНО-2013;*

*Розпочалася акція з виявлення ВІЛ-інфекції.*

Блокова верстка новин формується за тематичним принципом із взяттям до уваги «географії» інформаційних повідомлень. Це дає можливість показати розмаїття суспільно-політичного, соціально-економічного, культурного, спортивного та іншого життя регіону. Аналізуючи новинні випуски, побудовані за таким принципом, ми зауважили, що редакторам вдається розширити географію та поглибити зміст новини завдяки блоковості її подання. Порівняємо ієрархічну, змістово-послідовну і блокову верстку. Перша – традиційно-передбачувана, прив'язана до стереотипізації важливого, коли тема політики і участь у події впізнавано-відомих осіб передбачає для них чільну позицію у новинах, навіть якщо новина не є визначальною для інтересів глядача. Така верстка, на нашу думку, є доволі традиційною, з галузевою прив'язкою та принципами залишковості, коли новини з царини культури та спорту завжди ставили в кінці і ними завершували випуск.

Змістово-послідовна верстка, як ми вважаємо, чіткіше визначає важливість подій і для редакції, яка сформувала такий порядок денний, і для глядача. Тут, на нашу думку, визначальними є критерії сприймання пропонованого порядку реципієнтом – як подане може впливати на життя глядача, чому саме це повідомлення є важливим сьогодні для нього. Головним

критерієм у такому поданні є безпека – про що насамперед має довідатись глядач, аби почуватися спокійно. Блокова верстка, як ми уже зауважували, не унеможливило використання двох вищенаведених, вона дає змогу глядачеві дізнатися більше. Наприклад, Львівська ОДТРК 1 листопада 2012 року у випуску кілька разів використовувала принцип блоковості, подаючи новину про ЗУНР, про ситуацію у парламенті, частково використали цей принцип, подаючи прогнози на новий бюджетний рік:

*ЗУНР чи Листопадовий зрив;*

*Урочистості з нагоди річниці Листопадового зриву завершилися виставкою шкільних плакатів;*

*Львівський політехікум втратив, український парламент отримав;*

*Залишити незмінною кількість комітетів у Верховній Раді;*

*Жодних підстав для подорожчання хліба в Україні немає;*

*Віддати борги або арештувати майно;*

*На Львівщині готують миротворців;*

*Безхатченки спричинили пожежу;*

*Цифрове, платне і незалежне – українське телебачення на порозі змін;*

*Телефонні розмови зросли у ціні;*

*Святкова галерея з'явиться у Стрийському парку;*

*Нумізмати поповнили свої колекції новими монетами;*

*«Голгофу» відновили;*

*Мільйони свічок, море квітів на могилах та молитви – живі згадують померлих.*

Ще чіткіше помітний принцип блоковості в новинах львівської телекомпанії ЗІК, яка 1 листопада 2012 року теж розповідала про ЗУНР. У випуску фіксуємо три новин на цю тему, які розширюють подію географічно – на Львів, Тернопіль та Івано-Франківськ:

*Львівщина може стати виборчим антирекордсменом;*

*Сихівський районний суд Львова розпочав судове засідання щодо працівників ДСО та двох львів'ян, між якими у квітні в одному із львівських закладів харчування виникла сутичка;*

*У місті Лева військове повстання;*

*У Тернополі 94-ту річницю проголошення ЗУНР відзначили пішою ходою та панахидою біля могил Українських січових стрільців;*

*Листопадовий зрив заповонив Івано-Франківськ;*

*40 тисяч лампадок спалахнули на Личаківському цвинтарі в одну мить;*

*Космічний нагляд за космічні гроші;*

*Від сьогодні почали реєструвати на пробне зовнішнє оцінювання;*

*Знову збили пішохода у Львові;*

*Російська рулетка у Тернополі;*

*Мобільні аферисти;*

*На Тернопільщині четвертий день шукають глухонімого хлопця;*

*Горіла 5-поверхівка у Львові;*

*Українська авіація на валізах;*

*Суворий піст усе життя.*

Кандидат наук із соціальних комунікацій Є. О. Соломін зазначив, що на регіональних телеканалах Луганщини не використовується контрастна верстка новин [191, с. 67]. Наше дослідження головно підтверджує цю тезу, хоча є спроба подавати контрастні новини поряд (одна з одною), викликаючи таким чином загострений психологічний стан у глядачів.

Контрастне подання новин, на нашу думку, не обов'язково мало б перебачати протиставлення одної події іншій, хоча до таких маніпулятивних прийомів вдаються телевізійні канали. Йдеться радше про те, що кожна новина у верстці мала б загострювати увагу глядача. І це основний принцип побудови такої верстки. Наприклад, передача «На часі» (випуск 21:30, 14 травня 2014 року) Сумської ОДТРК:

*У Маріуполі вихідні минули у жалобі;*



*Турчинов: фарс, який терористи називають референдумом, не матиме жодних юридичних наслідків, окрім кримінальної відповідальності його організаторів;*

*День перемоги на Сумщині минув спокійно;*

*У Сумах на вулиці Білопільський шлях горіли господарчі будівлі;*

*Без теплої води від сьогодні залишилися жителі Троїцької, Привокзальної, Воскресенської та площі Незалежності у Сумах;*

*8-річний хлопчик опинився під колесами на вихідних на вулиці Орджонікідзе;*

*Маршрут № 12 тепер возитиме сумчан до опівночі;*

*Хто захворів насправді, а хто – тільки на папері;*

*У Сумах пишуть листи майбутньому очільнику держави;*

*Сучасний дитячий майданчик відтепер тішитиме жителів проспекту Лушпи та прилеглих будинків;*

*У Сумах вітали мам;*

*Згадати минуле рідного краю до обласного центру з'їхалися школярі з усіх районів.*

До інструментів верстки телевізійних новин належать ексклюзиви (повідомлення з місця події, часто конфіденційні), сенсації (події, що трапляються вперше або неочікувано), елементи візуалізації (діаграми, графіки, таблиці, портрети, карти тощо), вибір «ефектного контексту» (С. Дацюк) – раптовий поворот події або розташування фактів за релевантністю таким чином, що вони надають події іншого змісту, внутрішньо програмні анонси (зазвичай стосуються особливо цікавих або ексклюзивних сюжетів).

Погоджуємося з твердженням сучасних дослідників, що телевізійна верстка «агресивніша» щодо аудиторії, ніж газетна, коли читач може проігнорувати редакційне бачення важливості подій і почати читати з маленької замітки про спорт на останній сторінці. У програмі новин верстка – лінійна, одна тема змінює іншу, й уникнути її неможливо іншим способом, як вимкнути

телевізор. «Кожен канал, очевидно, працює для того, аби цього не сталося. Адже окрім своєї місії суспільної – повідомляти про події, телебачення ще й переслідує бізнесовий інтерес – утримувати високі рейтинги каналу. Тому верстка не може бути для редакційного колективу просто переліком матеріалів; це радше пріоритети, які визначає творча група на цей день для глядача, акценти, котрі розставляють редактори та журналісти, водночас впливаючи на розуміння суспільних процесів. Зрештою, навіть чергування матеріалів за жанрами динамізує випуск і тримає увагу саме на цьому каналі» [54, с.134].

Структурно верстка завжди містить заставку новин, привітання, анонси первинні, серединні анонси для кульмінації випуску, сюжети, усне повідомлення ведучого, пряме відеовключення, пряме телефонне включення, сюжет (у цих випусках – здебільшого репортажі), синхрон, відеоповідомлення ведучого, відеоповідомлення на карті (портрети, іншій графіці), курс валют, погоду, прощання, відбивки, гість у студії, відеоряд без коментарів. Обов'язковими елементами випусків новин є повідомлення про погоду та анонс наступних випусків. Теленовини зазвичай починають і закінчують ведучі в кадрі, тоді у глядача складається враження завершеності й цілісності програми новин.

Аби тримати увагу глядача, режисерові й оператору варто думати і над змінністю планів під час ефіру. Ведучого, який читає підводки до сюжетів, можна показувати, чергуючи середній план із крупним. Крупний план таким чином зменшує дистанцію між ведучим і глядачем, збільшує важливість теми, яку висвітлюють. Усні повідомлення тоді виходять на загальному плані, що також динамізує процес новин в ефірі.

Вінфрід Шульц, спираючись на працю Остгарда [247], схарактеризував ендогенні та екзогенні чинники впливу на змістово-тематичну, морально-психологічну структуру новинного потоку. Ендогенними є ті чинники, які наявні у новинному потоці – від подій, інформаційної агенції і медіа до реципієнта. Екзогенними є такі впливи, які діють на новинний потік ззовні. До екзогенних чинників належать політичні і правові інструменти контролю за комунікацією,

приписи цензури, економічні привілеї або обмеження, як, наприклад, оподаткування або надання субсидій, і не останньою чергою також перешкоджання діяльності журналістів [231, с. 528].

Окреслена, осмислена методика підготовки телевізійних новин та їх верстки на регіональних телеканалах є науковим підґрунтям створення соціокультурної моделі новинних випусків, характеристики тематично-змістових, естетично-емоційних, морально-духовних чинників позитивної насиченості новинних повідомлень, творці яких керуються національно-громадянськими, загальнолюдськими і локальними цінностями на засадах українськоцентричної ідеології та політики. За таких умов новини регіонального телебачення даватимуть змогу глядачам глибше зрозуміти і відчутти «Хто я?», «Який я?», «Хто вони?», «Чому такі?», що є природним щодо самоусвідомлення, внутрішнього пізнання своєї сутності, визначення себе в соціокультурному просторі. Національно-громадянське самопізнання кожної окремої особи, нагромадження морально-психічних якостей «соборної особистості» закорінене у життєвій потребі «пізнай себе» (Григорій Сковорода), що є основою світоглядної позиції. Адже із «Я» формується етнічна самосвідомість, із «Ми» – твориться етнос. Шлях «етнос – народ – нація» пролягає через дихотомію. Дихотомія (протиставлення) – первісний спосіб усвідомлення групою людей своєї спільності «Ми» та відмінностей її від подібних співтовариств «Вони». Український теоретик нації О. І. Бочковський розглядав самоусвідомлення етнічної спільноти як національну свідомість, називав «громадським цементом, який об'єднує і перетворює первісний народ у новітню націю» [14, с. 9].

Основні принципи національної доктрини виклав Ентоні Д. Сміт: «1. Світ поділений на нації, кожна нація має свою історію, долю й характер; 2. Нація – єдине джерело політичної влади; 3. Щоб бути вільним, кожен індивід повинен належати до нації й бути відданим передусім їй; 4. Нації повинні мати максимум незалежності і самовияву; 5. Справедливий і мирний світ повинен спиратися на сукупність вільних націй» [189, с. 35–36]. Іван Франко писав, що

«все, що йде поза рами нації, се або фарисейство людей, що інтернаціональними ідеалами раді би прикрити свої змагання до панування одної нації над другою, або хоробливий сентименталізм фантастів, що раді би широкими «вселюдськими» фразами покрити своє духове відчуження від рідної нації» [213, с. 284].

Історія свідчить, що самостійна, вільна особа, її громадянський, державницький дух, всебічний моральний розвиток можливий лише в національно-культурному і високодуховному середовищі, за межами брехні, лукавства, насильства, зневаги, асиміляції. «Колоніальна ідеологія різних відтінків і градацій залишається діючою і живою в Україні. Застосовуючи слово «націоналізм» у негативному значенні (як вияв національного егоїзму), вони, однак, роблять об'єктом своєї критики не якісь експансіоністські форми українського націоналізму, а будь-який захист Української незалежної держави та української мови і культури» [111, с.146].

Професор Володимир Монастирський зауважує, що по-справжньому ефективним способом оздоровлення української нації, утвердження ідентичності є різке підвищення її природного імунітету, для чого «необхідно якнайшвидше повернути українців у стан їхнього власного політичного, економічного, культурного та духовного націоналізму» [132]. «Націоналізм – це любов до свого народу, країни, але також повага і до всіх інших, – зазначає кардинал Любомир Гузар. – Не може бути націоналізму, який навчає когось ненавидіти. Це трагедія, що знищує народ» [49].

Зіставлення, аналіз, осмислення процитованих вище висловлювань видатних людей про національну свідомість, патріотизм, націоналізм, шовінізм підтверджують тезу, що «патріотизм і націоналізм – поняття взаємозалежні: високий дух націоналізму впливає із справжнього патріотизму, щирий патріотизм живиться гуманістичним націоналізмом. Патріотизм і націоналізм – єдиний духовний, морально-психологічний стан людини» [105, с. 273].

Нинішня складна суспільно-політична ситуація в Україні та світі (російська антиукраїнська інформаційна і військова агресії) дуже ускладнюють розв'язання проблем, які перейшли до нас із минулих століть (Україна була тривалий час розпанахана між імперіями, державами). Більшість європейських націй пройшла шлях утвердження своєї ідентичності у XVIII або XIX ст. «Торувати цей шлях наприкінці XX– на початку XXI ст., у період інтеграційного форсажу, у безмежному просторі глобальних впливів та імперативів – незрівнянно важча доля України» [58, с. 4].

Надто актуальною є сьогодні стаття Івана Франка «Одвертий лист до Галицької української молодезі», у якій він ще у 1905 р. зазначав: «Ми мусимо навчитися чути себе українцями – не галицькими, не буковинськими українцями, а українцями без офіційних кордонів. І це почуття не повинно у нас бути голою фразою, а мусить вести за собою практичні консеквенції [висновки; результати. – П. Д.]. Ми повинні всі без виїмка – поперед усього пізнати ту свою Україну, всю в її етнографічних межах, у її теперішнім культурнім стані, познайомитися з її природними засобами та громадянськими болячками і засвоїти собі те знання твердо, до тої міри, щоб ми боліли кождим її частковим, локальним болем і радувалися кождим хоч і як дрібним та частковим її успіхом, а головно, щоб ми розуміли всі прояви її життя, щоб почувати себе справді, практично частиною його» [212, с. 405].

Отже, нинішній етап суспільно-політичного розвитку зумовлює важливу потребу переосмислення принципів і функцій діяльності регіонального телебачення, як і всіх засобів масової комунікації, морально-психологічну кореляцію тематично-змістової насиченості новинних передач через спектральне посилення у них гуманістичних, загальнолюдських, всеукраїнських національно-ціннісних орієнтирів. Цей процес пов'язаний із свідомим і несвідомим впливом на зміну у позитивному плані інтересів глядачів. Швейцарець Карл Густав Юнг виділив кілька рівнів несвідомого: особисте несвідоме, сімейне, групове, національне, расове і колективне несвідоме, яке передбачає універсальні для

всіх часів і культур архетипи. Привертаємо увагу до поняття архетипів, бо це корисне не лише для розуміння потреб певної аудиторії, а насамперед для осмислення історичних умов формування цих потреб за допомогою регіонального телебачення.

Досвід усіх поколінь, який передається від посередників наступникам, і є сукупністю архетипів. Юнг назвав такі важливі для людини категорії, як міфологія і релігія, захисними мурами, розуміючи, що ці сфери людського буття захищатимуть індивіда від його непізнаного несвідомого, і саме вони є запорукою гармонійної особистості. Юнг виділив кілька архетипів, серед них цікавими для нашого дослідження є Самість як єдність і стабільність особистості. Тінь – як природна, інстинктивна людина, незмінна з часів виникнення людства; Тінь – як несвідомі бажання, несумісні із соціальними стандартами, це те, чого ми не дозволяємо собі робити. І на противагу Тіні Юнг визначив Персону – соціальний тип людини, ідеал (і з погляду суспільства, і з погляду моралі), це – маска, яку ми вдягаємо, коли спілкуємося з іншими, це – образ цивілізованого, колективного «Я», яким би ми хотіли бути у сприйнятті суспільства. Беручи на себе обов'язки комунікатора між суспільством, владою, державою та людиною, чи здатні медіа дозволити особі, яка відображає ці архетипи як основу буття, гармонійно відчувати себе Персоною? Часто підбором новин, їх поданням ми, використовуючи терміни Юнга, «лоскочемо» несвідомі бажання Тіні, перешкоджаємо індивідові залишатися Самістю і багатьма телевізійними матеріалами не сприяємо розвитку його морально-духовних якостей. Про це свідчить аналіз новинних випусків регіональних телеканалів.

Карл Густав Юнг зауважував, що несвідоме, як сукупність архетипів, є осадом всього того, що пережило людство, аж до найтемнішого його начала. Але не мертвим осадом, не закинутим полем руїн, живою системою реакцій і диспозицій, яка невидимим, проте дієвим чином визначає індивідуальне життя [233, с.131].

Через архетипи Дім, Поле, Храм, як визначальні морально-духовні цінності, Тарас Шевченко осмислював життєстверджуючу ідею українського буття. «У широкому плані символіка концепту «Дім» позначає святе довкілля буття людини, в якому вона (як господар оселі) може займати чільне місце... Символ «Дім» характеризує антропоцентричне буття від сім'ї до національної солідарності. «Дім» – це ніша людини в Універсумі. Так само в загальному визначенні символіка концепту «Поле» знаменує життєвий топос людності... Тут йдеться насамперед про «поле життя», джерело багатства, економічний простір виживання... Ідея «Храму» пов'язана зі святинами людини та її етносом. «Храм» поєднується з національною ідеєю і в цьому розумінні означає зв'язок небесного та земного, ідеологією софійного, освяченого мудрістю буття» [95, с. 291–292].

Концепція оптимальної моделі творення і верстки новин у сучасних українських реаліях ґрунтується на гуманістично-філософському, національно-державницькому, морально-психологічному, політико-ідеологічному розумінні того, що національна держава повністю і на всіх рівнях Словом і Ділом може захистити людину, націю та її буття, створити потрібні умови для її розвою. Тільки у власній «хаті», в єдиній соборній Україні, пізнавши її в етнографічних межах, народ стає справжнім творцем своєї долі на своїй землі, не слугою, а газдою (господарем) перед світом стає (І. Франко). Тільки у вільній, незалежній, демократичній українській Україні можуть утверджуватися «правда, і сила, і воля» (Т. Шевченко), може бути створений національний життєстверджуючий соціокультурний простір, в якому людина як Самість відчуває себе повноцінною Персоною.

Саме такий концептуальний підхід до творення новинних випусків на регіональних телеканалах також сприятиме подоланню масштабної, системної інформаційно-сислової війни, яку проводить російський агресор. Адже «під фальшивим прикриттям гасла вільного доступу до інформації та облудною фразеологією про міфічну шкідливість пропаганди – в національному

інформаційному просторі сформувалися, як домінуючі, небезпечні інформаційні символи, – зауважує Віктор Набруско. – Вони утверджують у суспільній свідомості тотальний негативізм, апатію, страх та маргіналізують аудиторію... Під час так званої гібридної війни ми втрачаємо не лише тимчасово території держави, а й найголовніше – людей, зомбованих російськими теле- і радіоканалами, які впроваджують у свідомість усталені стереотипи чужинських світоглядних моделей поведінки» [134].

Боротьба за українську Україну загострюється, й потрібно якнайшвидше позбавлятися наївних сподівань на зменшення напруження в суспільстві, бо агресивна Москва постійно підігріває «п'яту колону» проти декомунізації, дерадянської та деімперіалізації, насаджує ідеологію «русского міра». «Країна в центрі Європи з 46-мільйонним населенням (78% української національності) не може стояти осторонь глобальних процесів нового світового порядку з важкими – не рудиментарними, а базовими принципами колоніального стану: з домінуванням російської культури, мови, церкви, бізнесу, інформаційного простору, – акцентує Павло Мовчан. – Євроінтеграційна перспектива для України важлива не лише в економічних аспектах, а передусім в інформаційно-гуманітарній сфері, бо культурно-мовна та інформаційна вторинність наша, тобто зросійщеність, нікому там не потрібна. Наша мовна ідентичність відповідає національним інтересам, оскільки стає чинником незворотних демократичних, а не олігархічних, економічних і культурно-інформаційних трансформацій в Україні» [131].

Безперечно, що новинний випуск регіонального каналу мав би передавати правдивий погляд на те, що відбувається в регіоні, а інформація, яку телеканал пропонує глядачеві, повинна об'єктивно ретранслювати важливі новинні події за їхньою важливістю. Проте телевізійні новини, зокрема це впливає і з нашого моніторингу регіональних каналів, часто подають викривлений погляд на те, що відбулося. Для новин вибираються лише певні



теми серед безлічі подій, що відбуваються у регіоні, і подаються, зважаючи на технологічні та економічні підходи, прийнятні для медіа.

Щодня у суспільстві виникають десятки інформаційних приводів, проте регіональна телеорганізація обирає лише деякі з них для вечірнього випуску новин. Вибрані історії ставлять у порядку, який, на думку редактора, відображає їхню важливість. Прикметно, що такий порядок може збігатися або не збігатися з тим, що насправді важливо для глядача в тій чи іншій області України. Телевізійний портрет суспільства здебільшого переповнений історіями про насильство, вбивства, катастрофи та конфлікти. Культурні події, економічні рішення та освіта отримують менше уваги, ніж заслуговують.

За результатами наукового осмислення теорії телевізійної комунікації та аналізу новинних повідомлень регіональних телеканалів рекомендуємо оптимальну модель творення і верстки новинних випусків, структурними сегментами якої є абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті цінності та розроблена нами структура соціогуманістичних потреб глядачів.

У пропонованій моделі компілюємо ієрархічну, змістову, блокову і контрастну верстку. Таким чином досягаємо динаміки у випуску і легшого сприйняття інформації:

*Верховна Рада України ухвалила антикорупційний закон;*

*Ветеранам УПА виплатять одноразову щорічну грошову допомогу;*

*Україна досягла прогресу у переговорному процесі з ЄС;*

*Львову є що показати Європі;*

*На Прикарпатті взялися освоювати енергію Сонця;*

*Насамперед – порятунок людей;*

*Погорільців не залишать наодинці з бідною, харківський гуртожиток передадуть у комунальну власність;*

*Волонтери взялися рятувати юнака з нирковою недостатністю;*

*За перебування дитини в дитсадочку можна сплатити через Інтернет;*

*Напередодні Дня сім'ї журналісти завітали до матері 12 дітей;*

*Луцький педагог здобув шану серед учнів та колег;*

*Археологи взялися за пошуки артефактів стародавнього Львова;*

*До Рівного приїхав коваль зі світовим ім'ям.*

Верховна Рада України ухвалила антикорупційний закон:

**Студія:** *Верховна Рада України ухвалила антикорупційний закон. За нього парламентарі проголосували майже одностайно. 373 народних депутати з 417. Законом запроваджується практика перевірок декларацій про майно, доходи, витрати та інших зобов'язань фінансового характеру державних службовців. Забороняється спільна робота в держустановах близьких осіб та родичів, запроваджується обов'язкова фінансова перевірка претендентів на посади в органах держави та вводяться нові правила оприлюднення майнових декларацій чиновників. І головне, впевнені нардепи, у документі, який набуває чинності з моменту ухвали, вперше прописані чіткі механізми фінансового контролю за чиновниками.*

**Синхрон:** *Віталій Барвіненко, народний депутат України: Ми уточнили низку норм, які стосуються досудового слідства, уточнили деяких осіб, які можуть бути притягнуті так чи інакше до відповідальності за корупційні дії. Є декілька новацій. Наприклад, що вважається корупційним діянням, відповідальність сторони, що провокує хабар, і найголовніше питання – декларація. Тобто буде змінено відповідний підхід до декларування і видатків, зокрема і державних службовців.*

Ветеранам УПА виплатять одноразову щорічну грошову допомогу:

**Студія:** *По 370 гривень кожному упівцю. Ветеранам УПА виплатять одноразову щорічну грошову допомогу. Відповідне розпорядження підписав голова Львівської облдержадміністрації Віктор Шемчук. Необхідні кошти виділять з обласного бюджету. Отже, ветеранам Української Повстанської Армії, політв'язням, а також їхнім вдовам і вдівцям виплатять по 370 гривень.*

Україна досягла прогресу у переговорному процесі з ЄС, – зауважив новопризначений Уповноважений України з питань зовнішньополітичних та інтеграційних процесів. Каже – крига скресла і є певні результати:

**Синхрон,** Радник Президента України, Уповноважений України з питань зовнішньополітичних та інтеграційних процесів: *За нашими підрахунками, ми досягли прогресу у 8 із 11 секторів або сфер, які чітко визначені у висновках Ради Міністрів ЄС від грудня минулого року і у підсумковій заяві саміту. Ми активно, наполегливо працюємо. Я думаю, що найближчим часом, з відновленням роботи у Верховній Раді, нам буде шанс показати у Брюсселі, що те, що ми зафіксували на папері, буде впроваджуватися у життя.*

**Репортер:** *За словами Уповноваженого, аналогічне рішення щодо угоди про Асоціацію буде ухвалено країнами членами ЄС, можливо вже у жовтні.*

**Синхрон:** *Костянтин Єлісєєв, Радник Президента України, Уповноважений України з питань зовнішньополітичних та інтеграційних процесів: Рада Міністрів ЄС затвердила ратифікацію посиленої угоди «Про спрощений порядок видачі віз». Таким чином ми зараз прискоримо виконання внутрішніх процедур. Я сподіваюся, що з 1 липня цього року ця угода «Про спрощений порядок видачі віз» набуде чинності. Отже, наші громадяни під час уже літніх відпусток можуть активно використовувати цей документ.*

Львову є що показати Європі, – запевнив голова облдержадміністрації Віктор Шемчук кореспондента «European Times»:

**Студія:** *Міхал Петрут готує видання, присвячене Україні. 50 зі 100 сторінок міститимуть матеріали і про місто Лева. Європейці дізнаються про культурну та молодіжну столицю України, про туристичний та рекреаційний потенціал Львова, про місто, яке відкрите для інвесторів та бізнесу. Дізнаються і про перспективи. Найголовніше – побудова платної магістралі Краківець–Львів–Броди, яка стане логічним продовженням*

*транс'європейського коридору, а також спорудження логістичного аеровузла на базі стрийського летовища та рекреаційної зони у Новояворівську.*

**Синхрон:** *Віктор Шемчук, голова Львівської облдержадміністрації: Львівщина – це не забута Європа, не Європа інкогніто, а Львівщина – це частина Європи. В цій частині Європи добре робити бізнес, тут живуть освічені люди, вона має велику культурну спадщину, великі надбання у сфері культури, мистецтва, науки. Ми представляємо не звичайний регіон, в якому можна просто жити. У цьому регіоні хочеться жити, в цьому регіоні є можливість робити бізнес.*

**Синхрон:** *Міхал Петрут, регіональний директор журналу «European Times»: Мене дуже вражає той факт, що Львів є культурною і молодіжною столицею України, що тут є величезний спадок Австро-Угорщини чи Польщі, потенціал ІТ, прозорість влади, є готовність залучати бізнес і запрошувати туристів до Львова.*

На Прикарпатті взялися освоювати енергію Сонця:

**Студія:** *Світло Сонця в електроенергії. У Старих Богородчанах на Прикарпатті запрацювала перша в Івано-Франківській області сонячна електростанція. На шести гектарах території – понад 12 тисяч величезних дзеркал. Вони акумулюють сонячні промені навіть у хмарну погоду. На будівництво цієї електростанції витратили 38 мільйонів гривень. Причому цей проект, кажуть експерти, може окупитися вже за сім років. Електроенергію ж, вироблену зі сонячного тепла, а це майже три мільйони кіловат щороку, продаватимуть навіть за межі області.*

**Синхрон:** *Максим Козицький, директор сонячної електростанції: Відповідно до законів Європейського Союзу, вони планують, що відновлювальні джерела електроенергії до 2020 року будуть займати на їхньому ринку 20%, до 2030 року – 30% всього обсягу виробництва електроенергії. Україна так само прагне вступити в Євросоюз, тому, я думаю, такі джерела електроенергії, як сонце, вітер, малі ГЕСи будуть розвиватися.*

Насамперед – порятунок людей:

**Студія:** Двоє рибалок випали із човна, кількох людей відрізало від берега під час водопілля, та ще й авто в'їхало у ставок. Проте усе це сталося не насправді, а під час навчань. З усіма інцидентами лише за годину впоралися закарпатські рятувальники. Так вони готувалися до початку пляжного сезону.

**Репортер Оксана Височанська:** Рятувати двох рибалок, які начебто випали з човна, причому один із них стрімко пішов під воду, вирушає катер «Бріг». Аби виконати це завдання, є лише кілька хвилин. В авангарді водолази, саме вони будуть витягувати потопельників із води. Таких фахівців у багатій на річки області лише 12.

**Синхрон:** Іван Кузьма, начальник водолазно-рятувального загону: Таких постів дуже мало в Закарпатській області. Проте фаховість цих людей і прагнення допомагати іншим – визначальні.

**Репортер:** А ось інший катер – «Марс». На повітряній подушці. Його використовують для порятунку під час повеней. Як, до прикладу, у цій ситуації, коли групу людей відрізало від берега.

**Синхрон:** Мирослав Щербей, начальник управління ДСНС України у Закарпатській області: У нашій області паводок може бути будь-якої пори року – чи весною, чи літом, будь-якого місяця. Достатньо три-чотири дні сильних опадів – і наші населені пункти, сільгоспугіддя, як кажуть, у зоні ризику.

**Репортер:** Та найскладніше – витягнути з озера авто після аварії. Такі випадки на Закарпатті – не рідкість. Тому надзвичайники, окрім щоденної оперативної роботи, читають також лекції. Там нагадують водіям про те, що життя – найбільша цінність.

Погорільців не залишать наодинці з бідною, харківський гуртожиток передадуть у комунальну власність:

**Студія:** Гуртожиток, що постраждав у Харкові від пожежі, передадуть до комунальної власності. Крім того, міський голова обіцяв, що ті

не оплачуватимуть комунальні рахунки аж до заселення у реконструйований будинок.

**Репортер** Світлана Слободян: Мешканці будинку на вул. Тимурівців, 33 зустрілися з мером Харкова. Наразі більшість мешканців гуртожитку проживає в готелі «Турист». Тамара Бакуліна одна з них – жінка сподівається якнайшвидше повернутися до своєї оселі.

**Синхрон:** Тамара Бакуліна, мешканка будинку: Я хочу переїхати на свій етаж, в свою кімнату, тому що тратяться бюджетні гроші. А наш етаж зараз практично весь живе в «Туристе».

**Репортер:** Нині в гуртожитку прибирають сміття у кімнатах і на поверхах, щоб розпочати ремонтні роботи. Ремонт (за попередніми підрахунками підрядника) обійдеться у 150 тис. грн разом із проектно-кошторисною документацією. Проте питання з електромонтажу проводки всередині квартир вирішуватиметься окремо з взяттям до уваги побажань мешканців, – зазначив директор фірми-підрядника Станіслав Рожков.

**Репортер:** Триває слідство щодо причин пожежі. Серед інших правоохоронні органи розглядають і версію підпалу. За словами прокурора Харкова Євгена Поповича, відповідальність за пожежну безпеку несуть власники будівлі, тому щодо них буде порушено кримінальну справу.

**Синхрон:** Євген Попович, прокурор м. Харкова: Ми відкрили кримінальне провадження щодо посадовців підприємства. Є договір між «Промбуд-2» і їхнім дочірнім підприємством «Промжиткомсервіс», там зазначено, що воно несе повну відповідальність за протипожежний стан підприємства.

**Репортер:** До кінця тижня експертна група має скласти дефектні акти по кімнатах та домогтися конкретних дій від балансоутримувача.

**Синхрон:** Харківський міський голова: Це наші мешканці, і ми завляємо про серйозний намір прийняти цей гуртожиток (навіть після таких наслідків) у комунальну власність міста. Я публічно заявляю: ніхто людей наодинці з бідною не залишить.

**Репортер:** Нагадаємо, пожежа сталася вранці 6 травня у 9-поверховому гуртожитку на вул. Тимурівців. Займання почалося з ліфтової шахти й поширилося під 'їздом.

Волонтери взялися рятувати юнака з нирковою недостатністю:

**Студія:** Потрібна допомога. Львів'янину Миколі Шоту необхідні гроші на важку операцію. 19-річному юнаку відмовили обидві нирки. Із нирковою недостатністю парубок живе уже дев'ять років. Зараз львів'янина можуть прийняти у Білорусі у центрі трансплантації, але для поїздки та операцію потрібно 55 тисяч доларів США. Родина таких грошей не має. На допомогу хлопцеві відгукнулись волонтери. У четвер о 19:00 в готельно-ресторанному комплексі в Малихові проведуть благодійний бал. Усі гроші від продажу квитків, аукціону та гонорари артистів підуть на порятунок життя Миколи Шота.

**Синхрон:** Анна Новак, організатор заходу: Дуже багато людей відгукнулись. Є люди, які телефонують, приходять, вже готові допомогти. Кажуть: «Запросіть нас, ми прийдемо, візьмемо участь в аукціоні, викупимо лот».

**Синхрон:** Тамара Мартьянова, організатор заходу: Дорослий квиток коштує 400 гривень, квиток для молоді від 6 до 15 років коштує 200 гривень, для дітей до 6 років вхід безкоштовний. Там буде анімаційна програма окремо для дітей, тому що, знаєте, до таких заходів хочеться долучати і дітей, і молодь, треба їх виховувати змалечку і привчати бути милосердними. Тому, наголошую ще раз, ці всі кошти ми не беремо собі, ми не даємо їх на якісь інші потреби, це все йде юнакові. Одразу на балу ми відзвітуємо, яку кількість грошей зібрали за квитки, яку кількість люди переказали, бо є такі люди, які не можуть прийти, але хочуть долучитися, переказують кошти на рахунок фонду. Так само буде на балу благодійний аукціон з дуже цікавими лотами. Всі ці гроші ми передамо одразу мамі хлопця.

**Студія:** Нагадаю, благодійний бал допомоги відбудеться у четвер, 16 травня. Організатори закликають усіх небайдужих відгукнутись та посприяти

у зборі коштів. Детальніше про бал можна дізнатись за телефонами, які ви бачите на екрані.

За перебування дитини в дитсадочку можна сплатити через Інтернет:

**Студія:** Через Інтернет відтепер вінничани можуть сплатити і за перебування дитини в дитячому садочку. Таку послугу запровадив департамент освіти Вінницької міської ради. Щоб здійснити плату за дитсадок, не виходячи з дому, необхідно скористатись сайтом [www.rau.vn.ua](http://www.rau.vn.ua).

**Репортер Роман Гах:** За допомогою сайту [www.rau.vn.ua](http://www.rau.vn.ua) вінничани можуть сплачували за дитячий садок не виходячи з дому. Уляна Войченко вже скористалася новою послугою оплати за дитсадок через Інтернет.

**Синхрон:** Уляна Войченко, вінничанка: В мене дівчинка 4 роки, Іванна, і вона ходить в 59-й садочок. Дуже зручно, не виходячи з роботи, можна проплатити. Раніше треба було йти в банк або до терміналу, термінал інколи не працює, не видаються квитанції, треба стояти в банку в черзі. Так було не зручно, а тепер – економимо час.

**Репортер:** До інтернет-центру підключено 43 дошкільні заклади. Це – 88% зареєстрованих у системі процесів нового центру і внесені в довідник платежів.

Напередодні Дня сім'ї журналісти завітали до матері 12 дітей:

**Студія:** Щорічно 15 травня відзначають День сім'ї, запроваджений Генеральною Асамблеєю ООН ще у 1993 році. За офіційними даними, на Вінниччині проживає 500 тисяч сімей, з них 12 тисяч багатодітних родин. Із матір'ю, яка виховала 12 дітей, спілкувались наші кореспонденти.

**Репортер:** Юлія Лавківська: Ольга Бурлака виховала 12 дітей, каже, що, незважаючи на всі труднощі, навіть не уявляє свого життя інакше, секрет щастя цієї жінки – мати велику родину.

**Синхрон:** Ольга Бурлака: Не складно, якщо діти не хворіють. Якщо хворіють, тоді виникають труднощі, а так я вже звикла. Мені здається, якби



не було 1 дитини якоїсь в цій сім'ї, то не вистачає вже і хата якась, як пуста робиться.

**Репортер:** Ніна Пархоменко з дитинства мріяла про велику родину. В Крижопільському районі, вдома, організувала дитячий будинок сімейного типу. Каже жодного разу не пожалкувала про те.

**Синхрон:** Ніна Пархоменко, мати-вихователь, дитячого будинку сімейного типу: Ми сідаємо в круг і я їм розказую, що ви всі, як пташенята. Якщо когось підбили, то ми повинні рани якимось помагати гоїти. Ми вам і ви нам. Вони дуже люблять сидіти і спілкуватися на ці теми.

**Репортер:** В області нині 33 дитячих будинки сімейного типу. 136 прийомних сімей та 2500 дітей, позбавлених батьківського піклування, та сиріт. Державна ж підтримка на 1 дитину становить трохи більше прожиткового мінімуму.

**Синхрон:** Олена Стоялова, начальник управління у справах сім'ї та молоді ОДА: Розмір допомоги на дітей, над якими встановлено опіку чи піклування, які виховуються у прийомних сім'ях, дитячих будинках сімейного типу, тепер становить 1944 гривні для дітей віком до 6 років і 2420 гривень для дітей віком від 6 до 18 років.

**Репортер:** Багатодітних матерів, а також тих, чії діти відзначились на олімпіадах та обласних конкурсах, зібрали в обласному центрі, аби привітати з Днем сім'ї.

Луцький педагог здобув шану серед учнів та колег:

**Студія:** Степан Мойса шанований педагог, улюблений вчитель для дітей. Майже чотири десятиліття викладає історію в одній з луцьких шкіл.

**Репортер** Андрій Гнатюк: Учитель історії луцької школи № 3 Степан Мойса не читає звичайних підручників, але знає назву кожного параграфа, тренує пам'ять, бо може сподіватися тільки на неї, адже у книжку не підгляне. У школі його зустрічають учні і допомагають дійти до класу чи учительської, а під час занять супроводжує асистентка Тетяна Володимирівна, та й сам

*Степан Мойса чудово орієнтується в класі. Він знає усіх поіменно, одразу запам'ятовує, хто де сидить і хто відповідав на уроці.*

**Синхрон:** *Степан Мойса, вчитель історії Луцької ЗОШ № 3: Коли доводилось самому пристосовуватись, а також дітей привчати, що я незрячий, навіть таких елементарних речей, що, спілкуючись зі мною, не варто кивати головою, варто постійно відповідати, що за партою треба сидіти на своєму місці, щоб я знав, де ви сидите.*

**Репортер:** *Того ж року, коли закінчив інститут, знайшов роботу, хоча це було нелегко, мусив докласти удвічі більше зусиль, аби доказати, що не гірший за інших.*

**Синхрон:** *Степан Мойса: Я так казав: якщо я відчую, зрозумію, що я не можу працювати і діти біля мене мучаться, то я роботу залишу.*

**Репортер:** *Звичайно, керівництву школи було цікаво, як незрячий учитель зійдеться з дітьми, та й історія предмет – найважливіший, якщо прагнути виховати свідомих українців. Степан Мойса впорався з усім.*

**Синхрон:** *Віктор Савчук, директор, вчитель історії Луцької ЗОШ № 3: Коли наші діти спілкуються саме з такою людиною, вони трішки швидше дорослішають і стають гуманнішими.*

**Репортер:** *З учнями у Степана Мойси повне порозуміння – він на них не підвищує голосу і вони до нього ставляться з великою повагою.*

**Синхрон:** *Вікторія Федчук, учениця: Його незрячість не дуже помічається, тому що він справжній професіонал і гарний вчитель. Він дуже добре чує, знає, де хто сидить, і навіть, якщо десь зашарудить книжка чи зошит, він може навіть по прізвищу сказати, щоб ми не списували.*

**Синхрон:** *Євген, учень: Він дуже добрий, хороший вчитель, викладається на 100% на кожному уроці.*

**Репортер:** *Методика Степана Мойси – учні повинні думати й аналізувати, тому зуміли його вихованці перемогти навіть на Всеукраїнських*

конкурсах, цим і довів, що його вада – роботі не завада, головне – ту роботу і дітей любити.

Археологи взялися за пошуки артефактів стародавнього Львова:

**Студія:** Львів давньоруський почали розкопувати львівські археологи. Вони мають намір довести, що місто Лева існувало ще задовго до першої писемної згадки про нього у польських історичних виданнях. Розкопки тривають на площі Міцкевича. Дослідники кажуть: це чи не єдина місцина у центральній частині Львова, де можна відкопати давнішу на XIII століття історію міста.

**Репортер Наталка Струк:** Якщо вас давно цікавило, що за цим не надто привабливим парканом у центрі міста Лева, то нині брама в історію і переносно, і буквально привідчинилася. Після шестирічної перерви археологи знову взялися за ділянку у самісінькому центрі міста. Те, що розкопають на площі Міцкевича, б, обіцяють показати вже за декілька місяців. А наразі історію звільняють від куп сміття. Тому археологи спочатку – прибиральники. Хлопці зізнаються: вигортати непотріб – не надто приємний етап досліджень. Попереду ще кілька тижнів брудної роботи.

**Синхрон:** Юрій, археолог: Коли знайдемо там якусь пляшку або монету якусь, і коли вже буде якийсь хоч маленький результат, то вже буде цікавіше, і буде якось з ентузіазмом шукатися.

**Репортер:** У 2005-му тут уже вели розкопки. Тоді через судову тяганину це припинили. Остапові та його колегам вдалося відкопати залишки високого оборонного муру Львова XIV століття. Однак тепер від тодішньої роботи мало що залишилося. Сподівається – збереглося хоча б те, що тоді законсервували.

**Синхрон:** Остап Лазурко, молодший науковий співробітник НДЦ «Рятівна археологічна служба»: Тут, на ділянці, це було цікаво. Знайшли дерев'яний колодязь, він існував приблизно в тих от поруйнованих частинах фундаменту. Це був дерев'яний колодязь метр на метр ширини, і прокопано

його було десь на глибину п'яти метрів. І так само воно було законсервовано, тобто піском і все, і ми так думаємо, що ми це відчистимо.

**Репортер:** Окрім оборонного муру, вже згодом – у XVII столітті – тут була броварня та кам'яниці, а потім – будинок, який звів архітектор Шмідт. Дім простояв до 1995 року. Згодом аварійну будівлю розібрали. Тепер археологи намагаються знайти тут давньоруські артефакти і довести, що Львів був справжнім містом ще до першої згадки до нього.

**Синхрон:** Олег Осаульчук, директор НДЦ «Рятивна археологічна служба»: Було би цікаво, звичайно, отримати якесь таке вагоме підтвердження, що так, на той час, на момент приходу сюди поляків, тут вже було повноцінне давньоруське місто з щільною міською забудовою.

**Репортер:** Та археологи усвідомлюють: навряд чи все відкопане вдасться музеєфікувати.

**Синхрон:** Олег Осаульчук: Наполягати на музеєфікації якоїсь тільки однієї дерев'яної конструкції нема сенсу, а якщо буде в нас якийсь комплекс дерев'яних конструкцій, мурованих конструкцій, який би гарно вписався в підземеллях того нового проекту, також невідомо, що тут мають будувати, за одними розповідями – готель.

**Репортер:** Майже 800 метрів квадратних розкопуватимуть до кінця жовтня.

До Рівного приїхав коваль зі світовим ім'ям:

**Студія:** Тонке мистецтво дамаської сталі. Нідерландський коваль зі світовим ім'ям Хуб Сенсен навчав рівнян робити надзвичайно красиві речі із металу.

**Репортер** Іван Марчук: Уже немолодий, але ще дуже жвавий нідерландський коваль намагається показати нашим молодим, як із металу зробити надзвичайну красу. Спочатку все, звісно, виглядає дуже сире. Хуб Сенсен проводить майстер-клас із виготовлення так званого дамаску.

**Синхрон:** Хуб Сенсен, коваль з Нідерландів: Якість кожного металу відрізняється тому, що все залежить від його складу. Під час виплавки металу ми додаємо багато вуглецю, нікелю, взагалі багато різних елементів. Після цього метал має дуже високу якість, вже потім усе «протравлює» кислота, а потім видно малюнок, який створено з різних малюнків металів.

**Репортер:** Аби не бути голослівним, Хуб Сенсен показує кілька своїх робіт, щоправда на фото.

**Синхрон:** Хуб Сенсен: Це мої роботи, які я виготовив з дамаску на з'їзді ковалів у Німеччині, багато хто шокований, що можна таке зробити за допомогою вогню й металу, точніше – багатьох металів.

**Репортер:** Слухачі курсів ковальства у Польщі за технологією виготовлення дамаску спостерігають уважно.

**Синхрон:** Максим Сторожук, слухач ковальської майстерності: Цікаво й надалі, якщо буду десь працювати, буду пробувати. Те, що він показує досить легко, я думаю, насправді буде складніше.

**Репортер:** Як насправді це не просто зробити, не маючи досвіду, знає вчитель хлопців Сергій Торуля. Він сам виготовляв кілька виробів з дамаску.

**Синхрон:** Сергій Торуля, майстер центру профтехосвіти: Краще один раз побачити, ніж 10 разів почути. Звичайно, всім доведеться важко, і після першого заняття не все вийде, але надалі, я думаю, хто захоче виготовляти вироби з дамаску, то зможе це зробити.

**Репортер:** Нідерландський коваль з майстер-класами для наших хлопців приїздить уже не вперше. Жартує, що в його країні ковалі вимерли, як мамонти, тому він з усіх сил намагається передати хоч якісь знання молодим українцям, адже Україна плекає мистецтво ковальства. А кордони різних країн для нього не перешкода. На Рівненщину планує знову завітати у серпні на фестиваль ковальського мистецтва.

Новинні передачі за такою моделлю, у яких професійно поєднано змістовну тематику з комплексом мовно-виражальних і мовно-зображальних

засобів, сприятимуть створенню здорового морально-психологічного мікро- і макроклімату для порозуміння і об'єднання різних регіонів України у боротьбі з російськими агресорами, їхніми прислужниками-сепаратистами та перемозі над ними, а також спільному вирішенню соціально-економічних проблем, питань розвитку української освіти, науки, культури на національних засадах.

Перегляд українськомовних інформаційно насичених новин на регіональних телеканалах є передумовою зародження, розвитку, зміцнення і утвердження в органічній єдності регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей – головних вимірів української національної ідентичності.

### **Висновки до розділу 3**

Соціокультурний простір значною мірою визначає і формує українську національну ідентичність. З огляду на це регіональне телебачення, як і всі засоби масової комунікації, покликане сприяти утвердженню у свідомості глядачів національних пріоритетів, розвінчувати інтелектуальний антиукраїнізм в російській імперській семіотиці, антиукраїнській семантиці й аксіології. У цьому є також реальна потреба інформаційно насичених новин.

Розглянуто наукові праці дослідників новин, подано їхні трактування суспільної цінності новин, які повинні бути свіжими, раніше невідомими, близькими аудиторії, правдивими, незвичайними, персоніфікованими, захопливими, духовно і морально насиченими тощо.

На підставі аналізу новинних випусків на регіональних телеканалах Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова і Автономної Республіки Крим простежено, що на добирання телевізійних новин впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Схарактеризовано журналістський професіоналізм, який охоплює також глибинні психологічні людські риси, особливу внутрішню енергетику, яка дає змогу впливати на інших людей, підпорядкувати їх своїй

духовно-моральній владі. Окреслено статичні та динамічні аспекти сприйняття журналістами реальної дійсності.

Осміслено особливості новин, у яких є відповідь на шість, сім і вісім запитань. Як свідчать результати нашого опитування, лише 56% працівників регіональних телеканалів зрозуміли, до яких негативних наслідків призводить відсутність професійного патріотизму. Вони ж бо також надавали телевізійні майданчики людям, які працювали проти української держави, створювали умови для «балансування» державного погляду з антидержавним.

Всебічна освіченість журналістів є головною передумовою створення на регіональних телеканалах новинних випусків, які б сприяли формуванню «соборної особистості» (В. Бехтерєв), виконували роль вихователя українського патріотизму, відданості й самопожертви заради своєї української України.

У процесі формування загальноукраїнської національної ідентичності в сучасних складних умовах регіональне телебачення може відігравати досить вагомую роль, якщо телевізійні працівники відчуватимуть, глибоко розумітимуть моральну відповідальність за тематично-змістову, естетично-емоційну, інформаційно-пізнавальну насиченість підготовлених ними новин. Схарактеризовано способи оприлюднення новинних повідомлень, які виробила журналістська практика. Зіставлено особливості жорстких (важких) і м'яких (легких) новин. Визначено, що на регіональних телеканалах верстка більшості новинних випусків має ієрархічний характер. Застосовують також змістову верстку, яку ще називають подіємо-послідовною.

Окреслена, осміслена методика підготовки телевізійних новин та їх верстки на регіональних телеканалах є науковим підґрунтям створення соціокультурної моделі новинних випусків, характеристики тематично-змістових, естетично-емоційних, морально-духовних чинників позитивної насиченості новинних повідомлень, творці яких спрямовуються національно-громадянськими, загальнолюдськими і локальними цінностями на засадах українськоцентричної ідеології та політики.

За результатами наукового осмислення теорії телевізійної комунікації та аналізу новинних повідомлень регіональних телеканалів рекомендовано оптимальну модель творення і верстки новинних випусків, структурними сегментами якої є абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті цінності й розроблена нами структура соціогуманістичних потреб телеглядачів.



## ВИСНОВКИ

Систематизовано одержані результати дослідження, що були окреслені відповідно до мети і завдань.

1. Потужний вплив (позитивний і негативний) на реалізацію національної ідеї українського державотворення мають також мережі інформаційних комунікацій, структурним сегментом яких є регіональна телевізійна комунікація. У сучасних умовах глобалізації, яка є жорстка і невідворотна, лише чіткі національні орієнтири у всіх сферах життя України є головними передумовами використання позитивних чинників і зведення до мінімуму негативного впливу. Неодмінно потрібно брати до уваги ще одну яскраво виражену асимілятивну складову – багатовікове російщення українців, яке у ХХ столітті переросло не лише у відкриту інформаційну війну, а й у військову агресію проти України.

У нинішній суспільно-політичній ситуації специфічна роль щодо збереження і формування національного «Я», патріотизму, загальноукраїнської національно-громадянської ідентичності належить регіональному телебаченню. Основою будь-якого відеосюжету, усного телеповідомлення є виклад новин – інформування. Воно становить у середньому 80–85% від загального обсягу телеінформації. Нині люди споживають у п'ять разів більше інформації, ніж 20 років тому, розповсюдження новин у ЗМІ за цей період перевищує 200 разів.

Теоретичні знання зі сфери соціальних комунікацій і власний журналістський досвід дають підставу стверджувати, що сприймання телевізійних новин здійснюється не лише задля цікавості, а головно з прагматичною метою – довідатися, що важливого у житті свого краю (села, селища, міста, області), України й світу, для розуміння того, що робити, як діяти сьогодні й завтра, навіть зіставити, оцінити себе з «іншістю», про яку мовилося в новині. Отже, в сучасних суспільно-політичних умовах зростає роль журналіста

у зв'язку з потребами функціонування регіонального телебачення, як і всіх засобів масової інформації, на засадах українськоцентричної парадигми.

2. Спираючись на методологію відображення та результати опитування репортерів регіональних телеканалів (75 осіб), можемо стверджувати, що під час творення новинного повідомлення потрібно дотримуватися таких методичних вимог: вміти правильно вичленовувати суспільний факт, не ізолюючи його від соціального середовища, яке визначається єдністю загального, особливого й одиничного; не порушувати органічної достовірності факту відбором тих чи інших (суттєвих чи несуттєвих) зв'язків; не розглядати факт, про якого довідався, відірвано від інших фактів певної галузі знань, тобто розглядати факт з погляду загальних закономірностей, що визначають явище як таке; не забувати про спадковість фактів, відображених на телеекрані, яка дає змогу певним чином синтезувати наші знання про дійсність; активно відображати регіональну дійсність у контексті всеукраїнських і загальнолюдських соціогуманістичних інтересів. Щоби новина була оприлюднена через ЗМІ, зокрема регіональними телеканалами, вона повинна бути свіжою, раніше невідомою, близькою аудиторії, незвичайною, персоніфікованою, захопливою, важливою, духовно і морально наснаженою, власною (редакційною).

3. Аналіз новинних випусків регіональних телеканалів, опитування глядачів (студентів факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка) свідчать, що комунікативної ефективності новин можна досягнути за умови дотримання методичних вимог, суть яких полягає в тому, що новина має містити оригінальні, небанальні відомості, нові знання, ідеї, цінності, про які ще не знає глядач. Новина має бути доступною, містити соціогуманістичні цінні, вагомні відомості, що відповідають українським національним потребам. Русійним стимулом у зверненні аудиторії до новинних повідомлень є її морально-духовні, пізнавально-естетичні інтереси. Знання інтересів аудиторії і вміння зробити об'єктивно необхідну інформацію

суб'єктивно важливою становить суттєву умову ефективного впливу новин на реципієнтів.

Недотримання хоч би однієї із схарактеризованих вимог позбавляє новинне повідомлення потрібної національно-гуманістичної насиченості, надто обмежує спектр очікувань глядачів. Результати нашого дослідження засвідчили, що найголовніші складові спектра очікувань в нинішніх умовах пов'язані з російською інформаційною і військовою агресією. Громадян нашої країни насамперед хвилює проблема консолідації української нації, основою якої є подолання ціннісного розколу між населенням різних регіонів України. Адже тривалий час роздмухували регіональні особливості, що призвело до міжрегіонального протистояння, яке стало потужним чинником легітимності місцевих еліт в очах населення, які на свій розсуд ним маніпулювали.

4. Огляд, аналіз, осмислення новинних передач Автономної Республіки Крим, Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова науково обґрунтовує необхідність правдиво, професійно, переконливо реагувати не лише на виклики в умовах військової агресії та геббельсівсько-путінської маніпулятивної пропаганди (дезінформації), а й пропонувати кардинально нові правила гри на ринку інформаційних послуг з огляду потреб інформаційної безпеки України. Оцінюючи новинні випуски регіональних телеканалів, брали до уваги відмінності історичного розвитку (тривалий час Україна була розділена між двома імперіями, різними державами), які також зумовлюють нинішню тематично-змістову спрямованість новинних передач.

На телеканалах Автономної Республіки Крим, Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова за 2012–2013 роки 38% новин – це повідомлення про участь керівних осіб найвищого рангу у різних заходах (засіданнях, сесіях, зборах), їхні виступи, обіцянки «виправити ситуацію», критика підлеглих. Майже 20% інформації займали звіти керівників різних департаментів, відділів. На всіх телеканалах, які моніторили, широко висвітлювали спортивну тематику, інформували про трагічно-драматичні

випадки (смерть, каліцтво, грабування, вбивства, пошук злочинців, покарання, підтоплені присадибні ділянки тощо). Лише 10% ефіру займали повідомлення, що стосувалися питань промислового і сільськогосподарського виробництва, будівництва і транспорту, науки, соціальної сфери. До 7–8% ефіру охоплювали сюжети з питань культури, літератури, мистецтва. На львівських телеканалах ці питання висвітлювали ширше і повніше. Частіше транслиували сюжети, які стосувалися національно-визвольної боротьби українців проти царської і радянської Росії, нацистської Німеччини та інших загарбників. Інформаційні матеріали, пов'язані з Великою Вітчизняною (термін Друга світова війна не використовували) і громадянською війнами, їхніми героями переважали у новинних передачах Автономної Республіки Крим, Сум, Харкова. Випадковими можна вважати матеріали про взаємовідвідування людьми різних областей, а також матеріали історично-пізнавального характеру. Така ситуація також пов'язана з тим, що професійно-громадянські цінності працівників телебачення не завжди збігаються із суспільними, всеукраїнськими цінностями.

5. Регіональні телевізійні канали, конкуруючи в умовах невеликих територій та однакових подій, досить часто виконують функцію хлопчиків-помагаїв, не дотримуються стандартів творення новинної продукції з урахуванням антиукраїнської інформаційної і військової агресії. Крім кількісних стандартів (оприлюднили одну позицію, то зобов'язані оприлюднити й другу), потрібно дотримуватися якісних стандартів щодо вибору авторитетних, інтелектуально багатих представників українськоцентричного світогляду. Змістовно-тематичний аналіз новинних випусків регіональних телеканалів науково зумовлює тезу, що не кожна думка має бути розповсюджена в гуманітарно-інформаційному просторі, тим паче, коли вона аморальна, антиукраїнська. До функцій регіонального телебачення належить охорона глядачів від геноциду словом і зображенням.

Під час нашого дослідження яскравіше виявилось загрозливе явище для журналістського професіоналізму, суть якого полягає в тому, що редакції

регіонального телебачення намагаються перетворити, з одного боку, на всеохоплюючого диспетчера, який має відповідати на всі запити, а з іншого – на спеціаліста широкого профілю, що знає або мусить добре знати відповіді на всі запитання. Якщо власник телеканалу ще й має намір активно ангажуватися в політику, то диспетчерська служба телеканалу набирає дедалі більше обертів. А регіональним новинам щораз частіше не вистачає власне новин. Тим паче органічного поєднання в новинах регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей.

Концептуально значно інша тематично-змістова насиченість новинних випусків регіональних телеканалів Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум і Харкова за 2014–2015 роки. У зіставленні з новинами 2012–2013 років зменшилася кількість роз'єднуючих компонентів до 20%, нейтральних до 29%, а об'єднуючих – зросла до 51%. Стосовно окремих телеканалів ці цифри дещо інші – більший відсоток роз'єднуючих і нейтральних, а менший об'єднуючих компонентів (і навпаки).

Осмислення і переосмислення журналістами, керівниками телекомпаній функцій регіонального телебачення, яке репродукує і продукує, тобто відображає реальну дійсність і впливає на її творення, новинні випуски за останні два роки роблять більший внесок у процес формування ціннісних орієнтацій в соціогуманістичному просторі України.

6. Суспільно-політична ситуація в Україні і світі спричинилася до того, що 30–35% новинних повідомлень несуть інформацію про бойові дії в зоні АТО, путінський цинізм і підступність, реакцію української громадськості на агресію Російської Федерації, волонтерський рух в Україні і за її межами, героїзм і самопожертву громадян у війні за українську незалежність. До 15–17% зросла кількість матеріалів про взаємостосунки, взаємовпливи, взаємопізнання жителів різних регіонів, зокрема ставлення переселенців до корінних жителів і корінних жителів до переселенців (дорослих, молоді, дітей), які із значними морально-

психологічними проблемами вписуються у середовище громад, де вони вирішили проживати.

Досить повільно (лише на 4–6%) за останні два роки зросла кількість новинних матеріалів у Дніпропетровських, Сумських і Харківських телеканалах, які пов'язані зі складними історичними подіями національно-визвольної боротьби українців проти московсько-російських, польських, німецьких, румунських, угорських та інших агресорів у минулому. Ще не згасла війна стереотипів у телевізійному ефірі. У масовій свідомості багатьох східних, південних і північних українців, зокрема і деяких журналістів, не подолано негативного сприйняття сутності мазепинців, петлюрівців, бандерівців, і не всі жителі Заходу позбавилися негативізму стосовно східняків, малоросів, москалів.

У журналістів регіональних телеканалів за 2014–2015 роки зріс інтерес до культурологічної, мистецької тематики на 10%, життєдіяльності дітей, підлітків, юнацтва і молоді, сімей і родин – на 12%. Майже однакова кількість матеріалів (7–9%) було у 2012–2013 роках, яких стосується 6 «С» і 1 «Г». Значна частина новинної інформації ще не вчить розрізняти добро і зло, правду і брехню, добротність і підлість, не спонукає морально думати, формувати національно-громадянські цінності.

7. Наукове вивчення соціокультурних складових журналістики, українськоцентричної ідеології та політики, які є основою формування національно-громадянської ідентичності та зміцнення соборності України, і аналіз творчої практики телевізійних репортерів стали передумовою рекомендованої методики створення соціокультурної моделі регіональних новинних випусків, яка має охоплювати абсолютні, національні, громадянські, сімейні й особисті соціокультурні цінності.

Оприлюднений журналістом соціально важливий факт інтерпретується у підсвідомості телеглядача, а відтак, належно оцінений, на свідомому рівні реалізується у помислах, діях, вчинках та існує як самодостатня одиниця в сукупності з іншими інформаційними повідомленнями, що творять структуру

соціогуманістичних потреб. Соціогуманістичні потреби, які ми доповнили, органічно вбирають у себе регіональні, всеукраїнські і загальнолюдські цінності, що є основою українськоцентричної парадигми творення новин на регіональних телеканалах.

Узагальнивши різні трактування дослідників про новину, взявши до уваги досвід репортерів регіональних телеканалів та особисту журналістську практику, вважаємо, що *телевізійна новина – це відібрана, впорядкована і втілена в певну форму соціально важлива інформація про факти, події, явища, що спеціально розрахована на сприймання зором і слухом. За своєю суттю телевізійна новина є аудіовізуальним відображенням дійсності, в основі якого поєднані слово і зображення.* Підготовка новинного повідомлення – один з найважливіших процесів у діяльності телевізійного журналіста.

Перспективи подальшого наукового дослідження пов'язуємо із Концепцією і Доктриною інформаційної безпеки України, Державною програмою розвитку українського національного інформаційного простору, інтелектуально-естетичною якістю телевізійного продукту з морально-духовними українськими національно-громадянськими і загальнолюдськими смислами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альтерматт Урс. Етнонаціоналізм в Європе / Урс Альтерматт. – М., 2000. – 210 с.
2. Андрющенко М. Ю. Творення іміджу телебачення України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / М. Ю. Андрющенко. – К., 2005. – 17 с.
3. Антипенко І. Священик з Херсона відкрив онлайн-радіо / Іван Антипенко // День. – 2015. – 1 квіт.
4. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / М. П. Бабак. – К., 2007. – 20 с.
5. Бабенко В. В. Семіотичний інструментарій у комунікативній стратегії українського телебачення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.06 «Прикладні соціально-комунікаційні технології» / В. В. Бабенко. – К., 2008. – 15 с.
6. Баришполець О. Г. Стан медіа-культури дорослих і молоді України: результати масового опитування [Електронний ресурс] / О. Г. Баришполець, Г. В. Мироненко // Наукові студії з соціальної та політичної психології. – К., 2008. – Вип. 19. – Режим доступу : [www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua).
7. Безкоровайна Г. Війна з Росією не закінчиться ніколи / Ганна Безкоровайна // Україна молода. – 2014. – 24 черв.
8. Бекешкіна І. Росія веде брутальну інформаційну війну [Електронний ресурс] / Ірина Бекешкіна // Режим доступу : <http://video.intv.ua>
9. Бессмертний-Анзіміров А. Задушення України як російська національна ідея / Андрій Бессмертний-Анзіміров // День. – 2013. – 20–21 груд.
10. Біланчук С. М. Інформаційна інтенсифікація як домінанта сучасного телевізійного дискурсу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із



- соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / С. М. Біланчук. – Запоріжжя, 2013. – 20 с.
11. Білоус О. М. Регіональне телебачення України в контексті національно-патріотичного виховання дітей: концепція, принципи, тематика : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / О. М. Білоус. – К., 2013. – 19 с.
12. Білоус О. М. Регіональне телебачення України в контексті національно-патріотичного виховання дітей: концепція, принципи, тематика : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Оксана Михайлівна Білоус. – Львів, 2012. – 214 с.
13. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин. – [5-те вид.] / Ендрю Бойд ; пер. з англ. О. О. Колот, ред. перекл. А. В. Куликов. – К., 2007. – 429 с.
14. Бочковський О. І. Наука про націю та її життя / О. І. Бочковський. – Нью-Йорк, 1958. – 79 с.
15. Бочковський О. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / О. Бочковський, С. Сірополко. – Мюнхен, 1993. – 204 с.
16. Брайант Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон ; [пер. с англ.] – М. : Вильямс, 2004. – 432 с.
17. Бугрим В. В. Журналіст на телеекрані : [посіб. для студ.] / В. В. Бугрим. – К., 2000. – 46 с.
18. Бурдьє П. О телевидении и журналистике / П. Бурдьє. – М. : Прагматика культуры, 2002. – 160 с.
19. Вайріх Дітер. Етика і журналістика / Дітер Вайріх. – К., 2000. – 44 с.
20. Вайшенберг З. Новинна журналістика : [навч. посіб.] / З. Вайшенберг. – К. : Академія укр. преси, 2004. – 262 с.

21. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності : [монографія] / Л. Є. Василик. – Чернівці : Чернівецьк. нац. ун-т, 2010. – 416 с.
22. Васильєва Л. А. Делаем новости : [учеб. пособие]. – М. : Аспект пресс, 2003. – 117 с.
23. Васіна О. В. Огляд основних підходів до тлумачення новини як явища мас-медіа [Електронний ресурс] / О. В. Васіна. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev>
24. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
25. Виговська Н. А. Мультимедійність та конвергентність як фактори трансформації регіональних медіа : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Н. А. Виговська. – Запоріжжя, 2015. – 20 с.
26. Вітгенштайн Л. Логіко-філософський трактат [Електронний ресурс] / Л. Вітгенштайн. – Режим доступу : <http://shron.chtyvo.org.ua>
27. Владимиров В. М. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння : монографія / В. М. Владимиров. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. – 272 с.
28. Вовканич С. Ідея відродження корінної нації має бути сильнішою / Степан Вовканич // Слово Просвіти. – 2012. – 25–31 жовт.
29. Вовканич С. Соціогуманістичний імператив нового тисячоліття: права і людині, і нації / С. Вовканич // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – 2001. – Вип. 21. – С. 44–57.
30. Вовканич С. Й. Духовно-інтелектуальний потенціал України та національна ідея / С. Й. Вовканич. – Львів : Вид-во ЛБА, 2001. – 540 с.
31. Герасим'юк О. На першому плані інформаційна безпека / Ольга Герасим'юк // День. – 2014. – 11–12 лип.

32. Герасим'юк О. Чому ЗМІ не розповіли, що було у вівторок у Харкові / Ольга Герасим'юк // День. – 2007. – 26 жовт.
33. Гібернау М. Ідентичність націй / М. Гібернау. – К. : Темпора, 2012. – 304 с.
34. Гід журналіста. Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ / [адапт. та впорядкув. Алла Лазарєва]. – К., 1999. – 96 с.
35. Голованова Н. Служити суспільству правдою / Н. Голованова // Журналіст України. – 2013. – № 11. – С.15–19.
36. Головчук О. В. Регіональне телебачення України в контексті політичних трансформацій суспільства : дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.03 / Оксана Василівна Головчук. – К., 2008. – 219 с.
37. Гордійчук А. Віталій Портников: Майбутнє журналістики – це смерть новин / Андрій Гордійчук // День. – 2010. – 9–10 лип.
38. Горевалов С. І. Вступ до спеціальності кіно-, телемистецтво : [навч. посіб.] / С. І. Горевалов, Г. О. Десятник. – К. : КНУ, 2014. – 132 с.
39. Гоян В. В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 / Віта Володимирівна Гоян. – К., 1999. – 210 с.
40. Гоян В. В. Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій» / В. В. Гоян. – К., 2012. – 36 с.
41. Грабовський С. «Не «баланс», а об'єктивність / Сергій Грабовський // День. – 2015. – 4–5 верес.
42. Грабовський С. Постмодерна доба, війна і журналістика / Сергій Грабовський // День. – 2014. – 17–18 жовт.
43. Гресько О. В. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / О. В. Гресько. – К., 2004. – 18 с.

- 44.Гривінський Р. ТБ: дорога в нікуди. Українські соціологи розповіли «Дню» про створення на екранах паралельної реальності / Роман Гривінський // День. – 2015. – 27–28 берез.
- 45.Гривінський Р. Хто замовляє «шизофренію»? / Роман Гривінський // День. – 2015. – 20–21 листоп.
- 46.Гривінський Р. Регіони – поза фокусом телекамер / Роман Гривінський, Мар'яна Чорнієвич // День. – 2015. – 24–25 лип.
- 47.Гридчина В. В. Семіотичні методи дослідження візуальної інформації в науці про соціальні комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій» / В. В. Гридчина. – К., 2013. – 20 с.
- 48.Грінченко Б. Словарь української мови : [у 4 т.] / Борис Грінченко. – К. : Лексикон, 1996. – Т. 2. – 578 с.
- 49.Гузар Л. Не може бути націоналізму, який навчає когось ненавидіти / Любомир Гузар // Українське Слово. – 2011. – 31 серп.–6 верес.
- 50.Гусейнов Г. Исторический смысл политического косноязычия / Г. Гусейнов // Знамя. – 1992. – № 9. – С.190–201.
- 51.Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка : [в 4 т.] / Владимир Даль. – М. : Рус. язык, 1979. – Т. 2. – 779 с.
- 52.Дворянин П. Звукова атмосфера у радіотворчості / Парасковія Дворянин // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип. 8. – С.131–135.
- 53.Дворянин П. Новини регіонального телебачення: пошуки креативних рішень, дотримання журналістських стандартів та морально-духовних цінностей / Парасковія Дворянин // Медіапростір : зб. наук. ст. із соц. комунікацій / [ред. кол. : Н. Поплавська та ін.]. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. – С. 49–53.
- 54.Дворянин П. Я. Верстка випуску телевізійних новин: побудова з урахуванням потреб глядача / П. Я. Дворянин // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 131–135.

- 55.Дворянин П. Я. Нейтралізація агресії у телевізійних випусках регіональних новин / П. Я. Дворянин // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – 2014. – Вип. 39. – С. 475–481.
- 56.Дейк Т. А ван. Язык. Понимание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогрес, 1989. – 312 с.
- 57.Демченко С. В. Масова комунікація як чинник формування громадянського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне) : монографія / С. В. Демченко. – Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький, 2009. – 368 с.
- 58.Дзюба І. Злам тисячоліть: фантом чи реальність? / Іван Дзюба // Універсум. – 2001. – №1–2. – С. 3–8.
- 59.Дзюба І. Потрібен міжнародний журналістський осуд / Іван Дзюба // День. – 2014. – 15 лип.
- 60.Дзюба Т. А. Спрага народу і спрага Вітчизни. Публіцистика другої половини ХІХ – першої третини ХХ ст.: модель національної ідентичності : [монографія] / Т. А. Дзюба. – Чернігів : Видавець Лозовий В.М., 2012. – 368 с.
- 61.Длябога І. Трилогія про пресу України після відновлення незалежності / І. Длябога // Засоби масової інформації й утвердження державного суверенітету України : зб. матеріалів наук.-практ. конф. – Львів : Вид-во «Світ», 1993. – С. 23–32.
- 62.Дмитровський З. Деякі проблеми політичного інформування в українському телепросторі / З. Дмитровський // Зб. праць каф. укр. преси. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2000. – Вип. 3. – С. 82–87.
- 63.Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : [навч. посіб.]. – [2-ге вид.] / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2006. – 208 с.
- 64.Дубас О. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті / О. Дубас. – К. : Генеза, 2004. – 208 с.
- 65.Дэннис Э. Беседы о мас-медиа / Э. Дэннис, Дж. Мэррилл ; [пер. с англ.]. – М. : Варгиус, 1997. – 384 с.

66. Дяченко І. М. Типологічна парадигма гендерно маркованих журналів в Україні ХХ – початку ХХІ ст. : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 / Ірина Миколаївна Дяченко. – Запоріжжя, 2012. – 190 с.
67. Єременко С. ТБ-зомбування, або Чи видно перемогу Майдану з телевізійної сітки мовлення? / Світлана Єременко // День. – 2014. – 8–9 трав.
68. Желіховська Н. С. Сучасна українська публіцистика: теорія і практика : [навч. посіб. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація»] / Н. С. Желіховська, В. В. Різун. – К. : РИДЖИ, 2015. – 128 с.
69. Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : [монографія] / М. Г. Житарюк. – Львів, 2008. – 416 с.
70. Журналістика : словник-довідник / [авт.-уклад. І. Л. Михайлин]. – К. : Академвидав, 2013. – 320 с.
71. Загороднюк В. Є. Становлення соціально-комунікаційної технології «ед'ютейнмент» та перспективи її впровадження на українському телебаченні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.06 «Прикладні соціально-комунікаційні технології» / В. Є. Загороднюк. – К., 2015. – 17 с.
72. Зайцев А. А. Мониторинг сцен насилія в програмах ведущих телеканалов України [Электронный ресурс] / А. А. Зайцев, Ю. В. Онышко, Р. И. Исаков // Архів психіатрії. – 2002. – № 2 (29). – С. 31–36. – Режим доступа : [www.politik.org.ua](http://www.politik.org.ua)
73. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» // Інформаційне законодавство України (станом на 1 вересня 2008 року) / [за ред. Т. Шевченка, Т. Олексіюк ; упоряд. Т. Бондаренко]. – К., 2008. – 356 с.
74. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : [підручник]. – [2-ге вид., перероб і допов.] / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
75. Здоровега В. Українська періодика у сучасному національно-інформаційному просторі / В. Здоровега // Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 1995. – С.11–18.

76. Зеленська Л. В. Регіональне телебачення: сучасні жанри та їхні різновиди / Л. В. Зеленська // Регіональні ЗМІ: історія, сучасний стан та перспективи розвитку : матеріали II Міжнар. наук. конф. : [у 3 т.] / [відп. ред. В. М. Галич]. – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ ім. Т. Шевченка», 2012. – Т.1. – С.157–164.
77. Іванов В. Ф. Журналістська етика : [підручник] / [передм. В. П. Мостового]. – [2-ге вид., випр.] / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк. – К. : Вища шк., 2007. – 231 с.
78. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : [навч. посіб.] / В. Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2010. – 258 с.
79. Івшина Л. Євген Головаха: «Все зміниться, коли навчимося бачити альтернативу» / Лариса Івшина, Наталія Ромашова, Олена Яхно // День. – 2009. – 4 листоп.
80. Івшина Л. Чи змінить революція «сітку мовлення»? / Лариса Івшина // День. – 2014. – 6–7 черв.
81. Ікеда Дайсаку. Наша цивілізація зуміє створити загальносвітову культуру... / Дайсаку Ікеда // Літературна Україна. – 2001. – 16 серп.
82. Кавалеров А. А. Цінність у соціокультурній трансформації / А. А. Кавалеров. – Одеса : Астропринт, 2001. – 224 с.
83. Кара-Мурза С. Г. Манипуляція сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Ориани, 2000. – 448 с.
84. Карпенко В. Антиукраїнські тенденції в Українській державі / В. Карпенко. – К., 2001. – 112 с.
85. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество, культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШИ, 2000. – 608 с.
86. Килимник Ю. Гуманітарні потреби людини – чинник не другорядний / Юрій Килимник // День. – 2011. – 22–23 лип. ; 5–6 серп.
87. Кияшко Ю. П. Комунікаційні аспекти організації відеоряду в сучасному інформаційному телемовленні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія Журналістики» / Ю. П. Кияшко. – Запоріжжя, 2012. – 20 с.

- 88.Княжицький М. Треба надихати людей на хороші речі, не приховувати правди / Микола Княжицький // День. – 2014. – 27–28 черв.
- 89.Комова М. В. Жанрові особливості використання фактологічного принципу подання інформації в ЗМК / М. В. Комова // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т.1. – К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. – С.141–143.
- 90.Комова М. В. Принципи співвідношення фактів та інтерпретацій в засобах масової інформації : [монографія] / М. В. Комова. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 250 с.
- 91.Кондрико А. А. Інформаційна система соціокодів у сучасному наративному медіадискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій» / А. А. Кондрико. – Дніпропетровськ, 2014. – 20 с.
- 92.Копиленко О. Л. Влада інформації / О. Л. Копиленко. – К. : Вид-во «Україна», 1991. – 108 с.
- 93.Кость С. А. Західноукраїнська преса першої половини ХХ ст. у всеукраїнському контексті (засади діяльності, періодизація, структура, особливості функціонування) : [монографія] / С. А. Кость. – Львів : Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2006. – 514 с.
- 94.Кошак К. О. Українські телепрограми для дітей та юнацтва: концептуальні засади : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / К. О. Кошак. – К., 2007. – 20 с.
- 95.Кримський С. Під сигнатурою Софії / С. Кримський. – К. : Вид. дім. «Києво-Могилянська академія», 2008. – 367 с.
- 96.Крупський І. Безпекові імперативи інформаційного простору України / І. Крупський // Телевізійна й радіожурналістика. – 2007. – Вип 7. – С.189–192.
- 97.Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : [монографія] / Т. В. Кузнєцова. – Суми : Університетська книга, 2010. – 304 с.



98. Кулаков А. Надання ефіру злочинцям – безвідповідально і злочинно / Андрій Кулаков // День. – 2014. – 18–19 квіт.
99. Куляс І. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника : [практ. посіб. для журналіста] / І. Куляс, О. Макаренко. – К. : Вид-во ХББ, 2006. – 120 с.
100. Куренной С. Медіа: засоби у пошуках цілей [Електронний ресурс] / В. Куренной // Ї. – 2004. – № 32. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua>
101. Лизанчук В. 480-й агресивний антиукраїнський акт / Василь Лизанчук // Дзвін. – 2013. – №1. – С. 96–101.
102. Лизанчук В. Антиукраїнська інформаційна агресія в телерадіопросторі Росії та України / Василь Лизанчук // Дзвін. – 2014. – № 7. – С. 97–104.
103. Лизанчук В. Журналістська майстерність : [підручник] / Василь Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.
104. Лизанчук В. Не лукавити словом / Василь Лизанчук. – Львів, 2003. – 560 с.
105. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : [підручник] / Василь Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
106. Лизанчук В. Російська агресія і стандарти журналістської професії / Василь Лизанчук // Львівська газета. – 2015. – 28 квіт.
107. Лизанчук В. Шевченкове Слово / Василь Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 184 с.
108. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : [підручник] / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
109. Лильо Т. Йосип Лось: «Університет не може бути товариством із обмеженою відповідальністю» / Тарас Лильо // День. – 2004. – 4 черв.
110. Липпман Уолтер. Общественное мнение / Уолтер Липпман ; [пер. с англ. Т. В. Барчуново]. – М. : Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
111. Лісовий В. С. Культура – ідеологія – політика / В. С. Лісовий. – К. : Вид-во імені Олени Теліги, 1997. – 352 с.

112. Лопушинський Є. Осмислений продукт завжди знайде свого споживача / Євген Лопушинський // День. – 2015. – 5–6 черв.
113. Лосєв І. Інформаційна війна: без перемир'я / Ігор Лосєв // День. – 2014. – 30–31 трав.
114. Лосєв І. Ще раз про культурний фронт / Ігор Лосєв // День. – 2015. – 12–13 черв.
115. Лубчак В. Усі на фронті... інформаційному / Вадим Лубчак // День. – 2014. – 14–15 берез.
116. Лубчак В. Розвернути телекамери в народ / Вадим Лубчак // День. – 2014. – 13–14 черв.
117. Лубчак В. Тривожна соціологія. 21% українців дізнаються новини про ситуацію в нашій державі з російських телеканалів / Вадим Лубчак // День. – 2014. – 31 жовт.–1 листоп.
118. Луман Н. Невероятность коммуникации / Н. Луман ; [пер. с нем. А. М. Ложеницина] ; под ред. Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. – СПб. : Изд-во СПбГУ. – 2000. – Вып. 3. – 212 с.
119. Луман Н. Реальність мас-медіа [за ред. В. Іванова та М. Мінакова] / Н. Луман. – К. : ЦВП, 2010. – 158 с.
120. Магрицька І. Хто і навіщо консервує радянську ментальність на Луганщині / Ірина Магрицька // Українське Слово. – 2012. – 31 жовт.–6 листоп.
121. Малімон Н. Нам потрібно навчитися користуватися власною історією / Наталія Малімон // День. – 2013. – 1–2 лют.
122. Мальковская И. А. Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы. – [3-е изд.] / И. А. Мальковская. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 240 с.
123. Масенко Л. Що мав прославляти Стус? / Лариса Масенко // День. – 2013. – 1–2 лют.
124. Мацука А. Единый язык донецкой журналистики / А. Мацука // Журналіст України. – 2011. – № 3. – С.11–12.

125. Мацько Л. Гідність громадянина. Державотворчі функції української мови / Любов Мацько // Слово Просвіти. – 2015. – 10–16 груд.
126. Мелешенко О. К. Актуальні питання журналістики : зб. наук. ст. і виступів офіц. опонента на захистах доктор. і канд. дис. / О. К. Мелешенко. – К. : Паливода А. В., 2012. – 112 с.
127. Миронченко В. Я. Основи інформаційного радіомовлення : [підручник] / В. Я. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
128. Михайлин І. Л. Глобальний світ крізь призму постіндустріального (інформаційного) суспільства в концепції Даніела Белла / І. Л. Михайлин // Вісн. Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. Соціальні комунікації. – 2008. – № 874. – С. 5–9.
129. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. – Х. : Прапор, 2008. – 512 с.
130. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. – [5-те вид. перероб. та доп.] / І. Л. Михайлин. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 496 с.
131. Мовчан П. Мова – найперша проблема національної безпеки / Павло Мовчан // Слово Просвіти. – 2015. – 10–16 груд.
132. Монастирський В. Націоналізм: чим він є – злом чи добром? / Володимир Монастирський // День. – 2011. – 15–16 квіт.
133. Москаленко А. З. Вступ до журналістики: підручник / А. З. Москаленко. – К. : Школяр, 1997. – 300 с.
134. Набруско В. І. Як подолати кризу в інформаційній сфері / В. І. Набруско // Слово Просвіти. – 2015. – 26 листоп.–2 груд.
135. Нагорняк М. В. Проблеми формування інформаційного простору України / М. В. Нагорняк // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Сер. Журналістики. – 1997. – Вип. 5. – С. 54–59.
136. Назаренко Г. І. Журналістські жанри: інформаційні : [курс лекцій] / Г. І. Назаренко. – К. : КиМУ, 2006. – 169 с.

137. Невтішний М. Воздвигне Україна свого Мойсея... / Микола Невтішний // Голос України. – 1998. – 27 серп.
138. Недопитанський М. Технологія теленовин / М. Недопитанський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua>
139. Недопитанський М. І. Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії : [практ. посіб.] / М. І. Недопитанський. – К. : ДП «Газетно-журнальне видавництво Міністерства культури і туризму України», 2009. – 144 с.
140. Неживий О. Правдива історія козацтва на Луганщині / Олексій Неживий // День. – 2010. – 18–24 лют.
141. Овчаренко К. Життєвий цикл новин / К. Овчаренко // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 227–231.
142. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – [9-е изд., испр. и доп.] / С. И. Ожегов ; под. ред. проф. Н. Ю. Шведовой. – М. : Советская энциклопедия, 1972. – 846 с.
143. Орлова Т. Пострадянський простір: зіткнення цивілізацій / Тетяна Орлова // День. – 2015. – 12 серп.
144. Палій О. Бомба під державу / Олександр Палій // День. – 2012. – 7 черв.
145. Пальчиков Д. Висока «точка збирання» / Дмитро Пальчиков // День. – 2015. – 12–13 черв.
146. Панченко В. «Дядьки отечества чужого...». Тарас Шевченко – про українську квазіеліту та «козака безверхого» / Володимир Панченко // День. – 2013. – 11–12 січ.
147. Пахльовська О. Тарас Шевченко – письменник ХХІ століття / Оксана Пахльовська // День. – 2013. – 24–25 трав.
148. Пенчук І. Л. Регіональне телебачення і радіомовлення в контексті формування національної свідомості молоді : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / І. Л. Пенчук. – К., 2003. – 18 с.

149. Пенчук І. Л. Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / І. Л. Пенчук. – Запоріжжя, 2012. – 40 с.
150. Повякель Н. Теория поля (К. Левин) [Электронный ресурс] / Н. Повякель. – Режим доступа : <http://www.psulib.ukrweb.net>
151. Поліщук Н. Суспільне ТБ доцільніше розвивати на базі обласних ТРК / Ніна Поліщук // День. – 2012. – 14–15 верес.
152. Пономаренко Л. Г. Морально-етичний дискурс сучасних друкованих та електронних ЗМІ : [монографія] / Л. Г. Пономаренко. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 328 с.
153. Попелюшко О. Роман Недзельський: «Новини є брендом телеканалу ТВІ» / Олена Попелюшко. – День. – 2013. – 7–8 берез.
154. Потебня О. Мова. Національність. Денаціоналізація: Статті і фрагменти / Олександр Потебня ; [упоряд. і вступ. ст. Юрія Шевельова]. – Нью-Йорк, 1992. – 157 с.
155. Потятиник Б. Патогенний текст / Б. Потятиник, М. Лозинський. – Львів : Вид-во Отців Василіян «Місіонер», 1996, – 295 с.
156. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 314 с.
157. Потятиник Б. В. Чи є інформаційний простір України національним / Б. В. Потятиник // Генеза-експерт. – 1996. – № 2. – С. 21–24.
158. Почепцов Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций : [учеб. пособие для студ. и асп.] / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпресс, 2008. – 403 с.
159. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Г. Почепцов. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 497 с.
160. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К. : Наук. думка, 1996. – 239 с.

161. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика : [навч. посіб. для студ. ВНЗ, асп., викл.]. – [2-ге вид.] / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – К., 2008. – 663 с.
162. Праск С. Як творився штамп – «Так склалося історично» / Святослав Праск // День. – 2011. – 14–15 жовт.
163. Прокопенко М. Символ хоробрості / Марія Прокопенко // День. – 2014. – 25 листоп.
164. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики : [учеб. пособие] / Е. П. Прохоров. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1995. – 294 с.
165. Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол ; [пер. з англ. М. Марченко]. – К., 2007. – 150 с.
166. Різун В. В. Проблеми й перспективи розвитку журналістської освіти в Україні на початку ХХІ століття / В. В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. – 2004. – Т.16. – С. 6–13.
167. Різун В. В. Теорія масової комунікації : [підруч. для студ. галузі знань 0303– «Журналістика та інформація»] / В. В. Різун. – К. : «Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
168. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві. – [2-ге вид. перероб. і доп.] / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К. : Преса України, 2008. – 144 с.
169. Рогова Т. А. Іміджеві характеристики ведучих інформаційно-розважальних телепрограм України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Т. А. Рогова. – К., 2015. – 16 с.
170. Рогозина И. В. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и её содержания [Электронный ресурс] / И. В. Рогозина, А. Я. Красильникова, С. А. Воронина и др. ; под науч. ред. А. А. Стриженко. – Режим доступа : [http:// evartist.narod.ru](http://evartist.narod.ru).

171. Ройманн Курт. Новина / Курт Ройманн // Публіцистика. Масова комунікація. Медіа-енциклопедія / [за заг. ред. В. Ф. Іванова]. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – С. 239–249.
172. Розпутенко І. Третьосортність аборигенів і їхня «воля до влади» / Іван Розпутенко // Літературна Україна. – 2015. – 3 груд.
173. Роттер Г. Свобода слова та цивілізація: діалог між культурами / Г. Роттер // Deutschland – Німеччина. – Франкфурт-на-Майні : Соціетес-ферляг, 2000. – №1. – С. 49–56.
174. Рябченко В. На часі – світоглядна революція / Володимир Рябченко // День. – 2014. – 24 груд.
175. Сагалаева Ю. Возвращение в Кучугуры / Ю. Сагалаева. – М. : Хронос, 2000. – 231 с.
176. Самокиш І. Сьогодні роль журналістики – у тому, щоб надавати новинам сенсу / Ігор Самокиш // День. – 2011. – 9–10 груд.
177. Самокиш І. Україна приречена на політичні перемогу та відродження / Ігор Самокиш, Микола Сірук // День. – 2015. – 23 черв.
178. Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы / В. Саппак ; предисл. Л. П. Кравченко ; послесл. Н. М. Зоркой. – [3-е изд.]. – М. : Искусство, 1988. – 167 с.
179. Сащук Г. М. Безпекові імперативи телевізійного простору України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Г. М. Сащук. – К., 2005. – 16 с.
180. Свентах А. «Симптоми» глобального цинізму / Анна Свентах // День. – 2015. – 5–6 черв.
181. Семенченко М. Про low-cost журналістику. Професійні медійники вважають, що популярність блогосфери нічим не загрожує існуванню традиційних ЗМІ / Марія Семенченко // День. – 2011. – 9–10 груд.
182. Серажим К. Інформаційні характеристики журналістського тексту / К. Серажим // Світові стандарти сучасної журналістики : зб. наук. праць /

- відп. ред. Т. Г. Бондаренко, С. М. Квіт. – Черкаси : Видав. Чабаненко Ю., 2010. – С. 477–482.
183. Сербенська О. А. Основи телетворчості : практикум / О. А. Сербенська, В. В. Бабенко. – Львів : ПАІС, 2007. – 112 с.
184. Ситнік В. Усі ми – мазепинці, петлюрівці, бандерівці... / Віктор Ситнік // День. – 2007. – 31 лип.
185. Скорик А. Я. Музичні програми регіонального телебачення в інформаційному просторі сучасності (на прикладі програм Львівського телебачення) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мист. наук : спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури (мистецтвознавство)» / А. Я. Скорик. – Львів, 2009. – 16 с.
186. Скорупська Г. В. Питання добору новин у поглядах вітчизняних і зарубіжних науковців / Г. В. Скорупська // Інформаційне суспільство. – 2011. – Вип. 13. – С.15–20.
187. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / [за заг. ред. Ю. М. Бідзілі]. – Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
188. Словник української мови : [в 11 т.]. – К. : Наук. думка, 1974. – Т. 5. – 840 с.
189. Сміт Д. Ентоні. Культурні основи націй. Ієрархія, заповіт і республіка / Ентоні Д. Сміт. – К. : Темпора, 2009. – 312 с.
190. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : [учеб. пособие] / А. В. Соколов. – СПб. : Изд. Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
191. Соломін Є. Особливості верстки телевізійних новин на регіональному телебаченні / Євген Соломін // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – 2011. – Вип. 34. – С. 61–70.
192. Соломін Є. О. Луганське інформаційне телемовлення: регіональна парадигма : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 / Євген Олександрович Соломін. – Луганськ, 2014. – 222 с.



193. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.
194. Сухомлин О. Ю. Толерантність як орієнтир професійної діяльності журналіста в українській пресі мультикультурного суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / О. Ю. Сухомлин. – К., 2009. – 17 с.
195. Сюдюков І. Плата за вибір / Ігор Сюдюков // День. – 2015. – 25 листоп.
196. Таггл К. Новости в телерадиоэфире. Подготовка, продюсирование и презентация новостей в СМИ / К. Таггл, Ф. Карр, С. Хаффман ; пер. с. англ. – М. : ГИТР, 2006. – 327 с.
197. Теленков Д. В. Особливості телевізійної верстки новин / Д. В. Теленков [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journlib.Univ.kiev.ua>
198. Темех Н. Д. Українське телебачення і проблеми формування духовності молоді : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Н. Д. Темех. – Львів, 2005. – 20 с.
199. Темех Н. Д. Українське телебачення і формування духовності молоді: теорія, практика : [навч. посіб.] / Н. Д. Темех. – Львів : Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – 150 с.
200. Теоретичні засади соціологічної рефлексії адаптаційних процесів у засобах масової комунікації : [монографія] / В. М. Огаренко, Ю. В. Романенко, О. Л. Скідін, А. А. Согорін. – Енергодар ; Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2010. – 226 с.
201. Титаренко М. Олена Вартанова: «Головна заповідь журналіста – люби свого читача» / Марія Титаренко // Дзеркало тижня. – 2007. – 15 верес.
202. Толковый словарь русского языка : [в 4 т.] / под. ред. проф. Д. Н. Ушакова. – М. : Госиздат иностр. и нац. словарей, 1938. – Т. 2. – 1039 с.
203. Томак М. «Новини для барбоса» / Маша Томак // День. – 2008. – 12 верес.

204. Томак М. В українському інформаційному просторі є місце катастрофам, але немає місця Людині / Марія Томак // День. – 2011. – 29–30 квіт.
205. Торба В. Наша зброя – правда. Ми не виграємо інформаційну війну без особистості, яка відповідатиме за власні слова / Валентин Торба // День. – 2014. – 14–15 листоп.
206. Українська журналістика в контексті світової : зб. наук. праць. – К., 2001. – Вип. 5. – С. 90–96.
207. Усенко Ю. В. Становлення та розвиток українського телебачення як засобу масової комунікації : дис. ... канд. іст. наук : спец. 17.00.01 / Юлія В'ячеславівна Усенко. – К., 2006. – 170 с.
208. Федорів Т. В. Випуски теленовін: головні інструменти верстки / Т. В. Федорів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua>
209. Федорів Т. В. Телевізійні новини в політичній комунікації України: жанрова типологія, технологія виробництва, взаємодія з аудиторією : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Т. В. Федорів. – К., 2004. – 19 с.
210. Ференц В. Міграція і українське громадянське суспільство / Володимир Ференц // Слово Просвіти. – 2015. – 17–23 груд.
211. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Э. Фихтелиус ; пер. В. Менжун. – М. : Медиа Мир, 2008. – 200 с.
212. Франко І. Одвертий лист до Галицької української молодіжі // Зібр. тв. : [у 50 т.] / Іван Франко. – К. : Наук. думка, 1986. – Т. 45. – С. 401–409.
213. Франко І. Поза межами можливого // Зібр. тв. : [у 50 т.] / Іван Франко. – К. : Наук. думка, 1986. – Т. 45. – С. 276–285.
214. Фурманкевич Н. М. Рекламний дискурс в електронних мас-медіа України: соціолінгвістичні особливості, форми творення в інтернеті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.06

- «Прикладні соціально-комунікаційні технології» / Н. М. Фурманкевич. – К., 2009. – 16 с.
215. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. – 448 с.
216. Харченко О. На наших очах твориться історія... / Ольга Харченко // День. – 2015. – 27–28 лют.
217. Холод О. М. Комунікаційні технології : [підручник] / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2012. – 263 с.
218. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : [підручник-практикум] / О. В. Чекмишев. – К. : ВПЦ «Київський ун-т», 2004. – 129 с.
219. Черевко А. Бек-вокал для Путіна / Анна Черевко, Вадим Лубчак // День. – 2014. – 20 берез.
220. Черемных В. Моим друзьям на Востоке / В. Черемных // Журналіст України. – 2014. – № 4. – С. 3, 11.
221. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : [підручник] / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. – К. : Грамота, 2010. – 586 с.
222. Чічановський А. А. Новина в журналістиці: проблеми практичної політики / А. А. Чічановський. – К. : Грамота, 2003. – 48 с.
223. Шальман Т. М. Жанрові діалогічні форми сучасного українського телебачення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Тетяна Михайлівна Шальман. – К., 2007. – 19 с.
224. Шаповал Ю. Г. Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність : [монографія] / Ю. Г. Шаповал. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – 233 с.
225. Шевчук Ю. Мовна шизофренія: російськомовними українцями легко маніпулюють / Юрій Шевчук // Українське Слово. – 2015. – 24–30 черв.

226. Шкляр В. І. Теорія і методика журналістської творчості : [конспект лекцій] / В. І. Шкляр. – К. : Видання МІЛП, 1999. – 31 с.
227. Шнурко-Табакова Е. Про «інформаційну гігієну» / Елліна Шнурко-Табакова // День. – 2014. – 13–14 черв.
228. Шоріна А. Ю. Авторське телебачення: жанрові форми та різновиди : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / А. Ю. Шоріна. – К., 2008. – 17 с.
229. Шостак М. И. Журналист и его произведение / М. И. Шостак. – М. : Гендальф, 1998. – 285 с.
230. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Герд Штромайер ; [пер. з нім. А. Орган]. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.
231. Шульц В. Новина / Вінфрід Шульц // Публіцистика. Масова комунікація. Медіа-енциклопедія / [за заг. ред. В. Ф. Іванова]. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2007. – С. 502–537.
232. Щоткіна К. Ефірна сутність / Катерина Щоткіна // Дзеркало тижня. – 2014. – 21–28 берез.
233. Юнг К. Г. Проблемы души нашего времени / К. Г. Юнг ; [пер. с нем.]. – М. : Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1993. – 336 с.
234. Ющук І. Чи варто зрікатися рідного слова? / Іван Ющук // Слово Просвіти. – 2013. – 16–22 трав.
235. Яковенко І. Мутація... / Ігор Яковенко // День. – 2014. – 18–19 лип.
236. Яковенко І. Танці на кістках / Ігор Яковенко // День. – 2014. – 20–21 черв.
237. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : [посібник]. – [2-ге вид., доповн. і переробл.] / А. В. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 262 с.
238. Яковленко К. Нерегіональні амбіції регіонального каналу / Катерина Яковленко // День. – 2013. – 5–6 квіт.
239. Dictionary of Communication And Media Studies. Ed. By J. Watson and A. Hill / – London ; New York ; Sydney ; Auckland, 1997.

240. Galtung, Johan/Mari Holmboe Ruge: The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian Newspapers // Journal of Peace Research. – 1965. – N 2. – S. 64–91.
241. Gatekeeping regulate the flow of information [Electronic resource]. – Access mode : [ture%20and%20Socite/gatekeeping.doc/](#).
242. Hong S. Gatekeeping of News Releases: the Gap Between the Selection and Prominence of Coverage of News Releases [Electronic resource] / Soo Hong // ICA Annual Conference, May 23, 2008 : [aresearch paper]. – Access mode : <http://www.allacademic.com>.
243. <http://osvita.telekritika.ua/material/1721>
244. Lewin K. Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research / Kurt Lewin // Human Relation. – 1947. – Vol.1. – P.143–153.
245. Lewin K. Frontiers in group dynamics / Kurt Lewin // Human Relations. – 1947. – Vol. 1 (1).
246. McCombs M. The agenda-setting function of mass-media / M. McCombs, D. Shaw // Public Opinion Quarterly. – 1972. – N 36. – P. 176–189.
247. Östgaard.binar: Fastors influencing the Flow of News // Journal of Peace Research. – 1965. – N 2. – S. 39–63.
248. Rogers E. Agenda-setting re search: Where has it been, where is it going? / E. Rogers, J. Dearing // Communication Tearbook. – 1988. – Vol. 11. – P. 555–594.
249. Rosengren K. E. Four Types of Tables / Karl Erik Rosengren // Journal of Communication. – 1977. – Wie ter. – P. 67–75.
250. Shoemaker P. J. Individual and routine forces in gatekeeping / P. J. Shoemaker, M. Eichholz, E. Kim, B. Wrigley // Journalism and Mass Communication Quarterly. – 2001. – N 78(2). – P. 233–246.
251. Shoemaker P. J. News around the world: Content, practitioners and public / Pamela J. Shoemaker, Akiba A. Cohen. – N. Y. : Routledge, 2006. – 412 p.

252. Tesler K. Media, Culture and Morality / K. Tesler. – L. : Routledge, 1994. – 138 p.
253. Turk J. V. Information subsidies / J. V. Turk // Public Relations Review. – 1985. – N 11(3). – P. 1–14.
254. Weezel A. Financial and Strategic Position of Nordic Media Companies/ Media Management and Transformation Centre [Electronic resource] / A. Weezel // JIBS Research Reports. – 2006. – N 3. – Access mode : <http://center.hj.se/download>
255. White David Manning. The ‘Gatekeeper’: A Case Study In the Selection of News // Lewis A. Dexter / David M. White (Hrsg.): People, Society and Mass Communications. – L., 1964. – S. 160–172.