Телевізійна та радіокомунікація

історія
теорія
новітні практики

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

Львівська школа журналістики

Телевізійна та радіокомунікація:

історія, теорія, новітні практики

Підручник

За редакцією доктора філологічних наук, професора *В. В. Лизанчука*

Львів
ЛНУ імені Івана Франка
2021

УДК 070+654.19(09)(075.8)
Т 31

Автори:
В. В. Лизанчук, І. В. Крупський, О. М. Білоус,
П. Я. Дворянин, Н. Є. Лебеденко, Р. О. Білоус

Рецензенти:
д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Ю. М. Бідзіля*
(Ужгородський національний університет);
д-р філол. наук, проф. *О. Я. Гоян*
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка);
д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *І. Л. Пенчук*
(Класичний приватний університет, м. Запоріжжя)

Рекомендовано до друку Вченою радою
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 2/12 від 29 грудня 2020 року)

Т 31 **Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики** : підручник / В. В. Лизанчук, І. В. Крупський, О. М. Білоус та ін. ; за ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Лизанчука. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2021. – 420 с.

ISBN 978-617-10-0621-8.

Системно розкрито особливості телевізійної та радіокомунікації, методику створення телевізійних і радіоматеріалів у нинішніх умовах інтенсивного розвитку інформаційних технологій. Відкрито науково-педагогічне вікно в найскладніші політико-ідеологічні, соціально-економічні, морально-духовні процеси журналістської творчості, які пов'язані з гібридною війною, застосуванням витончених методів і способів інформаційно-психологічного втручання російських ЗМІ не лише в життєве середовище України, а й інших країн світу. Аргументовано, що боротьба з маніпулятивним, антиукраїнським, аморальним наративом має ґрунтуватися на правді, гуманістичних засадах українськоцентричної парадигми, яка в галузі комунікавістики означає сукупність концептуально-методологічних підходів, національно-громадянських, морально-духовних цінностей, аксіологічних настанов, журналістської гідності. Всебічно схарактеризовано основоположні, взаємозв'язані принципи і функції медіа, діяльність яких потрібно спрямовувати на консолідацію суспільства, утвердження української національної ідентичності, інтеграцію України в європейський цивілізований світ. Досліджено, що свобода слова і відповідальність журналістів, стандарти журналістської творчості мають охоплювати українські людино-націоцентричні вартості.

Для студентів, викладачів факультетів, відділень журналістики і масової комунікації, журналістів-практиків і тих, хто цікавиться найновішими особливостями електронної комунікавістики.

УДК 070+654.19(09)(075.8)

© Лизанчук В. В., Крупський І. В., Білоус О. М. та ін., 2021
© Львівський національний університет
імені Івана Франка, 2021

ISBN 978-617-10-0621-8

360-річчю

Львівського національного університету

імені Івана Франка —

присвячуємо

Зміст

Передмова 5

Розділ I. **Сторінками історії радіомовлення і телебачення** 9

Розділ II. **Телебачення і радіомовлення в інформаційно-гуманітарному просторі України** 43

Розділ III. **Принципи і функції радіомовлення і телебачення** 83
3.1. Функція інформування 98
3.2. Пропагандистсько-просвітницька функція 103
3.3. Агітаційно-організаторська функція 107
3.4. Педагогічно-виховна функція 113
3.5. Функція вираження і формування індивідуальної та громадської думки 122
3.6. Естетична функція 130
3.7. Розважальна функція 143
3.8. Функція інтеграції 155

Розділ IV. **Основні методичні засади функціонування інформаційних радіо- і телевізійних жанрів** 171

Розділ V. **Як аналізуємо, тлумачимо, роз'яснюємо факти, події, явища** 195

Розділ VI. **Особливості створення художньо-публіцистичних передач радіомовлення і телебачення** 243

Розділ VII. **Ток-шоу на телевізійних каналах України** 303

Розділ VIII. **Конвергенція в засобах масової інформації України** 331

Розділ IX. **Новинний контент: можливості та виклики часу** 351

Розділ X. **Українське слово в теле- і радіокомунікації** 381

Післямова 401

Предметний покажчик 408

Передмова

Сучасній молодій людині, мабуть, дуже важко, або зовсім неможливо собі уявити, що світ колись існував без преси, радіо, телебачення, інтернету. Адже вона народилася, виростає, вчиться, працює, відпочиває у потужному інформаційному середовищі. Новітні технології відкривають найширші інформаційні горизонти для розвитку освіти, науки, економіки, поглиблення комунікацій між окремими особами і людськими спільнотами.

Людина, сприймаючи потік повідомлень з телебачення, радіо, інтернету, настільки зживається з ними внаслідок постійного і тривалого впливу, що наратив інформації стає їй ближчим і знайомішим, ніж безпосереднє реальне оточення. Адже електронні ЗМК володіють унікальною формою духовно-практичного оволодіння світом. Поєднуючи у собі складний, багатофункціональний процес, що характеризується фізичними, фізіологічними, психологічними, соціальними, культурологічними, виховними властивостями, вони «формують порядок денний» («agenda setting»), теорію якого розробили М. Маккомбс і Д. Шоу. Мовиться про створення особливої медіареальності, яку відфільтрувати ЗМК.

У цьому цікавому, суспільно важливому, складному, дуже відповідальному процесі особливе місце займають журналісти, усі працівники медійних інституцій. Від професіоналізму, національно-громадянської, морально-духовної позиції кожного фахівця залежить, яку інформацію у вузькому і широкому розумінні несе глядачеві, слухачеві, читачеві його писемне й усне слово, відео- і фотозображення, яка енергія спрямована в серце і розум Людини – правдивості й доброчесності, чи маніпулятивності й зловорожості. Інформація нині є синонімом життя, бо вона, за висловом Г. М. Маклюена, визначає зміст комунікаційних відносин епохи.

Читачі цього підручника, насамперед, студенти, аспіранти, асистенти, доценти, професори, є не тільки свідками, але й творцями нового інформаційного ландшафту. Можливість впливу на його інтелектуально-естетичний, тематично-змістовний характер отримує нині кожний, хто має навіть найменший ресурс. Соціальні мережі перетворилися на «глобальний телевізор» і стали чудовим знаряддям не лише просвітницької, а й, на превеликий жаль, маніпулятивної пропаганди, розповсюдження агресивної інформації, що призводить до втрати людиною здатності до інтелектуальної вибірковості, до опору постправдивій інформаційній навалі.

В інформаційно-психологічній війні, яка переросла у військову агресію Російської Федерації проти України, надзвичайно важливо компетентно, на засадах історичної правди розвінчувати ворожі, імперські прагнення, які спрямовані проти автентичності, самобутності, національної ідентичності й природного права українців розвивати, утверджувати свою незалежну, соборну, демократичну Державу.

Щоби на нинішньому полі битви російської та української ідентичностей, цивілізаційних пріоритетів, морально-духовних, національних цінностей українські телевізійні- й радіожурналісти перемагали, то мають бути професійно конкурентоспроможними, у своїй творчій праці дотримуватися загальнолюдських, українськоцентричних принципів. На цих фундаментальних засадах створено підручник, який у Ваших руках. Авторський колектив сподівається, що він серед науково-методичної літератури українських і зарубіжних фахівців займе гідне місце, допоможе студентам – майбутнім журналістам, опанувати найсучасніші знання про особливості функціонування електронних мас-медіа, методику створення креативних телевізійних- і радіопередач на засадах суспільних, національних, державних інтересів, а не лобіювання корпоративної, групової, вузько партійної, олігархічної вигоди.

Усі розділи підручника змістовно пов'язані, методологічно побудовані так, що студенти мають можливість поступово, покроково поглиблювати свої теоретичні та практичні знання з теле- і радіокомунікації, усвідомлювати, що національний інформаційний простір є запорукою стійкості, гуманістичності, національної безпеки, надійного захисту і розбудови соборної української України. Перевагу потрібно надавати не пошукам дешевої сенсаційності, не перетворювати телевізійні й радіоканали, соціальні мережі на бульварний розсадник космополітизму, зневаги, нігілізму до української мови, культури, держави, а спиратися на моральні чесноти, культивувати духовні, національно-громадянські, регіональні, всеукраїнські та загальнолюдські цінності. Незалежно від національної приналежності громадян сприяти модифікації їхньої свідомості в алгоритмі формування української політичної нації.

Навчаючись за цим підручником, студенти також зрозуміють, що патріотом робить не кров, а усвідомлення того, що людина – це сутнісно органічна частина України і від її честі, гідності, професіоналізму залежить честь, авторитет, світле ім'я, розвиток Батьківщини. Той із журналістів, хто губить на життєвотворчій дорозі національні, морально-духовні людські почуття рано чи пізно починає служити злу, антиукраїнським ворожим силам. Якщо журналіст сприятиме розбудові Української Держави, в якій би кожний громадянин будь-

якої національності переконливо відчував себе українцем: українцем болгарського, грецького, єврейського, польського, російського, румунського, угорського та іншого походження, тобто політичним українцем, для якого українська мова разом із рідною мовою є святими, Україна рідною Батьківщиною, а не місцем перебування і тереном збагачення, то можна вважати, що такий український журналіст виконує своє місійне покликання. Таке розуміння журналістської праці входить до європейського і світового контекстів, але закорінено в український національно-громадянський ґрунт.

Після кожного розділу подано запитання для самоконтролю, завдання для самостійної роботи, список рекомендованої літератури. У підручнику використано чимало студентських творчих робіт, які вони виконували під час навчання і можуть послужити певним мотивом для журналістської творчості нинішніх студентів.

Підручник складається з 10 розділів. У цьому, на наш погляд, його глибинна, науково-педагогічна, психолого-методична символічність. Доктор філологічних наук, Заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка, професор кафедри радіомовлення і телебачення О. А. Сербенська, вивчаючи, проникаючи в таємниці кириличної азбуки, написала, що значення слова-букви **иже** можна передати словами *якщо*, *коли*. В абетці це слово-буква на десятому місці, тобто пов'язано з числом 10 (*десять* заповідей Божих; *десять* поколінь, як вважали, становить певний цикл сім'ї або нації). Число 10 позначає Божественну досконалість. Десятка має глибоке релігійно-філософське значення. У Господній молитві «Отче наш» визначено *десять* важливих положень, які становлять фундамент людського буття, життя в Бозі, добропорядності, чесності, справедливості.

Отже, людина має жити Правдою і для Правди. Любов до Правди, праведна, інтелектуальна творчість – найголовніша вимога до журналіста, місія якого активно, цілеспрямовано сприяти формуванню, утвердженню у громадян України глибинного почуття і переконання духовної соборності. Почуймо Григорія Сковороду, який наголошував, що «любов єднає, будує, творить».

Підручник підготували: проф. І. В. Крупський («Сторінками історії радіомовлення і телебачення»), проф. В. В. Лизанчук («Передмова», «Телебачення і радіомовлення в інформаційному просторі України», «Принципи і функції радіомовлення і телебачення», «Як аналізуємо, тлумачимо, роз'яснюємо факти, події, явища», «Особливості створення художньо-публіцистичних передач радіомовлення і телебачення», «Післямова», «Предметний покажчик»), доц. О. М. Білоус («Основні

методичні засади функціонування інформаційних радіо- і телевізійних жанрів»), доц. П. Я. Дворянин («Конвергенція в засобах масової інформації України», «Новинний контент: можливості та виклики часу»), доц. Н. Є. Лебеденко («Українське слово в теле- і радіокомунікації»), студентка магістратури Р. О. Білоус («Ток-шоу на телевізійних каналах України»).

Отже, у Ваших руках, перед Вашими зацікавленими очима нова книжка – результат нашої наполегливої праці, – у якій скрупульозно, щиросердно, виважено взято до уваги професійні, важливі думки українських і зарубіжних теоретиків і практиків телевізійної і радіожурналістики та створено цей підручник із врахуванням найактуальніших нинішніх суспільно-політичних і техніко-технологічних процесів у сфері комунікування. Крім дотримання девізу, під яким працює Бі-Бі-Сі: «Інформувати. Розважати. Просвіщати», наголошено: журналісти завжди повинні пам'ятати, що працюють для розвитку духовно соборного українського суспільства.

Дякуємо Господові Богу за науково-творче натхнення під час написання підручника, рецензентам за благословення до видання, доброчинцям за фінансову допомогу, щоби наша праця побачила світ. Вас, шановний читачу, просимо доброзичливо, творчо, зацікавлено скористатися плодами нашого науково-педагогічного дослідження. Пам'ятаймо заповітні слова нашого Пророка Тараса Шевченка:

І чужому научайтесь,
Й свого не цурайтесь.

Розділ 1.

Сторінками історії радіомовлення і телебачення

Шлях до виникнення радіомовлення і телебачення був тривалим і залежав від винаходів багатьох учених. Тому нині навіть важко сказати, кому слід віддати у цьому пальму першості. Передовсім нові види зв'язку, яким згодом судилося перерости в могутні засоби масової інформації, ґрунтувалися на винаходах англійського вченого, фізика Майкла Фарадея. Він створив лабораторну модель електродвигуна, відкрив явище електромагнітної індукції.

Відкриття М. Фарадеєм явища електромагнітної індукції привело до створення потужних електрогенераторів і спонукало іншого видатного англійського вченого Джеймса Максвелла до думки про існування електромагнітних хвиль. Найбільше наукове досягнення Дж. Максвелла – обґрунтована у 1860–1865 рр. теорія електромагнітного поля.

У 1888 р. німецький учений Генріх Герц зробив винятково важливе відкриття, встановивши, що електричні коливання можуть поширюватися і без проводів (дротів). Винайденню радіо сприяли також досліди, проведені у 1892 р. В. Круксом, у 1893 р. Н. Теслею, які були спрямовані на вивчення можливості використання електромагнітних хвиль для передавання сигналів.

Однак в усій радянській літературі акцентувалося на фундаментальній ролі О. Попова, без якого, мовляв, не було б винайдено радіо. При цьому зовсім замовчувалася роль інших, скажімо італійського вченого Г. Марконі, а коли вже з 1990-х років впали залізні кордони і зовсім замовчувати імена іноземних учених стало неможливо, Росія робить низку спроб довести, що Г. Марконі був другим, а В. Попов – першим винахідником радіо. Скажімо, журнал «Радио» за 1995 р. у № 3 (с. 4–5) надрукував статтю В. Марченкова під промовистим заголовком – «Первый радиотехник А. С. Попов», у якій стверджується, що В. Попов у 1895 р. побудував придатну для радіозв'язку апаратуру і демонстрував принципи її дії, але не патентував свої винаходи; а Г. Марконі у 1896 році подав в Англії патентну заявку на систему бездротової сигналізації, однак твердиться, ніби патент Г. Марконі діяв лише в Англії. У Росії ж, Франції і Німеччині видати патент йому відмовили, посилаючись на пріоритетні публікації О. Попова.

Між тим, Карло Сарторі у статті «Історія народження радіо (від кременя до кремнію)» стверджує, що у 1894 р. (у м. Понтеккіо) Г. Марконі вдалося зареєструвати за допомогою приймальної антени сигнали азбуки Морзе, що їх випромінював найпростіший радіопередавач з віддалі в кількасот метрів. Так було продемонстровано, що електромагнітне збурення хвиль Герца можна зареєструвати у вигляді сигналів.

Невизнання з боку італійських властей змусило Г. Марконі емігрувати до Англії, де він запатентував своє відкриття, продовжуючи водночас дослідження, спрямовані на підвищення потужності й надійності прийомопередавачів. Винахідник, якому був притаманний і дух підприємництва, відразу ж використав економічні вигоди, закладені в його відкритті, і заснував фірму «Марконі Компані». Це товариство стало першим транснаціональним утворенням у галузі телекомунікацій.

Винайдений у 1876 р. американським професором О. Беллом телефонний апарат використовувався в Америці і в Росії для експериментальних спроб передавати за його допомогою оперні спектаклі прямо зі сцени театру (у розрахунку, зрозуміло, на вкрай обмежену кількість абонентів-слухачів). У Франції Ю. Дюкре вдалося в 1898 р. встановити зв'язок між Ейфелевою вежею і одним з висотних будинків. У Німеччині експерименти завершилися оформленням низки патентів, що згодом призвело до створення фірми «Телефункен».

Зрозуміло, не треба відкидати і роль О. Попова у винайденні радіо. Зокрема, О. Попову вдалося сконструювати прилад, який був названий ним «грозовідмітником». Суть дії приладу полягала в тому, що прилад починав дзвонити, коли грозові хмари були від нього за 25–40 кілометрів. Готуючи доповідь до друку, О. Попов зазначив, що його прилад може бути використаний для зв'язку без дротів.

Дванадцятого березня 1896 р. відбулася перша радіотелеграфічна передача. На віддаль 250 м. за допомогою азбуки Морзе (із приміщення хімічної лабораторії в аудиторію фізичного кабінету) були передані два слова «Генріх Герц».

Відтак у світі швидко оцінили можливості радіо. І знову ж таки – при цьому відзначилася компанія Марконі, що зуміла першою, використовуючи можливості радіо, передати повідомлення в редакцію газети «Нью-Йорк Г'ерольд» інформацію про розподіл місць між переможцями вітрильних гонок ще до повернення учасників у порт.

Відтак у когось народилася ідея передавати не тільки сигнали азбуки Морзе, а й звук людського голосу, як це вже існувало у телефонному зв'язку. Тому всі винаходи, зроблені в перші роки XX століття, були спрямовані на вдосконалення передавачів і створення чутливіших приймачів для відтворення голосу людини.

Тридцятого грудня 1902 року в Україні між Херсоном і Голою Пристанню з'явився перший цивільний радіозв'язок. У Херсоні радіостанція розміщувалася в будівлі поштово-телеграфної контори, у Голій Пристані – в державній приймальні. Обидві ці будівлі збереглися до

нашого часу – на них встановлені пам'ятні дошки. Однак радіостанція в поштово-телеграфній конторі Херсона проіснувала недовго: у 1907 році, через технічну недосконалість устаткування, її демонтували.

До 1920 р. радіомовлення як засобу комунікації в Україні як, зрештою, і в Радянському Союзі, не було: по радіо за допомогою азбуки Морзе в основному передавалися декрети та циркуляри радянської влади, тобто радіо виконувало лише агітаційно-пропагандистську функцію. Зрештою, саме на таку діяльність націлював прийнятий ще у 1918 р. декрет, згідно з яким роботи в галузі радіотелефонії вважалися важливою державною справою. Адже в цей час більшість населення було малограмотним, друкована преса не знаходила належного місця серед жителів міст і сіл, радіо ж не вимагало інтелектуального сприйняття інформації. Тому воно повинне було вести агітаційну роботу серед населення.

Однак технічних засобів для того, аби радіо стало повноцінним засобом масової інформації не було. Відтак було вирішено читати по радіо матеріали друкованої преси. Тому наступним важливим кроком у галузі радіомовлення (саме радіомовлення, оскільки це ще не була радіожурналістика) стали радіогазети. Звісно, пальму першості в цій новоствореній формі радіожурналістики мусила належати Москві, хоча і в республіках цілком закономірно могли розвинутися такі форми. Тому перший випуск «Радіогазети РОСТА» було передано через московську радіостанцію імені Комінтерну в листопаді 1924 р.

Шістнадцятого листопада 1924 року в Харкові, тодішній столиці України, з малопотужного передавача прозвучав і був прийнятий у міських клубах концерт державного музичного квартету імені Вільома. Невдовзі в ефір вийшла журнальна за формою програма із символічною назвою «Радіополум'я». Так розпочалася ера українського радіомовлення. З цього часу діяльність Українського радіо нерозривно пов'язана з історією України і його завжди підпорядковували реалізації завдань, які стояли перед суспільством.

Через різні перипетії, в чому було зацікавлене московське керівництво, перший випуск Всеукраїнської робітничої радіогазети «Пролетар» вийшов в ефір з Харкова лише 10 грудня 1926 р. Відтоді на досить тривалий час радіогазети стають основною формою політичного мовлення в Україні. Однак більшовики відразу ж взяли під свій контроль діяльність радіо.

Діяльність радіогазет в Україні, опираючись на фактологічний і архівний матеріал, на публікації відповідних видань найповніше з'ясував

відомий дослідник української радіожурналістики В. Мирончeнко. Він, зокрема, довів, що радіогазета «Пролетар» спочатку не лише копіювала назву друкованого органу, назву якого прийняла на себе, а й майже не відрізнялася від неї змістом, верстkою, жанрами, манерою викладу. Як доказ цього В. Мирончeнко розглядає одне з перших чисел цієї радіогазети: «Десять сторінок. На п'яти сторінках наклеєні недбало вирізані із друкованої газети «Пролетар» передова стаття, закордонна інформація, по Україні й по Радянському Союзу. Де-не-де у друкованому тексті є виправлення й скорочення. Друга частина газети надрукована (як видно, під копірку) в редакції газети «Пролетар», заголовки нічим не різнилися від «Пролетаря».

Радіогазета була оформлена двома музично-ліричними номерами, її готував до ефіру один працівник – І. Прокопенко, читали два диктори. Тривалість звучання програми в ефірі – 22 хв. У 1926 р. редакція підготувала і передала в ефір чотири випуски «У вільний від музичних пересилань час». Вони, по суті, були інформаційними бюлетенями друкованої газети «Пролетар», правда із надто застарілими відомостями.

У 1927 р. робітнича газета «Пролетар» була відокремлена від однойменного друкованого органу й отримала назву «Радіо-Пролетар». Того ж року на базі редакції «Радіо-Пролетар» було організовано низку спеціальних тематичних радіовидань, призначених для різної категорії жителів країни та для працівників певних галузей промисловості чи сільського господарства: селян, молоді, студентів, військовослужбовців, а згодом і окремі тематичні літературно-художні, музичні чи гумористичні радіожурнали.

У жовтні 1928 р. Рада Народних Комісарів СРСР розглянула питання радіофікації країни. Раднарком визнав за потрібне поліпшити якість радіогазет, особливо місцевих, і посилити їхні редакційні штати. З огляду на це «Радіо-Пролетар» зазнає суттєвих організаційних та творчих змін. Призначається нове керівництво радіогазети, штат її укомплектовується кваліфікованими працівниками. Для передачі випусків щоденно виділяється по 45 хв. Поступово редакція відмовляється від газетних вирізок.

З кінця 1928 р. починають створюватися перші місцеві радіогазети в Києві, Одесі, Дніпропетровську та Артемівську. Однак майже всі вони виконували функцію ефірного радіопередавання друкованих газет. У 1929 р. «Радіо-Пролетар» було перейменовано в «Робітничу радіогазету», в центрі уваги якої стає робітниче життя. Газета починає проводити низку важливих кампаній, вчить робітників, інженерів, як треба працювати

(ніби журналісти розумілися ліпше в цих справах), організовують різні галасливі кампанії, від яких жодної користі не було.

Однак голослівне зачитування матеріалів по радіо не сприймалося слухачами, тому радіопередачі почали «розбавляти» невеликими музичними заставками: якщо радіопередачі транслювалися щоденно в обсязі до 18 годин (6 годин встановлювався «мертвий час», коли припинялися будь-які передачі), то на музичні заставки припадало не більше 3–3,5 години.

Усім місцевим радіовиданням пропонували вести передачі таким чином: спочатку зачитати передову, присвячену певній кампанії, за нею передати дописи на тему передової. Своїм змістом дописи мали ілюструвати хід виконання проголошеної кампанії. Потім надавали матеріали про життя села. Для їх читання залучали самих авторів, бо ніхто краще за них не висловлював те, що наболіло. Під рубрикою «Що ухвалила влада» виступали представники сільради або міськради і пояснювали, чим викликана та чи інша постанова. Наприкінці випуску передавали різні оголошення та фейлетони на тему передової.

У цей час у випусках радіопередач починають щораз більше використовувати такі форми радіомовлення, як передвісницю ефірного репортажу – пряму трансляцію з місця події, що йшла в ефір без журналістського коментаря. Початок ця форма бере з 7 листопада 1925 р. що почалася з 8-мигодинної передачі про парад і демонстрацію трудящих з Красної площі Москви. Однак такі передачі не можна вважати репортажем, оскільки в них не було головного – творця передачі, журналіста.

Саме тоді вперше в сюжет радіопередачі почали вводити, як певні коментарі, витяги (або й цілі промови) з мітингів, де слово надавалося керівникам партії і уряду, а відтак, особливо з нагоди свят чи важливих подій в житті країни, транслювали спеціально підготовлені виступи-бесіди, чимось схожими для сучасних інтерв'ю-монологів чи бесід перед мікрофоном. Таку форму швидко перейняли й українські радіожурналісти.

Із 1931 р. радіогазета стає провідною програмою в системі українського радіомовлення: виходить двічі на добу – вранці та ввечері, а також передає нічний бюлетень новин і тижневий літературно-мистецький випуск. Але ці передачі були дуже заідеологізованими, далекими від життя. Тому, як свідчили навіть тодішні радіожурналісти, багато слухачів під час транслювання радіогазети вимикали репродуктори, чекаючи музику. Іноді таке вимушене очікування тривало надто довго, бо в неділю центральні радіогазети об'єднувалися в один загальний номер тривалістю звучання...12 год 45 хв.

Водночас влада не турбувалася про те, аби населення могло купити радіоприймач: промисловість випускала їх в обмеженій кількості. Натомість розширювалася мережа дротового мовлення. Зрештою, за рівнем розгалуження проводової радіотрансляційної мережі жодна країна світу не могла зрівнятися з Радянським Союзом. Саме за її допомогою більшовики намагалися «прив'язати» слухачів до єдиного джерела інформації, позбавляючи їх вибору. Адже за слухання передач з-за кордону (скажімо, «Голосу Америки», «Бі-бі-сі», «Радіо Ватикану» та ін.) суворо карали.

Дротове радіомовлення через свою комуністичну заангажованість, як слушно зазначає професор В. Лизанчук, вихолощувало релігію, національні традиції сім'ї, намагалося виховати людину, позбавлену свого генетичного коріння, історичної пам'яті та національної свідомості. Однак треба визнати і те, що радіо у цей період несло народові не лише комуністично заангажовану інформацію, але й національну культуру. Адже мільйони й мільйони слухачів отримали змогу слухати класичну музику, радіовистави, концерти художньої самодіяльності, ознайомлюватися з творчістю видатних особистостей тощо.

Нині ж у нашій державі мережа дротового мовлення практично зруйнована. І попри всі аргументи деяких чиновників про те, що дротове мовлення, мовляв, релікт тоталітаризму, що воно не потрібне нашій державі, оскільки без нього обходяться країни Західної Європи чи Північна Америка – це далеко не так. Звичайно, нам треба рівнятися на цивілізовані країни, де кожний сам обирає, яку програму слухати. Однак суспільно-економічні умови сьогодення свідчать про те, що нині для розбудови й утвердження Національної ідеї, зміцнення Української держави треба на всю потужність використовувати «більшовицький атрибут» – дротове радіо. Адже саме програми, які транслюються по дротовому радіо, є найбільш цілеспрямованим і масовим провідником державницької політики. До цього вже, попри всі назви (брехунець, колгоспник) усе ж звикли. Зрештою, українська інтелігенція з цього приводу вже давно била на сполох. Скажімо, декілька років поспіль професор В. Лизанчук писав і оприлюднював відкриті листи до очільників держави. І хоча листи отримували підтримку української інтелігенції, робітників, фермерів – ситуація не поліпшилася.

Зрештою, дротове радіо могло б виконувати й інші функції: через недоступність трансляції у віддалених чи гористих місцевостях слугувало би маяком, що попереджує жителів регіону про наближення природних катаклізмів чи якихось стихійних явищ, тим паче, що сьогодні, у добу

телебачення, Інтернету, періодичної преси, радіомовлення, передусім проводове, залишилось чи не єдиним дешевим, а головно – українським засобом комунікації. Адже більшість українських ЗМІ належить олігархам, фінансово-промисловим групам, які фактично є неукраїнські, байдужі до українських національних цінностей.

Розпочата у 1931 р. московська централізація радіомовлення (створено Всесоюзний комітет з радіомовлення) була спрямована на нівеляцію національного в республіках, зросійщення українців та інших народів, які входили до СРСР. До 1991 р. московські передачі в Україні займали майже 70 % ефірного часу – 11 із 19 годин на добу.

Після того, як 10 вересня 1931 р. було утворено Всесоюзний комітет по радіомовленню, змінюється структура радіо в Україні, що призвело до скорочення кількості радіогазет, ліквідуються щоденні радіоперекличкі. У програмі республіканського радіомовлення залишається тільки сім радіогазет – три щоденних і чотири з меншою періодичністю. Але слухачі продовжували скаржитися на те, що радіогазети нецікаві.

Для виправлення становища було вирішено приділити більше уваги музичним пересиланням. Звісно, музичний репертуар також мав бути відповідно ідеологічно спрямованим, хоча музика й у передачах радіо слугувала своєрідною «прокладкою» між політичними передачами. Становище дещо поліпшилося в 1932 р. коли при радіо був створений симфонічний оркестр та струнний квартет. Навіть попри їхній обмежений репертуар радіожурналісти започаткували музичні вікторини, що їх нерідко використовують й нині: слухачам транслювали уривок з якогось музичного твору і вони повинні були в листі, надісланому до редакції радіо, дати правильну відповідь. Чи не найчастіше для цього передавалися уривки з творів Блантера, Дунаєвського, Утьосова, в яких прославлялася сталінська епоха, мудрість і велич великого Сталіна.

У серпні 1932 р. внаслідок неефективності й усебічної критики радіогазети були ліквідовані. У програмах Всесоюзного радіомовлення місце зайняли випуски «Останніх вістей», звісно, російськомовних. У 1932 р. був створений Всеукраїнський комітет з радіофікації та радіомовлення при Раднаркомі республіки, або Всеукраїнський радіокомітет (ВУРК), який з 1935 р. став називатися Український радіокомітет (УРК). В областях відповідно були створені обласні радіокомітети (ОРК). Головною функцією радіокомітету було «безпосереднє оперативне керівництво всім радіомовленням на території УСРР, загальне керівництво місцевим мовленням, міжміськими трансляціями, проведенням масових радіокомпаній; планування мовлення в межах республіки» тощо.

Всеукраїнська редакція «Останніх новин» у кожному обласному центрі республіки організувала мережу своїх власних кореспондентів, які 2–3 рази на добу передавали телефоном короткі кореспонденції, а в головному офісі вибирали з них найактуальніші і, підганяючи під вже заздалегідь усталені фразеологічні шаблони, готували до ефіру. Репортери «Останніх вістей» почали частіше виходити з мікрофоном за межі студії – вести передачі з підприємств, будов, колгоспів. У розпал сезонних сільськогосподарських робіт в ефірі лунали спеціальні випуски передач, присвячених висвітленню роботи окремих господарств. Щоправда, більшість таких передач відзначалися надуманістю, реальний стан справ на виробництві підмінявся ура-патріотичною риторикою.

Все ж радіо поступово набуває своїх самобутніх рис, але водночас його діяльність все тісніше «прив'язують» до ідеологічних вимог комуністичної партійної системи. Зароджуються такі форми як радіоперекличка, організація позастудійних передач з виїздом на промислові підприємства, новобудови, колгоспи. Чіткішим став розподіл обов'язків між журналістами, почали створюватися галузеві редакції. Однак журналісти були скуті вимогами партійних директив. Це добре видно, наприклад, на трансляції передач для дітей та молоді: попри значну частку ефірного часу більшість становили передачі політичного типу, спрямовані на виховання радянської людини, інші – освітні, що були доповненням до шкільних програм, але також наповнені комуністичною ідеологією, антирелігійним світоглядом.

Широко застосовували так звані «Актуальні передачі», тобто позастудійні передачі з місця подій. У багатьох випадках вони перетворювалися на політичні акції. Звичайно, усе це було заідеологізовано, йшло в руслі політики КПРС. Радіожурналістів спонукали оперативно відгукуватися на вимоги партійного апарату. Коли партія вела викривальні кампанії, радіо мусило включатися до них і таврувати та цькувати того, на кого вказувала партія, якщо ж партія веліла хвалити (а це було рідше), то й радіопередачі мусили підтримувати і співати хвалебні оди. На жаль, нерідко траплялося так, що той, кому вранці був присвячений позитивний матеріал, на другий день ставав ворогом народу, і журналістам довелося відповідати за втрату політичної пильності.

У серпні 1937 р., наприклад, органи НКВС порушили справу щодо українського радіокомітету. Приводом став малопомітний факт: після позапланової трансляції із Москви, де йшлося про вирок троцькістсько-зінов'євській групі, зазвучала раніше вже запланована київською редакцією музика Едварда Гріга. Вона виявилася мінорно-скорботною.

Тобто це був елементарний програмний недогляд, що нерідко трапляється і нині при верстці радіопрограм, як було, зокрема, у Львові, коли у Скнилові на летовищі внаслідок падіння літака сталася трагедія. Загинуло чимало людей. Оскільки ж це була неділя львівське радіо і телебачення демонструвало святкові концерти-вітання. У 1937 р. програмний недогляд розцінили як провокацію, що потягла кримінальні звинувачення: із восьми заарештованих шестеро були страчені, серед них і головний редактор музичної секції Олексій Арнауток та його заступник Олександр Білокопитов...

Партійні керманичі створювали Всесоюзну мережу мовлення. Тодішній голова Всесоюзного радіокомітету Г. Стуков у 1940 році зазначав: «Місцеве мовлення є доповненням до центрального мовлення... Необхідно серйозно працювати над тим, щоб важливі політичні і художні передачі, які йдуть з Москви, стали відомими усій країні».

Тоді ж почали вводити чіткий розклад передач (сітка) Центрального (московського) радіомовлення, його окремі передачі стають обов'язковими для трансляції Українським радіо. Відтак запроваджується у практику радіомовлення – записи на магнітну плівку, що, з одного боку, значно розширювало технічні можливості мовлення, дозволяло зберегти безцінні звукові документи епохи, з іншого – відмовитися від прямого ефіру і «законсервувати» мовлення.

Працівники радіомовлення України змушені були виконувати всі вказівки та розпорядження Москви. А щоб вести серед народу пропаганду промосковської політики, розгорнули широку радіомережу. В кожному селі функціонувало радіо, адже більшість населення була неграмотною.

За дещо іншою схемою розвивалася радіожурналістика на інших теренах України, що перебували під гнітом польських, румунських чи угорських поневолювачів.

Зокрема, у Львові перші передачі велися польською мовою. Це розпочалося з 15 січня 1930 р. Працювала радіостанція на хвилі 385,1 м. Пробний сигнал був ретрансльований у Кракові, а через 5 днів відбулося відкриття станції, програми якої транслювалися з 17.45 до 22.00 год. Але ці програми передавалися з Кракова. Власне радіомовлення зі Львова почалося лише 13 лютого 1930 р.: українська мова в ефірі польського радіо майже не звучала: загальний обсяг українськомовних передач становив пересічно від 15 до 30 хв на тиждень. Правда, щонеділі по радіо транслювали греко-католицькі Богослужіння з Преображенської церкви у Львові й свят-вечірні пересилання з проповіддю митрополита Андрея Шептицького та з участю українського хору.

З 1 березня 1930 р. радіопередачі додатково велися з 12.00 до 13.00 год, а з квітня 1930 р. почалося розширення програм – передавали музику, обсяг мовлення збільшився до 8 год на добу.

Десятого лютого 1931 р. Львів отримав нову передавальну станцію потужністю 16 kw (замість 1,5 kw). Перша пробна програма була передана з нової станції 23 грудня 1930 р. Працювала нова станція на хвилі 380, 7 м.

Через декілька років, потужність станції у Львові було збільшено до 50 kw (з 2 вересня 1936 р.). На початку 1938 р. був розроблений проект будівництва нового радіодому у Львові площею 9 тис. кв. м. Мав він бути збудований у 1940–1944 роках.

Умови для тогочасних радіожурналістів були важкі – лампи спричиняли високу температуру, в студіях не було чим дихати. Однак інтерес до радіо постійно зростає, що позначилося на кількості приймачів: у 1928 р. у Львові було 3 523 абонентів радіо, у 1930 р. – 9 649, у 1931 р. – 28 751.

У Луцьку 5 липня 1938 р. розпочалося будівництво 50 kw передавальної апаратури, що повинна була працювати на довжині хвилі 708 м (424 kHz). Однак, як зазначав Й. Шумський у своїй кореспонденції «Радіо в світлиці Г. С. М.», що була надрукована в газеті «Молоде село» (1936. – № 11), « головною перешкодою радіофонізації села є великі кошти, пов'язані з набуттям та утриманням радіоапарату. Але не все втрачено: гуртки сільської молоді поправлять ситуацію. Вони організували збір коштів й купили радіопарат, який встановили в сільській світлиці».

На Закарпатті радіомовлення розпочалося в 30-х рр. Передачі транслювалися зі Словаччини з міста Кошице двічі на тиждень по 15 хв українською мовою. Майже 100 % дискурсу становили матеріали агітаційно-пропагандистського плану, які не перебивалися музичними заставками.

З 1934 р. мережа передач на Закарпатті поповнилася програмами радіожурналу «Прага», що транслювалася двічі на день тривалістю до 30–40 хв і складалася виняткова з інформації про політичні події. Водночас і кошицька радіотрансляційна станція почала вести п'ять разів на тиждень по півгодини програму, спеціально адресовану українцям Закарпаття. Оскільки ж до складу цієї редакції входили три українці і керівником призначено відомого радіожурналіста А. Рудловчака, який працював на цій ниві до 1938 р., то програми пропагували українську культуру, народну творчість, звичаї жителів краю.

Однак жителі Закарпаття воліли мати потужнішу радіостанцію. Зрештою, чехословацький уряд лояльно поставився до цього і поблизу Ужгорода, в Стрипі, розпочалося будівництво 100-кіловатної передавальної станції. Однак угорська окупація краю стала на перешкоді для здійснення цих планів, а розпочаті незабаром воєнні дії ще більше поглибили кризу. Зрештою, під час перебування Закарпаття у складі Чехословаччини з Банської Бистриці (Словаччина) з січня 1939 р. розпочала епізодично свою діяльність короткохвильова радіостанція Хуст, на хвилях якої 14 березня 1939 р. було проголошено незалежність Карпатоукраїнської держави.

Загарбавши у 1939 р. західноукраїнські землі, більшовики намагалися відразу ж налагодити мережу дротового мовлення. Мета очевидна – прославлення радянської влади, Сталіна, пропаганда колгоспного ладу. Але, треба визнати, що саме з 1939 р. найповніше на теренах Західної України зазвучала по радіо українська мова. При цьому радіо відразу ж стало агітаційним знаряддям комуністичної ідеології. Галичани, які боролися за державність України, фактично знову опинилися в окупації. У них не було ніякого вибору. Радянське радіо через штучну ізоляцію України стало єдиним джерелом звукової інформації. На Західні області була відряджена група радіожурналістів і техніків з Києва, які спочатку в Тернополі на центральній площі організували слухання передач радянських радіостанцій й інформували про «визвольний похід» Червоної Армії, розпочали пропагандистську роботу щодо виборів делегатів до Народних Зборів і широко висвітлювали їхню роботу. Водночас у 1939 р. були створені обласні радіокомітети.

Дослідник історії українського радіо В. Клювак у статті «З історії Львівського обласного радіо та радіожурналістики у 20-х – 70-х роках XX століття», що була опублікована у збірнику науково-методичних праць «Телевізійна- й радіожурналістика» кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка, зазначав: люди старшого і середнього віку десятиліттями із зацікавленням або через відсутність альтернативи майже примусово слухали радіопередачі, на віру або критично сприймали державні голоси із столиць та обласних центрів, нерідко користувались «тарілками» як єдиним джерелом інформації зі світу.

Перед Другою світовою війною радіомовлення охоплювало майже всю територію України, більшовицьку ідеологію пропагували 624 радіотрансляційні вузли, було понад півтора мільйонів радіоточок та більше 225 тисяч радіоприймачів. Після окупації території Радянського Союзу

нацистські загарбники використовували радіопередавальні вузли у своїх цілях. В інформаційному просторі України розпочалася ера нового окупанта – замість Сталіна у передачах, що їх контролювала німецька цензура, прославляли Гітлера, його новий порядок.

«Новий порядок» одразу відчули також українські націоналісти, які 30 червня 1941 р. проголосили відновлення Української Незалежної Держави. 1 липня 1941 р. Львівська радіостанція повідомила про створення Українського уряду. На це відразу ж зреагував Берлін, надіславши уже 2 липня 1941 р. представникові свого командування телеграму, в якій обурився тим, що «Львівська радіостанція протягом учорашнього дня багато разів передавала оголошення про створення самостійного Українського уряду. Тому шеф пропаганди негайно віддав розпорядження танковій групі вжити необхідних заходів, щоб припинити на майбутнє такі передачі. Львівська радіостанція повинна займатися поряд із поширенням німецьких інформаційних матеріалів лише антибільшовицькою пропагандою, в той час як передачі з українськими сепаратистськими тенденціями повинні бути припинені...». Нацисти не хотіли Самостійної України, вчинили масові арешти українських патріотів. Гестапо, як і до війни комуністичне НКВС, розгорнуло жахливі екзекуції щодо непокірних оунівців, декого розстрілювали, інших кидали в концтабори. Вже 6 липня 1941 р. заарештували Степана Бандеру. У концтаборі Заксенгаузен тримали його до грудня 1944 р. Двох братів Василя і Олександра замучила в концтаборі Освєнцім польська таборова служба.

Жорстока війна, яку роз'язали тирани Гітлер і Сталін, набирала антилюдських обертів. Червона Армія відступала. Незабаром військам довелося залишити територію України і відійти на терени Росії, де почали налагоджувати роботу евакуйовані з України заводи і фабрики.

Для інформування евакуйованого населення України, що проживало на теренах Росії, у Саратові, над Волгою, 23 листопада 1941 р. на хвилі 49,5 м. почала працювати перша українська радіостанція імені Т. Г. Шевченка. Журналісти працювали не покладаючи рук, адже радіостанція вела передачі щодня з 9:30 ранку і до 2:20 год. Окрім оперативних подій з фронту журналісти намагалися, виправдовуючи звання радіостанції імені Т. Г. Шевченка, ознайомлювати слухачів з творчістю Великого Кобзаря, верстали програми так, аби чільне місце в них займали українські пісні, гумор. У структурі редакції були утворені молодіжний відділ, відділи пропаганди, літературний, відділ «Останніх вістей» та «Партизанських вістей». Про потужність радіостанції свід-

чить і те, що її сигнали вловлювали майже по всьому Поволжі. Часто по радіо виступали відомі українські письменники й поети – А. Малишко, М. Рильський, В. Сосюра. У березні 1944 р. радіостанція імені Тараса Шевченка завершила свою роботу.

Ще одна українська радіостанція «Радянська Україна» вела передачі з Москви від 28 листопада 1941 р. Намагаючись оперативно повідомити слухачам важливу новину з фронту, диктори нерідко читали її поза всяким графіком, не очікуючи виходу планової програми «В останній час». Спочатку «Радянська Україна» транслювала свої передачі по 2,5 год на добу. З січня 1942 р. тривалість збільшилася до 5,5 год на добу, причому 3,5 год займали пропагандистські передачі. Постійно передавали звернення та укази уряду, розповіді про партизанські бої, інформували про стан відбудованих фабрик та налагодження на них праці. Було неписаним правилом: усі, хто з України перебував у відрядженні в Москві, передовсім партійно-радянські працівники, митці, то обов'язково виступали в ефірі радіостанції «Радянська Україна». У липні 1944 р. радіостанція «Радянська Україна» припинила свою роботу.

З 1 травня 1943 р. вела передачі українською мовою новостворена радіостанція «Дніпро». Її позивні «Реве та стогне Дніпр широкий» згодом стали позивними Українського радіо. Все обладнання радіостанції розміщалося у залізничних вагонах. Вона рухалася разом з наступаючими військами 1-го Українського фронту. Серед письменників та журналістів, які найбільше прилучилися до репертуару радіопрограм – П. Козланюк, А. Шиян, В. Кучер, журналісти – П. Сліпчук, Ю. Гундич, Ю. Буценко, диктор – П. Похомова...

Радіостанція передавала повідомлення Радінформбюро, важливі урядові рішення. Її співробітники часто бували у військових частинах, на лінії фронту, звідки привозили кореспонденції, листи, організовували виступи людей. В ефір постійно передавали листи з фронту і солдатам на фронт. І хоча вони були написані від імені солдатів чи жителів міст і сіл України – найчастіше писали їх самі редакційні працівники: практика заавторства набирала сили.

Дев'ятого січня 1944 р. повертається з Саратова до Києва і відразу ж відновлює тут свою роботу Український радіокомітет, головою якого був Я. Сірченко. За його наказом з Харкова до Києва переїздить радіостанція «Дніпро», яка з лютого 1944 р. вела передачі на хвилі 800 м. для усієї республіки, всіх радянських партизанських загонів, що діяли на Заході України. Повідомлення надходили на окуповану німцями Польщу та Чехословаччину.

Ще українці проливали свою кров у лавах Червоної Армії, визволяючи рідну землю від фашистських загарбників, а в деяких радіопрограмах щораз сильніше акцентувалося на ролі російського народу, з волі якого ніби відбувалися всі перемоги (очевидно фраза В. Путіна про те, що у війні могли перемоги і самі росіяни, без інших націй, проросла ще з фронтових років). У програмах радіостанції, що діяла в Севастополі з 30 квітня 1942 р., акцент був зроблений на тому, що це місто «Російської слави», про що йшлося у програмній статті першого випуску радіо: «Слухайте Севастополь! Слухайте! Слухайте! Зараз буде говорити місто російських моряків, місто великої бойової слави... Слухайте Севастополь!». І дарма, що в битвах за Севастополь загинуло чимало українців, уже тоді російська маніпулятивна пропаганда, як бачимо, готувала грунт для майбутньої окупації Криму.

Спеціально для радянських партизан була організована радіостанція «Партизанка», голос якої вперше пролунав з Москви 1 липня 1942 р. В ефірі «Партизанки» звучали повідомлення Українського штабу партизанського руху, виступи партизанів, зачитували листи з Великої землі, звернення матерів, дружин, сестер до своїх синів, чоловіків, братів, батьків. Такі прості речі, як листи, в ті часи були на вагу золота, цілющою водою для бійців. Важко доводилося дикторам читати їхні емоційні звернення.

Колектив «Партизанки» складався з видатних журналістів, письменників та публіцистів України, серед них, зокрема, О. Копиленко, І. Нехода, Ю. Смолич, П. Тичина, М. Рильський, Остап Вишня. Звісно, матеріали редакції відзначалися лакуванням дійсності, оспівуванням не завжди реальних подвигів радянських партизан, як це було, наприклад, із загонами С. Ковпака.

Серед жанрів радіопублiцистики воєнного періоду великого успіху набув сатиричний жанр. Зокрема, популярними були радіолисти у стилі славнозвісного послання запорізьких козаків до турецького султана, які адресували воякам фашистської армії. Транслювали по радіо гумористичні програми, радіожурнал «Перець по радіо», памфлети, фейлетони, епіграми, гумористичні вірші, гумористичні новели, анекдоти, «вбивчі сатиричні твори» Остапа Вишні, зокрема його знамениту «Зенітку». У 1942 р. вперше в радіоефірі пролунала радіоп'єса «Фронт» О. Корнійчука, яку поставив видатний артист Ю. Шумський.

Водночас у тилу ворога зародилася і діяла радіостанція, що була організована завдяки діяльності ОУН і УПА. Саме вона стала єдиним об'єктивним джерелом інформування, оскільки спростовувала і німецькі брехні, і радянські вигадки.

Приміром, «невеличка група» з восьми людей, на початку 1943 р. отримала від Проводу ОУН завдання збудувати власними силами короткохвильовий передавач для користування УПА. Радіостанцію було змонтовано і випробувано у Кракові, опісля частинами перевезено в Карпати, де розмістили високо в горах. Звідти восени 1943 р. з села Ямельниця, що недалеко від містечка Сколе – теперішнього райцентру Львівської області, розпочала свою діяльність українська підпільна радіостанція «Вільна Україна»: кодова назва «Афродита».

Справжні імена працівників редакції й досі точно не відомі, їх можна назвати хіба що по прізвиськах: керівником і головним редактором був Я. Старух-Синій, допомагали «Афродиті» В. Макар-Вадим, Галина Климова, диктори Альберт Газенбрукс – «Західний», який працював тут з 1943 і до березня 1945 р., «Зіна» – студентка Київського університету, «Веселка» – Ірина з Жовкви, що неподалік Львова, інженер Ю. Гошовський.

Вагомий внесок у розвиток радіостанції вніс відомий діяч ОУН Іван Клим «Митар», він же «Бурмач». Саме завдяки йому вдалося налагодити безперебійне функціонування радіостанції, забезпечивши її належним технічним обладнанням. «Митар» залучив до роботи на радіостанції бельгійця, італійця, француза та серба, які вирвалися з німецького полону. Імена їхні невідомі, лише Альберт Газенбрукс, бельгієць за походженням, виступав перед мікрофоном англійською та французькою мовами.

Опинившись у німецькому полоні в червні 1940 року, а згодом на примусових роботах, колишній вояк бельгійської армії, за фахом інженер Альберт Газенбрукс (Albertus Hasenbroekx) неодноразово тікав, прагнучи повернутися до рідної Бельгії. Під час чергової спроби втечі в січні 1943 року біля міста Дубно Рівненської області Газенбрукс натрапив на вояків УПА. Спочатку його прийняли за німця, і йому довелося доводити, що він бельгієць. Як згадував сам Газенбрукс, його змусили проспівати бельгійський національний гімн «Брабансонна» і перекласти слова німецькою мовою.

Дізнавшись про те, що втікач-бельгієць знає декілька європейських мов, командування УПА вирішило використати його для роботи на підпільній радіостанції «Афродита». Радіопередачі вели кілька разів на день, тривали від 10 до 30 хвилин. Транслювали їх чотирма мовами – українською, російською, французькою та англійською.

Редакція виробила свій стиль ведення програм. Усі передачі починалися закликом «Увага! Увага! Говорить підпільна радіостанція

«Вільна Україна» на коротких хвилях 43!», а завершувалася словами «Геть німецьких займанців, геть московсько-большевицьку тиранію!», що повторювалося кожного разу чотирма мовами. Радіопередачі «Афродити» можна було чути навіть у Берліні.

Московські нишпорки вистежили радіостанцію УПА «Афродита». сьомого квітня 1945 року, о 13.20, за два кілометри на схід від Ямельниці оперативники групи Сколівського райвідділу НКВС та резервної роти 330 полку військ НКВС закидали гранатами криївку, звідки вели мовлення. Четверо повстанців загинуло, один поранений охоронець зумів урятуватися, Альберт Газенбрукс потрапив у полон.

Донині зберігся єдиний матеріал, який був переданий в ефір радіостанції «Афродита», що його віднайшов і опублікував у своїй статті «Радіомовлення українського підпілля» В. Мороз. Ця передача (стаття) свідчить про те, що українські повстанці вважали своїми ворогами як фашистську Німеччину, так і Радянський Союз:

«Ми вже подавали попередньо перегляд большевицьких і німецьких листівок, – йдеться у повідомленні, – в яких одні називають український визвольний рух німецькою роботою, а другі – большевицькою.

Останнім часом в тому, одначе багато змінилося. Німці, що в часі своєї окупації України вимордували сотні тисяч українських самостійників, тепер намагаються щораз частіше залицятися до українців ..., підшивається під маску приятелів українського народу. Останньо траплялися випадки, що в радієвій пропаґанді та в листівках згадують вже і про боротьбу УПА по другому боці фронту, співають марш українських партизанів та пробують, де тільки можуть, здобути зв'язки до українських збройних відділів під большевицькою окупацією. Появилося навіть багато німецьких листівок, звернених безпосередньо до УПА, які закликають до співпраці в боротьбі з большевиками.

Усі ті заходи, одначе, не можуть довести до жодного позитивного наслідку. Гітлерівська Німеччина – такий самий ворог самостійної України, як і большевицька Москва, тому нам з нею не по дорозі. Не змінить у цьому нічого й українська патріотична пропаґанда в німецькому радіо. Марш українських партизан у німецькому радіо – це заохота до співпраці з німцями, але це облуда, глум.

Ми добре знаємо, що автора цього могутнього маршу, молодого українського поета і музиканта професора Андрія Марченка, одного з визначних провідників українського самостійницького руху на Волині, – німці арештували, вивезли в тюрму на Захід і там замордували. А тепер співають в радіо його марш... і думають, що знайдуть дурних,

які повірять у їхню щирість. Ми знаємо добре, що по німецькому боці фронту за той самий марш розстрілюють нещадно цілими тисячами українську патріотичну молодь.

Ми знаємо добре, пам'ятаємо і ніколи не забудемо, що діялось під час недавньої німецької окупації і ми знаємо так само добре, що ще й тепер діється по другому боці фронту, на останніх клаптиках української землі, які ще сьогодні є під німецькою окупацією».

Через побоювання бути викритими більшовиками УПА часто змінювали хвилі своїх радіопередач. Наприклад, «ловили» такі передачі на коротких хвилях 40–42 м., переважно вночі; кілька разів передавала УПА свої заклики і на коротких хвилях Києва 48–50 о 00.30 годині. Це свідчить, що після «Афродити» партизанське радіо не припиняло своєї роботи.

Були також спроби організувати у «вільному світі» радіостанції «для розголошення вісток та інформацій про безупинну боротьбу українського народу на рідних землях», як, наприклад, робила це таємна українська радіостанція , яка існувала в горах Арденах у Бельгії 1951–1952 роках, однак докладних відомостей про її роботу немає.

Водночас в інформаційному просторі все важливіше місце займає телебачення. Його поява стала результатом тривалого процесу досліджень і відкриттів, нових експериментів і оригінального використання вже набутих знань. Доцент З. Дмитровський схарактеризував досягнення, які становлять «передісторію» телебачення: (громовідводи, Вольтів стовп (дуга), електричні машини, телеграф, телефон, фотографія, кінематографія), винайдення диска Ніпкова (за прізвищем польського винахідника, який переселився до Німеччини) – пристрою для сканування (розглядання) зображень, частково механічної та частково електричної дії. Розгортку зображень виконували за допомогою поворотного диска, що мав кілька невеликих отворів по спіралі. «Однак ще не було усвідомлення того, що телебачення – це нова виробнича й суспільна система. Перехід від науки до зацікавленості у справі розвитку й удосконалення телевізійної техніки наочно відображений ходом експериментальних досліджень у цій галузі в США у 20-х роках, коли з периферійної галузі наукових пошуків телебачення перетворилося на справжнє поле битви, яка супроводиться комерційним шпіонажем могутніх інформаційних корпорацій, судовими баталіями за оволодіння патентами», – зазначив З. Дмитровський.

У квітні 1939 р. експериментальна лабораторія радіокомпанії Ен-Бі-Сі, встановивши антену на шпилі 102 поверхового будинку (до

речі, тоді найвищого на земній кулі), демонструвала відкриття Всесвітнього ярмарку у Нью-Йорку. Нечисленні глядачі біля маленьких екранів телевізорів уважно роздивлялися президента США Рузвельта, короля Великобританії Георга VI, інших осіб. Ця трансляція, по суті, стала першою інформаційною передачею американського телебачення. Вона запам'яталася публіці. Аудиторії дуже сподобалося не лише слухати інформацію, а й бачити подію, та ще й удома чи в кафе неподалік. Глядачі ставали немовби живими свідками події, її співучасниками. Відтоді пряма передача одержала назву «живої».

У Німеччині перші публічні досліди в галузі телебачення зроблено 1928 року. (Звідси завдяки винахіднику П. Ніпкову пішло механічне телебачення. Зрештою, німці невдовзі перейшли на електронний стандарт. Першого травня 1936 р. вони вже вели пряму трансляцію Олімпійських ігор зі стадіону у Берліні). За Німеччиною настала черга Англії (1929), згодом – Італії (1930) і Франції (1932). Регулярне публічне телемовлення найперше почалося в Англії – у 1936 р., навіть раніше, ніж у США. Проте справжня «телевізійна цивілізація» в Америці, Європі й у цілому світі настала після Другої світової війни.

В американській енциклопедії можна прочитати, що телебачення винайдено у США російським емігрантом Зворикіним. Однак документи свідчать про те, що одне з найбільших відкриттів XX ст. зробив українець Борис Грабовський.

Цікаву статтю Юрія Райхеля «Телебачення: такі різні долі винахідників» надрукувала газета «День» 16 листопада 2011 року. Автор детально описав винахідницьку діяльність Бориса Розінга і Володимира Зворикіна, їхній складний життєвий шлях. Однак у цій статті чомусь жодним словом не згадано ім'я українця Бориса Грабовського – творця електронного телебачення. Тому потрібно привернути увагу до нарису провідного наукового співробітника Інституту фізики НАН України, доктора фізико-математичних наук, професора В. Шендеровського «Син поета – творець електронного телебачення», який вміщений у книзі «Нехай не гасне світ науки» (3 вид. / За ред. Е. Бабчук. – К.: ВД «Простір», 2009. – Книга перша. – 416 с.).

Василь Шендеровський з'ясував, що «ідею послідовної передачі елементів зображення запропонували, за свідченнями дослідників, незалежно один від одного Н. Санлен (Франція), А. ді Пайва (Португалія) і російський вчений П. І. Бахметьєв. На практиці цю ідею здійснив польський інженер П. Ніпков, який запропонував метод механічного розгортання (диск Ніпкова) і тим самим започаткував механічне телеба-

чення (1884 рік). Наприкінці позаминулого століття американець Смітт відкрив внутрішній фотоефект (у 1873 році). Росіянин Столєтов у 1888 році винайшов так званий зовнішній фотоефект. Борис Розінг, викладач Петербурзького технологічного інституту, в 1907 році запропонував використати для відтворення зображень електронно-променеву трубку. Дев'ятого травня 1911 року йому вдалося здійснити першу телевізійну передачу в лабораторних умовах. Передавалося зображення решітки чотирьох смуг, розміщених перед об'єктивом передавача. Саме Борис Розінг отримав перший у світі патент – № 18076 на електронний телевізор. Передбачаючи велике майбутнє свого винаходу, вчений писав: «Опускаючи приймальні апарати такого телескопа в глибини океанів, можна буде бачити життя і скарби, заховані там... Хворий, прикутий до ліжка, буде бачити все, що відбувається на вулицях, майданах і в театрах...».

Залишилося сконструювати прилад (для передавання також електронним способом зображення) – передавальну телевізійну трубку, одне слово, створити такий собі комплекс, який має сьогодні назву телецентр. Це епохальне відкриття зробив Борис Грабовський, хоча його ім'я тривалий час було забуте.

Про життя та діяльність Бориса Грабовського, про його винахідницькі здобутки майже нічого не було відомо в Україні.

Нині встановлено, що Борис Грабовський навчався у дворічній спецшколі у Ташкенті. «Тут він вступив на підготовчий курс Середньоазійського університету. Одночасно, працюючи там лаборантом, займається дослідженнями з фізики. Знайомиться з професором університету Г. Поповим, а в його науковій бібліотеці – з роботами Бориса Розінга в галузі електронної телескопії.

Ідея пересилання зображення на відстань захопила талановитого юнака. Незабаром він створює катодний комутатор – першооснову передавальної трубки, за який отримує премію.

Борис Грабовський передовсім заглибився в суть механічного способу передавання імпульсів. Повіривши в слова Бориса Розінга, який ще в 1923 році писав, що «спроба побудови електронних телескопів на основі простої механіки матеріальних тіл, що дає в звичайних умовах такі прості і, здавалося б, легко здійснювані розв'язання проблеми, неминуче приречені на невдачу», він змушує електронний промінь «зчитувати інформацію», як кажуть тепер. Результати обнадійливі, але бракує знань. Борис їде до Саратова, де живе його тітка (сестра матері), яка знайомить його з математиком Піскуновим та фізиком Віктором Поповим, який ще до того ж був пристрасним радіолюбителем. Результатом їхньої

співпраці стала з'ява проекту телеустановки. «Проект заслуговує на те, щоби його теоретичну розробку направити на практичне дослідження... в Москву або Ленінград», – такий висновок голови комісії професора Саратовського університету Леонтьєва. Цією справою зацікавилися і військові відомства, які схвалили цю конструкцію.

Восьмого листопада 1925 року Борис Грабовський і його колеги зустрілися в Ленінграді з професором Борисом Розінгом на його квартирі. Той довго і зосереджено вивчав пояснювальні записки, схеми і після кількох хвилин роздумування схвильовано сказав: «Дорогі мої! Чи усвідомлюєте ви самі, до чого ви додумалися: зробити обидві сторони електронними, що дає ідеальну синхронізацію! Це – відкриття! Завтра ж подавайте заявку на патент...». Але лише через три роки дослідники отримали патент № 5592, а згодом, згідно з правилом міжнародної конвенції про винаходи, і додатковий патент № 16733. Саме ці документи і підтверджують пріоритет Бориса Грабовського на першу в світі цілковито електронну систему телебачення».

Винахідники назвали свій пристрій телефотом. Як стверджував Б. Грабовський, можливості застосування «телефота» безмежні.

«26 липня 1928 року в узбецькій столиці – Ташкенті комісія під керівництвом професора університету Златоврацького приймає експеримент, який проводить Грабовський і Бєлянський. Сталося чудо: на маленькому екранчику всі побачили обличчя Бєлянського. Це уперше у світі в природних умовах, за допомогою електронного методу, транслювалося рухоме зображення. Газета «Правда Востока» (№167) у статті «Новий винахід» писала: «Конструкція телефота Грабовського відрізняється багатьма особливостями, які не зустрічаються в жодному з подібних апаратів, винайдених в інших країнах і у нас, в СРСР».

А 4 серпня 1928 року апаратуру перенесли на ташкентські вулиці. За 30–40 метрів від передавача стояла камера-приймач. Навіть зацікавлені перехожі могли спостерігати зображення на маленькому екранчику: трамвай, що рухався, обличчя людей, різні предмети... Так почала діяти перша в світі телевізійна установка, в якій, за словами Розінга, «вдалося перекласти всю роботу по передаванню зображення на електроніку».

Згадаймо ще раз, що ця подія сталася 1928 року, а Зворикін, якому приписується пріоритет, тільки через рік, 1929 року виготовив кінескоп, 1931 року – електропроменеву трубку. То ж кому належить першість?..

Президент Міжнародної асоціації преси, радіотехніки і електротехніки Євген Айсбері у французькому науково-технічному журналі «Теле-

візіон» № 157 за 1965 рік писав: «Фактично стовідсоткова телевізійна система, що використовує трубку з катодними променями, була запропонована ще 1925 року російськими винахідниками Б. П. Грабовським, В. І. Поповим, М. Г. Піскуновим... На жаль, чудовий винахід не був гідно оцінений в роки, коли домінувала механічна система телебачення...».

Борис Грабовський отримав листа з Державного комітету з радіоелектроніки 23 грудня 1963 р., в якому зазначалося: «Ваш пріоритет на одержання рухомого зображення за допомогою «апарата для електронної телескопії» незаперечний, а факт видачі патенту юридично скріплює пріоритет за авторами винаходу». Згодом спеціалізована міжнародна комісія з ініціативи ЮНЕСКО дійшла щодо цієї справи незаперечного висновку, яким стверджується «факт здійснення Б. Грабовським та Бєлянським першого у світі телевізійного пересилання за допомогою електронних телевізійних пристроїв 1928 року...».

Отже, історія телебачення України розпочалася від 1928 р., коли талановитому фізику-експериментаторові Борисові Грабовському, синові видатного українського поета Павла Грабовського, вдалося зробити першу в колишньому СРСР і в світі телевізійну передачу.

Першого лютого 1939 р. розпочато телевізійне мовлення у Києві. Проте відомий дослідник телебачення України Іван Мащенко у книзі «Телебачення України» назвав іншу дату, посилаючись на енциклопедичний словник «Українська Радянська Соціалістина Республіка» (Головна редакція Української енциклопедії. – К., 1987), де у статті «Телебачення і радіомовлення» повідомлено, що телевізійний передавач у Києві почав працювати 1938 р. У 1949 р. на Хрещатику розпочалося будівництво телецентру в Києві. Його здали в експлуатацію 1951 р. 6 листопада 1951 р. вважається днем повоєнного відродження телебачення в Києві. Тоді показували художній фільм «Велика заграва». Зрозуміло, що в переддень 34-х роковин Великого Жовтня, яким і присвячувався пуск третьої в СРСР – після Москви й Ленінграда (Санкт-Петербурга) – і першої в союзних республіках студії телебачення, тільки й міг бути показаний такий революційний фільм. 7 листопада 1951 р. в Києві була проведена перша в Радянському Союзі позастудійна трансляція – показ параду і демонстрації, присвячених Жовтневим роковинам.

Першого травня 1955 р. почала діяти друга після Київської – Харківська студія телебачення. У 1956 р. засвітилися голубі екрани в Донецьку та Одесі. «У 1957 р. стала до ладу Львівська студія телебачення. На 770-му році існування міста Лева тут, на верхів'ї гори Високого Замку, побудовано телевізійну вежу, а трохи нижче – апаратно-студійний комп-

лекс Львівського телебачення. У квартирах кількох десятків львівських сімей 24 грудня 1957 р. уперше засвітився екран телевізора. Цього зимового вечора з ложі місцевого оперного театру звернулася з привітанням до глядачів чарівна жінка – перший диктор Львівського телебачення Стефанія Харчук». 30 квітня 1958 р. почала працювати телестудія у Дніпропетровську, 2 липня цього року – в Луганську, а у 1959 р. вийшли в ефір телепередачі у Сімферополі та Запоріжжі. 1961 рік: 1 вересня початок регулярних передач Херсонського телебачення; 1 червня вийшла в ефір перша передача Сумського телебачення, а 1 жовтня розпочала передачі Чернівецька студія телебачення. У листопаді 1967 запрацювала Закарпатська студія телебачення (м. Ужгород). «З її пуском завершився перший етап (1951–1967 рр.) створення програмних телецентрів в Україні. У 10 областях державні студії телебачення було створено лише на початку 90-х років».

У 1965 р. вперше вийшла в ефір загальноукраїнська (загальнореспубліканська) телепрограма, яку підготувала для українського телебачення Харківська телестудія. Цим започатковано «виходи» регіональних телестудій на Українське телебачення, хоча провідну роль у ньому й надалі відігравала Київська телестудія.

Серед перших програм українського телебачення практично не було власних передач: демонстрували циркові та театральні вистави, концерти, хоча найбільша частка припадала на трансляцію кінофільмів.

Оскільки розроблення телевізійної техніки відставало, тележурналісти, до середини 60-х років, вільно створювали прямоефірні телепередачі. Але з початку 70-х років усі передачі ретельно почали редагувати, монтувати, підчищати і після попереднього перегляду (в журналістських колах цей процес відомий як попередня цензура) дозволявся до виходу в ефір. «Благословляв» вихід в ефір передач представник з охорони державних таємниць в пресі, якого журналісти слушно називали цензором.

Дослідники історії журналістики згадують анекдотичні ситуації, до яких тоді вдавалася цензура і вимог якої повинні були дотримуватися телевізійники. Якщо, наприклад, аж ніяк не можна було обійтися без прямого ефіру, як під час трансляцій першотравневих чи жовтневих демонстрацій, то давали «живу» відеокартинку святкових колон, а музичний маршовий супровід – не вуличних оркестрів, а під фонограми із студійних магнітофонів, аби випадково якісь не ті вигуки чи мелодії потрапили в ефір. Для вечірнього ж повтору репортажу в записі його детально відмотували: на екрані вожді не повинні були позіхати, чухати носа чи дрімати в президії або за урядовою трибуною.

Нерідко при такій організації телеефіру траплялися різні кумедні випадки. Ветеран львівської телевізії Р. Саєнко згадував про один з них. Потрібно було транслювати з Москви промову М. Хрущова. А у цей час зі студії передавали концерт для переможців соціалістичного змагання – і все з однієї апаратної (тоді ще центральної апаратної не було). І в одній апаратній зійшлися дві творчі бригади. Можна уявити, який то був гардимер. Настав, зрештою, кульмінаційний момент. У концерті клоун Попов грає на балалайці, а на іншому контрольному моніторі – промовляє Микита Хрущов. Але чи то хтось зопалу натиснув не ту кнопку, чи, може, через несправну комунікацію, однак виходило так, що поважний промовець виступав ... під акомпонемент балалайки. Вийшов своєрідний мистецький монтаж, якого спеціально не придумаєш. Звичайно, промова Микити Хрущова мала тоді у Львові резонанс. Полетіли й «голови» багатьох працівників.

Інформаційний простір, окрім нудних, заідеологізованих програм, Москва також заповнювала пізнавально-розважальними передачами. Наприклад, «Союзторгреклама» передачею «Аукціон» переконувала глядачів купувати вітчизняні товари, які доставляли поштою. Про популярність передачі свідчить і те, що на адресу її творців надходило до 75 тисяч листів щорічно. Однак це не врятувало передачу від закриття. Причиною зняття програми з ефіру став такий випадок: на одну з програм, присвячену рибним продуктам, запросили міністра рибної промисловості, який на очах глядачів у прямому ефірі сам особисто закатав в одну з консервних банок золотий ланцюжок з бурштиновим кулончиком, пообіцявши, що завтра цей сюрприз надійде у продаж. На другий день усі консерви, особливо в Москві, були розкуплені. Однак передачу дивився головний ідеолог країни М. Суслов, який дуже обурився тим, що, мовляв, за кордоном можуть подумати, ніби в СРСР випускають продукти такої якості, яких без «сюрпризу» ніхто не купує. Тому передачу було закрито.

Для дітей з Москви транслювали передачу «Спокойной ночи, малыши», героями якої були свинка Хрюша і песик Стєпашка (ніби діти в Україні не мали своїх героїв-звіряток: лисички-сестрички, вовчика-панібратика, кози-дерези та інших). Зрештою, першими запротестували проти появи у дитячих передачах свинки Хрюші глядачі із Середньої Азії – мовляв, своєю появою на екрані свиня ображає релігійні почуття мусульман. Дехто з них навіть погрожував приїхати в Москву і зарізати Хрюшу, на що з Москви глибокодумно повчали мусульман, що «Коран забороняє їсти свинину, але на свиню дивитися не забороняє. А якщо не хочете дивитися – не дивіться».

Зрештою, з цією передачею згодом були пов'язані й інші прикрі випадки. Скажімо, у кінці кожної програми редакція пропонувала малятам подивитися якийсь мультфільм (ним завжди завершувалася програма). У середині 80-х років першим секретарем ЦК КПРС було обрано М. Горбачова. Одразу на низку мультфільмів, які до цього часу вільно показували в ефірі і в яких фігурував такий звір, як медвідь Михайло, було накладено табу. Особливо надовго був заборонений мультик, у якому Михайлик починав, але не доводив жодну почату справу до кінця. А коли у 1999 р. новим прем'єр-міністром Росії став Сергій Степашин, з передачі зник песик Стєпашка...

Нерідко Москва чітко вказувала, які передачі є обов'язковими для трансляції. Серед них, наприклад, інформаційна програма «Время», що вважалася обов'язковою для трансляції в усіх союзних республіках. Однак коли вітер перемін сколихнув республіки, першими у 1988 р. проти монополізму цієї інформаційної програми виступили країни Прибалтики, відтак до них приєдналася Україна.

Порядки на телебаченні аж до руйнування компартійного диктату й розпаду СРСР та утвердження незалежних держав були строгими. Заборонялося, наприклад, з'являтися на екрані людям з бородами, а тележурналістів, які мали сміливість приходити на роботу в джинсах, карали адміністративно або й звільняли з роботи.

Ще суворіше карали будь-які обмовки в ефірі. Жодних зайвих слів тележурналістам заборонено було вживати – в ефір повинно було йти лише те, що написано і завізовано відповідними редакційними службами й облітом, який фактично виконував обов'язки цензора. Як згадувала диктор львівського телебачення Т. Григораш, не дай, Боже, було сказати «Здраствуйте», якщо у тексті написано «Вітаємо». Існувала навіть спеціальна книга, в якій роз'яснювалося, що може і не може дозволити собі тележурналіст. Оскільки важко було дотримуватися заданих стандартів, особливо працівникам творчих професій, наприклад дикторам, то через їхні часті звільнення з роботи телестудії чи не майже кожних два-три місяці оголошували конкурс на ці вакантні посади.

Українські телевізійники, зокрема львівські, вважалися справжніми професіоналами, їхня інтелектуальна потуга була визнана в Москві, адже передачі українського телебачення, що потрапляли на екрани союзного телебачення, завжди отримували схвальні оцінки глядацької аудиторії. Цікавилися українськими телевізійними програмами у Болгарії, Польщі, Чехословаччині та в інших країнах соціалістичного табору.

Хоча закордонний глядач позитивно сприймав українські телепередачі, Москва, виконуючи брєжнєвсько-сусловські установки щодо

злиття націй і мов, робила усе, аби приглушити творчу ініціативу республіканських студій щодо розширення їхньої участі в міжнародному телевізійному обміні. Без дозволу з Москви будь-як ініціатива місцевих тележурналістів не могла бути реалізованою. Наприклад, редакція польської студії телебачення «Новини Бялистоцькі» (м. Бялисток) звернулася до харківської телестудії з листом, у якому пропонувала обмінятися творчими працівниками телецентру «строком на 2–3 тижні для ознайомлення з роботою редакцій». З цього питання навіть ЦК Компартії України не насмілився дати позитивну відповідь, а звернувся до ЦК КПРС з проханням «Просимо вказівок з цього питання».

Інший приклад. Керівництво тодішнього чехословацького радіо й телебачення звернулося до Комітету радіомовлення і телебачення при Раді Міністрів УРСР, що був найвищою інстанцією для українських теле- й радіожурналістів, з пропозицією укласти угоду про співпрацю між українським і чехословацьким радіо і телебаченням. Угода передбачала «обмін відповідними телематеріалами про досягнення в галузі промисловості, сільського господарства, науки й культури, а також артистами й журналістами, що працювали в системі радіо і телебачення». І знову треба було звертатися до всесоюзного партійного керівництва у Москві.

Творчість українських телевізійних і радіожурналістів була під постійним контролем партійних органів. Вони розглядали і затверджували плани роботи редакцій, робили закриті огляди телевізійних і радіопередач, заслуховували звіти керівників телерадіоорганізацій, нав'язували теми, які обов'язково потрібно було систематично висвітлювати. З позиції комуністичних ідеологів найважливішими напрямами функціонування телебачення і радіомовлення – возвеличення «великого російського народу», «соціалістичного способу життя», «мудрості комуністичної партії», «найсправедливішої Конституції СРСР», критика «загниваючого капіталізму», «американської імперіалістичної політики», таврування «українських буржуазних націоналістів», викривання «реакційних сіоністів», «релігії – опіуму народу» тощо.

Перше десятиріччя другої половини XX століття позначилося помітним політичним потеплінням на одній шостій нашої планети. Проте ні хрущовська відлига, ні брежнєвський застій, які прийшли на зміну сталінізму, не змогли внести докорінних змін у програмну зашореність радіомовлення і телебачення. Хіба що в результаті пошуків посилення впливу партійної пропаганди на маси та з урахуванням міжнародного досвіду з боку директивних органів було зроблено крен у бік зростання

радіоінформації, внаслідок чого після московського «Маяка» в Україні почала працювати музична програма «Промінь».

У період загострення боротьби за вихід України з СРСР, побудову самостійної, соборної держави населення Львова, інших західних теренів України хотіло почути оперативну, правдиву інформацію про політико-ідеологічну, соціально-економічну ситуацію, складне переплетіння бурхливих революційних подій. Офіційні засоби масової інформації, які перебували під суворим контролем комуністичних партійних органів, упереджено висвітлювали суспільно-політичний злам, оцінювали його негативно, трактували лише в руслі антиукраїнських комуністичних маніпулятивних міфологем.

Після перемоги на виборах національно-демократичних сил, коли головою Львівської обласної ради народних депутатів обрали В. Чорновола, на IV сесії І демократичного скликання Львівської обласної ради 31 січня 1991 р. було ухвалено створити радіоінформаційний центр «Незалежність». Головним редактором став І. Чудик.

Перший випуск інформаційно-аналітичної програми радіоінформаційного центру «Незалежність» прозвучав по львівській радіотрансляційній мережі 27 вересня 1991 р. Творчий колектив тоді здебільшого складався з молодих журналістів. Створення радіопрограм проходило досить складно – у суперечках, творчих муках, інколи навіть у сварках. Палко дискутували з приводу позивних. Вибрали початок мелодії стрілецької пісні «За Україну, за її волю...». Звернулися до композитора Ігоря Білозіра, щоб зіграв і записав мелодію. За один вечір було створено позивні, але ... з музичної фрази пісні І. Білозіра (на слова П. Запотічного) «Встань з колін, народе мій». Позивні вразили своєю незвичністю і дотепер звучать по радіо «Незалежність».

Докорінна зміна в інформаційному просторі України відбулася після відродження незалежності Держави. Адже «ідея українського державного самоздійснення» (О. Ольжич) твориться також мережами інформаційних комунікацій, структурним елементом яких є Суспільне телерадіомовлення, комерційні (приватні) та громадські телерадіоорганізації. Професор В. Мирончeнко слушно зазначив, що «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».

З перших днів відновлення незалежності України було здійснено заходи, які незважаючи на реальні труднощі, дещо сприяли удосконаленню національної системи радіомовлення і телебачення та приведення її у відповідність до демократичних засад суспільства та ринкової економіки. 21 грудня 1993 р. було ухвалено Закон України «Про телебачення і радіомовлення», у якому окреслено правове підґрунтя розвитку і функціонування українського радіомовлення і телебачення. У Законі України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення», прийнятому 23 вересня 1997 р., визначено параметри забезпечення свободи слова і масової інформації, прав та законних інтересів телеглядачів і радіослухачів, виробників і розповсюджувачів масової звукової, візуальної, аудіовізуальної інформації і даних, розробки і здійснення державної політики ліцензування телерадіомовлення, раціонального використання радіочастотного ресурсу держави, реалізації та контролю за додержанням законодавства України у сфері телебачення і радіомовлення. 17 квітня 2014 р. ухвалено Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» з метою задоволення інформаційних потреб суспільства, залучення громадян до обговорення та вирішення найважливіших соціально-політичних питань, забезпечення національного діалогу, сприяння формуванню громадянського суспільства[1].

Телевізійні й радіоканали, забезпечуючи доступ громадян до правдивої інформації, можуть виконувати своє покликання – бути на сторожі суспільних інтересів, формувати у глядачів і слухачів попит на абсолютні, національні, громадянські, сімейні, особисті морально-духовні цінності. Адже, «якщо народ поінформований, держава стоятиме, але через непоінформованість держава впаде або вироджуватиметься», – полюбляють повторювати цю фразу Бенджаміна Франкліна Бейча американські журналісти. Особливу цінність має правдиве, ґрунтовне, компетентне інформування громадськості.

Виконуючи бінарну функцію: репродукуючу і продукуючу, тобто відображаючи реальну дійсність і впливаючи на її творення, телебачення і радіомовлення може вносити свою вагому частку у процес формування українських національних, морально-духовних, державницько-громадянських цінностей.

[1] Аналіз функціонування телебачення і радіомовлення у сучасних умовах здійснено у наступних розділах підручника.

Запитання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте діяльність учених, відкриття яких стало передумовою для зародження радіотехніки у світі.
2. Г. Марконі і В. Попов: кому належить пальма першості у розробленні радіоапаратури?
3. Яке практичне використання радіо як засобу зв'язку?
4. Коли прозвучала перша радіопередача в Україні?
5. Формування системи радіомовлення як засобу масової комунікації.
6. Радіо на службі більшовиків.
7. Радіогазети – перші форми у розвитку радіожурналістики.
8. Особливості підпорядкування української радіожурналістики московським інтересам.
9. Як розвивалося радіомовлення у Львові, Луцьку та інших містах?
10. Загальна характеристика українського радіомовлення в роки Другої світової війни.
11. Якою була тематика радіопередач під час Другої світової війни?
12. Охарактеризуйте діяльність радіостанцій ОУН і УПА.
13. Підпільні радіостанції ОУН і УПА та їхній внесок у розвиток національної свідомості українців.
14. Українська радіожурналістика в повоєнні роки: пошук власного обличчя.
15. Хто виконав перше у світі телевізійне пересилання за допомогою електронних телевізійних пристроїв?
16. Коли розпочато телевізійне мовлення у Києві?
17. Які особливості розвитку телевізійної журналістики в Україні?
18. Схарактеризуйте ситуацію з повоєнним відродженням телебачення в Україні.
19. Окресліть етапи створення обласних телецентрів в Україні.
20. Назвіть телеорганізацію, яка започаткувала «вихід» регіональних телестудій на Українське телебачення.
21. Уплив московського радіо і телебачення на інформаційне поле України.
22. Назвіть проблематику жанрово-тематичної палітри радіопередач і програм телебачення у контексті комуністичної ідеології.
23. Письменник перед мікрофоном.

24. Наймасовіші господарсько-політичні кампанії та роль радіо і телебачення у їхньому проведенні.
25. Назвіть причини дозованого передавання інформації українськими радіо- і тележурналістами.
26. Причини посилення ідеологічного тиску на теле- і радіожурналістику.
27. Основні напрями функціонування телебачення і радіомовлення після відродження незалежності Української Держави.
28. Схарактеризуйте особливості здійснення Закону України «Про телебачення і радіомовлення» в умовах гібридної війни Російської Федерації проти України?
29. З якою метою було створено Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення?
30. Про які принципи і функції програмної політики мовиться у Законі «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України»?

Завдання для самостійної роботи

Студенти опрацьовують рекомендовану викладачем літературу, аналізують матеріали, які були передані в телеефір чи прозвучали по радіо на предмет висвітлення актуальних проблем українського державотворення, формування у глядачів і читачів українських національних цінностей.

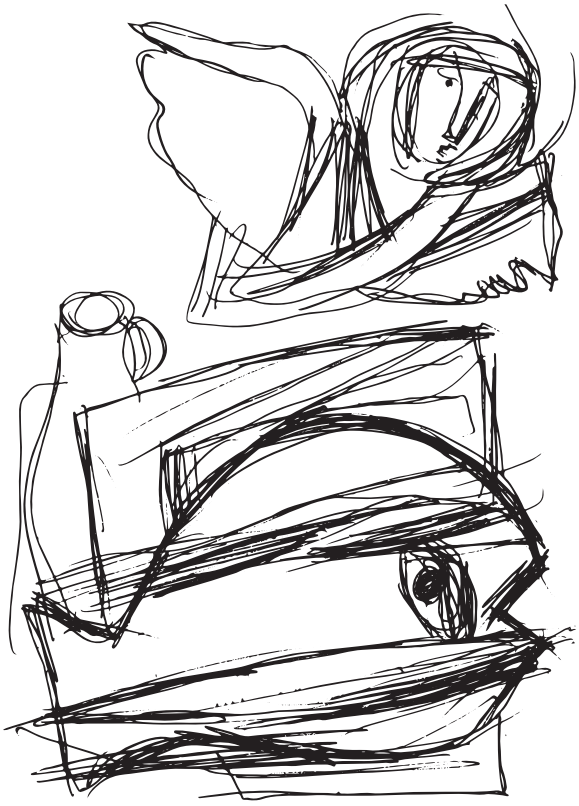
Література

1. Бабчук Е. Прямий ефір: з чого все починалось… Аналіз сучасного стану прямоефірних передач / Емма Бабчук // Ведучий у практиці сучасного радіомовлення : зб. навч.-метод. матеріалів. – К., 2006. – С. 9 – 19.
2. Білоус О. М. Регіональне телебачення для дітей: принципи, функції, тематика : навчальний посібник / О. М. Білоус. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 254 с.

3. Бойд Е. Телерадіожурналістика: техніка новин: Фрагменти з посіб. // Телекритика / пер. з анг. В. Коваленка. – 5-те вид. – Лондон, 2000. – http://telekritika.kiev.ua/articles/127/0/163/
4. Борис Л. Борис Грабовський – першовідкривач телевізійної ери / Л. Борис // Теле- та радіожурналістика. – 2017. – Вип. 16. – С. 46–58.
5. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіо менеджменту : підручник / Гоян О. П. – К. : Веселка, 2004. – 208 с.
6. Єгоров О. Що сталося з українським радіомовленням / О. Єгоров // Говорить і показує Україна. – 2003. – № 2.
7. Живі голоси України: нариси про радіожурналістів / Упоряд. Н. М. Сидоренко. – К. : ВЦП «Київський університет», 2004. – 242 с.
8. Іванов В., Мелещенко О. Комп'ютерні технології в засобах масової комунікації: сучасне та майбутнє / В. Ф. Іванов, О. К. Мелещенко. – К. : РВУ «Київський ун-т», 1999. – 173 с.
9. Історія національного радіоефіру: Архівні матеріали (1942–1969) / Упоряд. Н. М. Сидоренко. – Інститут журналістики. – К., 2004. – 115 с.
10. Карабанов М. М. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / М. М. Карабанов, С. О. Абрамов, В. І. Вайло, В. О. Горобцов, І. Г. Мащенко, В. М. Петренко, В. А. Петренко, І. С. Чиж, В. В. Юричко. – К. : «Дирекція ФВД», – 2006. – 647 с.
11. Клювак В. З історії Львівського обласного радіо та радіожурналістики у 20-х – 70-х роках ХХ століття (за матеріалами Державного архіву Львівської області) / В. Клювак // Теле- та радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 273–292.
12. Косик В. Вільний голос із Карпат / В. Косик // За вільну Україну. – 1997. – 27 лют.
13. Лизанчук В. Голос правди про національно-визвольну боротьбу українського народу / В. Лизанчук // Телерадіожурналістика : історія, теорія, практика, погляд у майбутнє. – Львів, 1997. – С. 64–73.
14. Лизанчук В. Бельгієць Альберт Газенбрукс і тепер би захищав Україну від московських загарбників // Лизанчук В. Так! Я – Українець! Вибрані публікації. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – С. 746–753.
15. Лизанчук В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.
16. Макар В. Пропагандивна діяльність УПА і її доповнення до пропаганди ОУН // Визвольний шлях. – 1982. – № 8. – С. 16–23.

17. Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. / І. Г. Мащенко. – К. : Вид-во «Україна», 2005. – 281 с.
18. Мащенко І. Лики і лиця телерадіопростору / І. Г. Мащенко. – К. : Татра, 2001. – 196 с.
19. Мащенко І. Міфи і реалії телерадіопростору/ Іван Мащенко. – К. : Татра, 1998. – 261 с.
20. Мащенко І. Телебачення України: Штрихи до портрета / І. Г. Мащенко. – К. : Ай-Пі-Київ, 1995. – 294.
21. Мирончeнко В. Інформаційне радіомовлення України: Сторінки історії / В. Я. Мирончeнко – К. : Дослідницький центр української преси, 1996. – 51 с.
22. Мирончeнко В. Основи інформаційного радіомовлення : підручник / В. Я. Мирончeнко – К. : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 1996. – 438 с.
23. Мороз В. Радіомовлення українського підпілля / В. Мороз // Телевізійна й радіожурналістика, – 2005. Вип. 6. – С. 159–179.
24. Нагорняк М. Нова ера в розитку українського радіо / М. Нагорняк // Українська журналістика – 99: Зб. наук. праць. – К. : ЦВП, 1999. – С. 155 – 158.
25. Омельяненко Ю. Телерадіомовлення України: шляхи становлення і розвитку / Ю. Омельяненко. – К. : Раритет, 2007. – 100 с.
26. Петренко Г. Ще про «Афродиту» / Г. Петренко // Визвольний шлях. – 1998. – Кн. 7. – С. 811–817.
27. Полковенко В. Майстерність українських радіопублiцистів. – К. : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 1970. – 184 с.
28. Полякова Т. О. Телевізійна журналістика в умовах інформаційного суспільства (структурно-функціональні трансформації : навч. посібник / Т. О. Полякова, В. Д. Демченко. – Дніпропетровськ : «Середняк Т. К.», 2013. – 170 с.
29. Райхель Ю. Телебачення: такі різні долі винахідників / Ю. Райхель // День. – 2011. – 16 листоп.
30. Савченко В. Минуле «далекобачення» / В. Савченко // Україна молода. – 2012. – 16 листоп.
31. Чічановський А., Шкляр В. Світ інформації: особистість, суспільство, держава // А. Чічановський, В. Шкляр. – К. : Слов'янський діалог, 1995. – 51 с.
32. Шевчук І. Особливості національного мовлення: на прикладі окремо взятого регіонального державного радіо / І. Шевчук // Ведучий у практиці сучасного радіомовлення : зб. навчально-методичних матеріалів. – К., 2006. – С. 70 – 79.

33. Шендеровський В. Син поета – творець електронного телебачення / В. Шендеровьский // Нехай не гасне світ науки. – К. : Вид. Дім «Простір», 2009. – С. 67–74.
34. Школьна О. Джерела з історії радіожурналістики // Журналістика: Науковий збірник. – К., 2005. – Вип. 4 (29). – С. 32–38.
35. Школьна О. Становлення радіоп'єси України (20–30-ті рр. // Журналістика: Науковий збірник. – К., 2003. – Вип. 2. – С. 21–29.
36. Шкраб'юк П. Голоси нічні і денні на хвилях радіо «Незалежність» / П. Шкраб'юк. – Львів : НВФ «Українські технології», 2009. – 222 с.
37. Яковець А. В. Телевізійна журналістика. Теорія і практика : посібник. – 2-ге вид., доповн. і перероб. – К. : Києво-Могилянська академія, 2009. – 262 с.
38. Якубенко Л. Впровадження цифрового мовлення на Сумщині – питання національної безпеки // Телерадіокур'єр. – 2008. – № 1.



Розділ ІІ.

Телебачення і радіомовлення в інформаційно-гуманітарному просторі України

Наше покоління бачить і відчуває, як завдяки новим технічним досягненням швидко перебудовуються електронні засоби масової інформації, триває переосмислення їхньої мети і завдань, змінюються творчі прийоми, стиль і технологія теле- і радіожурналістської праці, яскравіше виокремлюються особистісні пріоритети і «Я-концепція» журналіста.

Радіомовлення і телебачення перебувають на перехресті суспільно-політичних, соціально-економічних, духовно-культурних, морально-громадянських процесів, що відбуваються в Україні та світі. Вони, безперечно, впливають на розвиток і функціонування всієї системи електронних ЗМІ, які виконують бінарну функцію: репродуктивну і продуктивну, тобто відображають реальну дійсність і творять її.

Нагадаємо, що виникнення радіо сприймалося як реальне диво. Воно вражало уяву вченого і селянина, поета і музиканта, робітника і державного діяча. Перша радіомовна станція почала працювати 1920 р. у США. В Україні регулярне радіомовлення започатковано 16 листопада 1924 р. (м. Харків). Феномен радіо полягав у доступності сприйняття живої мови та у блискавичній оперативності повідомлень. Радіомовлення не тільки виправдало сміливі передбачення про його можливості, воно стрімко пронизало всі сфери суспільного життя: культуру, мистецтво, ідеологію, політику, освіту, науку, виховні процеси.

З виникненням телебачення мовилося, що «телебачення вб'є радіо». Були також думки щодо суперницької несумісності між пресою, радіо і телебаченням. Насправді, як підтверджує життя, різні засоби масової інформації доповнюють одне одного. Кожен володіє своїми можливостями, обмеженнями, вимогами, специфікою. Ще на початку 60-х років XX століття В. Саппак у книзі «Телебачення і ми» чітко окреслив особливості телебачення, назвавши його «вікном у світ». Це також засіб організації відпочинку аудиторії, бо пропонує глядачеві широкий вибір програм – художніх, розважальних, спортивних, створює «ефект присутності», бо за його допомогою глядач стає свідком події в момент, коли вона відбувається. Водночас телебачення достовірне, оскільки людина бачить на екрані подію, то може самостійно міркувати про неї та дійти висновків. Телебачення інтимне, адже, сідаючи перед телевізором, будь-кому здається, що саме до нього звертаються з екрана [25, с. 6–7].

Телебачення – специфічний візуальний засіб комунікації – володіє потужними можливостями сприяти формуванню у громадян України державницького мислення, як мислення національного, гуманного,

демократичного, громадянського, толерантного, патріотичного, відповідального за особисту долю, долю родини, суспільства, держави.

Як і радіомовлення, телебачення покликане допомогти українцям утвердити у свідомості національну гідність, повернути правдиву історичну пам'ять, сформувати громадянську позицію, духовну, морально-психологічну, естетичну цінність.

Святий обов'язок журналістів – донести до людей повний гуманістичний зміст української національної ідеї, всебічно, яскраво показати, що її незмінним складником і суттю є державна незалежність, національна гідність, висока моральність, самодостатня цінність особистості, добробут, розвинена самоповага і повага до інших, господарська дбайливість, чесність, порядність, патріотизм, взаємодопомога…

Українські електронні ЗМІ в сучасних умовах повинні займати конструктивну, державотвірну позицію. Саме журналістам має бути притаманне болісне відчуття справедливості, глибоке знання соціально-економічних, політико-ідеологічних, духовно-культурологічних, морально-психологічних проблем і громадянська відповідальність за кожне надруковане та мовлене в ефірі слово. Адже слово, як відомо, виконує три важливі функції: біопсихічну, розумову, трансцендентну. «Якщо твоє слово, оперте на доказах твого життя, мене вчить більше любити, більше працювати, навіть більше терпіти задля добра – то є добре слово, –підкреслював Блаженніший Любомир (Гузар). – Коли мене те слово вчить більше ненавидіти, руйнувати, не шанувати, принижувати других людей, не дивитися на їхні потреби, не дивитися на їхні права, прямо тільки себе пропихати – це є небезпечне слово» [28].

У цьому контексті і ведемо мову про роль, особливості функціонування телебачення і радіо у суспільно-державницькому житті України. Адже суспільство – це не одна партія, «народ – це не один клас чи окремий суспільний прошарок. Осердям народу є корінна, титульна нація, яка становить фундамент держави, – наголошує професор В. О. Карпенко. – Тому інтереси суспільства, інтереси народу, себто національно-державні інтереси мають ставитися вище від інтересів окремого класу чи окремої, хай і найчисленнішої, партії [13, с. 133–134]. З цього, власне, і повинні виходити журналісти, виконуючи свої соціальні функції на базі національно-державної, громадянської позиції, свободи і відповідальності за писемне, усне слово і зображення на телеекрані. Бо «немає інтересів вищих за національні. Вони вершина, вищої від якої нема» [19, с. 110], – підкреслював Левко Лук'яненко, над яким 27 років знущалися в концтаборах комуністичного тоталітарного режиму.

З огляду на те, що український історичний простір, вітчизняна історія є для українців надзвичайно важливим полем битви за свою автентичність, самобутність, національну ідентичність, покликання журналістів активно сприяти історіософському осмисленню сутності української нації, виявляти стрижневу лінію її історичного розвитку, відшукувати ланки зв'язку між давнім, сучасним і майбутнім.

Отже, як наголошують науковці П. Дворянин і В. Лизанчук, 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) інформаційно-гуманітарного середовища – мови, культури, моралі, духовності, позитивних звичаїв, що творять життєдайну соціокультурну історично зумовлену людську спільноту, яка об'єднана спільними ідеями, діями, традиціями, культурою і оформлена у своєму розвитку різними соціальними системами. Однією з таких систем є електронні засоби масової інформації.

Хоч нові медіа потужно розвиваються, традиційні ЗМІ (зокрема, телебачення і радіо) займають досить важливе місце в інформаційно-гуманітарному просторі України. Про це свідчать результати опитування, яке провів Київський міжнародний інститут соціології на замовлення Громадського об'єднання «Детектор медіа» і було представлено 21 березня 2019 р. в «Укрінформі». Жителі України здебільшого дізнаються інформацію про ситуацію в країні та світі з телевізора. На першому місці за популярністю – центральні українські телеканали: 74 % мешканців України стверджують, що головним джерелом інформації для них є телевізійні передачі. На другому місці і з суттєвим відривом – практично втричі менше, 28 %, – українські інтернет-сайти. Майже чверть населення України – 24 % – дізнаються новини із соціальних мереж.

За даними соціологів, у країні є кілька ТОП-каналів, які дивиться більшість населення країни. Це «1+1» (50 %), «Україна» (43 %), «Інтер» (34,4 %), ICTV (32,5 %), СТБ (31,4 %). Інші канали користуються популярністю не більше, ніж у 16 % жителів України.

Водночас, 41 % населення довіряє центральному українському телебаченню в питаннях висвітлення подій в Україні та світі. Найбільше довіряють телеканалу «1+1» – 24 %, 20 % – телеканалу «Україна», 15 % – «Інтеру», 15 % – ICTV, 13 % – СТБ.

Коли ж вести мову про соціальні мережі, то, як стверджують дослідники, абсолютна більшість користувачів – 74 % – віддають перевагу «Фейсбуку» як соцмережі, з якої вони отримують інформацію про дійсність, що їх оточує. «Інстаграм» для цієї мети використовує

третина населення – 34 %. Кожен п'ятий українець – 20 % респондентів – отримує інформацію з російських соціальних мереж «Вконтакте» та «Одноклассники» [8].

Експерт Н. Іщенко слушно зауважила, що українці продовжують вірити тому, що розповідають «олігархічні» телеканали. Але не можна не помітити, як поступово «підбираються» до провідних позицій онлайн-медіа та соціальні мережі, зокрема «Фейсбук» та «Інстаграм» [8]. Різноманітний «інформаційний фонтан» ллється на людей з екранів телевізорів, комп'ютерів, гаджетів тощо.

Десятого липня 2019 р. було оприлюднено результати соціологічного опитування «Динаміка суспільно-політичних процесів в Україні», яке проводила Соціологічна група «Рейтинг» на замовлення Міжнародного республіканського інституту (IRI) по всій Україні (крім окупованих російськими загарбниками територій Криму і Донбасу) з 13 до 23 червня 2019 р. Усього було опитано 2400 жителів України віком 18 років і більше. Допустима похибка не перевищує 2,0 %. З'ясувалося, що в молодіжному середовищі нові медіа перемогли телебачення або зрівнялися з ним, якщо йдеться про постачання політичних новин. У віці 18–35 років політичні новини отримували з телебачення (новини, програми) 54 %, з інтернет-веб-сайтів – 72 %, із соціальних мереж – 50 %. Для людей старшого віку (51+) джерелами політичної інформації були: телебачення (новини, програми) – 86 %, рідні, друзі – 22 %, радіо – 21 %, публікації в газетах та журналах – 23 %. «Детектор медіа» оприлюднив огляд тенденцій у телевізійному просторі України під час парламентської кампанії 2019 р., охопивши період червня – початок липня. У звіті зокрема зазначалося, що менеджери і редактори теле- і радіоканалів, обираючи, кому з політиків дати слово або кого з них згадати, керувалися в багатьох випадках не суспільною важливістю, а політичними інтересами і вказівками інвесторів та інших політичних патронів.

Парламентські вибори в телевізійному просторі значною мірою виглядали як третій тур президентських виборів. Головні гравці залишалися ті самі (щоправда, з дещо іншою дислокацією сил та появою кількох нових, зокрема «Голосу»). Так само незмінними були основні маніпуляції, до яких вдавалися медійники в інтересах своїх «хлібодавців». Натомість не вистачало адекватної інформації та аналізу програм, політичного та особистого бекґраунду, намірів кандидатів. Медійники не допомагали виборцям відокремити реальні проблеми та інформаційні приводи від штучно створених для передвиборчого піару.

Телебачення і радіо не впоралися з аналізом виборчих списків, не кажучи вже про мажоритарників від провідних політичних сил. У

новини потрапляли лише окремі найскандальніші випадки. Виборці нічого потрібного не довідалися про більшість «нових облич», які пройшли до Верховної Ради України. Виборці мали доступ до передвиборчих меседжів різних політичних сил, нерівномірно розподілених по різних теле- і радіоканалах. На жаль, мовиться лише про піар та приховану рекламу, а не про адекватну інформацію, яка стосується програми, політичного та особистого бекґраунду кандидатів, їхнього світогляду, громадянсько-державницької позиції. Фактично з новин виборець отримував ту саму інформацію, що з рекламних щитів та агітаційних листівок. Єдиними загальнонаціональними каналами, у передачах яких моніторинг не виявив матеріалів з ознаками піару чи прихованої агітації, – це «UA:Перший» і Перший канал Суспільного радіо. Але низький рейтинг цих медіа не давав можливості сприймати їх як вагомий фактор українського телерадіопростору.

Про тенденції медіакористування в Україні свідчать результати опитування, здійснені Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно зі соціологічною службою Центру Разумкова, з 14 до 19 серпня 2020 р. в усіх регіонах України окрім Криму та окупованих Росією територій Донецької та Луганської областей. Було опитано 2022 респондентів віком від 18 років методом інтерв'ю. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3 %.

Дослідники виявили, що, хоча центральні українські телеканали залишаються найбільш популярним джерелом новин – їх дивляться 75 % респондентів – частка тих, хто черпає інформацію з соціальних мереж, збільшилася майже в два рази – з 24 % у 2019 до 44 % у 2020 році. Ще більше зросла кількість українців, які дізнаються про події в країні та світі від родичів та друзів – з 11 % до 23 %. «Сарафанне радіо» вже почало конкурувати за третє місце із українськими інтернет-ЗМІ, з яких інформацію про Україну та світ отримують 27 % респондентів. На п'ятій позиції йдуть месенджери – Viber, Telegram, WhatsApp – з часткою 11 %. Українські загальнонаціональні радіостанції та загальнонаціональні друковані видання слухає та читає менше 10 % респондентів: відповідно 9 % та 8 %.

Соціологічне опитування зафіксувало значну залежність обрання каналів інформації від віку. Соціальним мережам віддають перевагу майже 70 % респондентів віком 18–29 років, та 64 % віком 30–39 років, серед аудиторії 60+ активно читають новини в соцмережах лише 14 %. Водночас першоджерелом інформації для громадян поважного віку головно є загальнонаціональні телеканали – їх дивляться 90 % респондентів віком 60 років і старше та 85 % – 50–59 років. Далі

йде поступовий спад: дивляться ТБ-новини 78 % респондентів віком 40–49 років, 65 % – 30–39 років та 54 % – віком 18–29 років.

До найпопулярніших телеканалів належать: «1+1» – 47,2 %, «Україна» – 38,3 %, «ICTV» – 36,6 %, «СТБ» – 32,2 %, «Інтер» – 30,6 %. Найменші рейтинги в «ATR» – 1,0 %, «Громадське ТБ» – 3,2 %, «UA: Перший» – 4,0 %, «Еспресо ТБ» – 6,9 %, «5 канал» – 8,9 %. У соціальних мережах першість тримає «Фейсбук», з якого черпають інформацію про ситуацію в Україні та світі 58 % респондентів. Новини з «Instagram» отримує 25 % опитаних українців. Значно відстають «Telegram-канали» – 9 % і «Twitter» – 8 %.

Аналізуючи результати опитування, експерт Наталія Іщенко зазначила, що українці насамперед хочуть аби «новини були а) цікавими, б) зручними та зрозумілими, в) оперативними, г) незаангажованими. Наші люди люблять цікаві, оперативні новини, в яких не будуть в позитивному ключі згадувати представників нетрадиційної сексуальної орієнтації чи проституток, пропагувати диктатуру чи наркотики. Прочитають чи подивляться все це вони на каналах олігархів чи у Фейсбуці» [10].

Зіставлення високих і низьких рейтингів зазначених вище телеканалів спонукає замислитись над змістовністю і якістю комунікації, інформаційною політикою держави. Результати дослідження засвідчують, що люди найчастіше обирають ті новини, які відповідають їхньому світогляду. Таке психологічне явище особливо небезпечне в умовах російської гібридної війни. Тому потрібно очищати інформаційний простір України від дезструктиву, дезінформації, маніпулятивної пропаганди, цілеспрямовано сприяти формуванню у людей української національної свідомості, високих естетичних смаків. З цією гуманістичною метою журналісти мають високопрофесійно, цікаво, переконливо пропагувати українські національні, моральні, духовні, соціальні цінності, які є надійним, стійким, міцним, життєдайним фундаментом для поширення національних орієнтирів, гармонізації і задоволення здорових потреб, інтересів усіх громадян.

Своє ставлення до функціонування телебачення і радіо, про мету і завдання, потребу займати державницьку, чесну, відкриту громадянську позицію і давати людям змістовні та правдиві відповіді на важливі національно-соціальні, суспільно-політичні питання, а не так звані «збалансовані» релятивістські повідомлення висловили у жовтні 2019 року студенти III курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка у письмовій роботі на тему: «Чому я дивлюся (не дивлюся), слухаю (не слухаю) передачі (назва теле- або радіоканалу)». Подаємо деякі коментарі-роздуми для ознайомлення.

Розчарувався у правдивості «ТСН»

«Телевізійна Служба Новин» – популярний інформаційний випуск. Раніше я дивилася «ТСН» як глядач, потім як майбутній журналіст, а зараз не дивлюся взагалі. Чому?

Не важко було помітити, як з початком виборчої кампанії (2019 р.) «ТСН» набула маніпулятивного характеру, адже відкрито рекламувала кандидата в Президенти України Володимира Зеленського. Журналісти знали, що їм довіряють і цим скористалися. Проте «ТСН» не тільки пропагувала Володимира Зеленського, а й поливала товстим шаром бруду Петра Порошенка. Я сумніваюся, що про Порошенка все правда, натомість Зеленський у них ідеальний.

24 березня опублікували на YouTube інтерв'ю, де усім відома Алла Мазур розмовляла з не менш відомим Зеленським. Назва «Про Донбас, Крим, МВФ та «Слугу народу». Так от, це «інтерв'ю» було настільки постановочне, що я ще більше розчарувалася у «ТСН» та правдивості їхніх новин.

Алла Мазур ставила Зеленському запитання, ніби вона стороння людина, але такі, які його показували з найкращої сторони. Якби ж він ще українською щебетав, то для продюсерів було б взагалі ідеально. Та й для Зеленського теж, але він реально не міг два слова зв'язати до купи українською. Говорив державною мовою рівно 20 секунд, а інтерв'ю тривало 16 хвилин. Згадали 2014 рік, коли пан Володимир сказав «Я готов стать на колени перед Путиным, только не ставте на колени Украину». Він доповнив «Я и сейчас готов на всё». На все – це на що? Віддати половину України Росії, домовлятися з Путіном, шукати компроміси? Дивно звучить, та навіть лячно. Говорили про мову.

– Мова зараз серед пріоритетів чинного Президента. Чи означатиме ваша перемога, що питання української мови перестане бути державним пріоритетом? Чи вважаєте ви, що потрібно захищати українську чи ні? – запитувала Алла Мазур.

– Українська мова захищається головним законом України. 10 стаття Конституції України. «Державна мова – єдина, українська». Що ще потрібно казати про це? Але влада повинна захищати, допомагати громадянам, які розмовляють іншою мовою, – відповідав Володимир Зеленський.

Це, до речі, він зумів сказати українською. З його слів випливало одне – ніхто не збирається підтримувати українізацію, яка розгорнулася. Тобто, українську мову захищає закон і на цьому крапка. Натомість громадян, які розмовляють іншою мовою (скоріш за все Зеленський говорив про російську), адже на своїй сторінці у соціальній мережі Istagram він заявив: «Не имеет значення на каком языке ты разговариваешь». Як це не має значення? Звісно, мова – душа кожного народу. То чому маємо вбивати українську душу на українській землі? У нас не заборонено розмовляти будь-якою мовою.

Але на службі в Україні, в усіх суспільно-політичних організаціях має звучати лише українська. Так, як у Росії – російська, у Польщі – польська, у Румунії – румунська, у США – англійська …

Я пишу це і мені боляче. Я не можу дивитися «1 + 1», де транслюють «95 квартал», «Слугу народу» й просто висміюють Україну й українців. А найжахливіше те, що людям смішно. Смішно тоді, коли треба плакати. Не можу дивитися «ТСН». Можливо, у них хороші звичайні інформаційні сюжети, але безпардонна підтримка Зеленського перебиває все.

Були ще запитання, відповіді, зокрема про економіку, повернення Криму й Донбасу, але слухати це все було важко. Наголошую, що я не вважаю ідеальним нікого з кандидатів, та Володимир – це вже занадто. Ніяк не можу зрозуміти, чому ж «ТСН» продалися. Невже вони з чистою совістю підтримують його? Навіть коли вибори закінчаться на користь Зеленського чи Порошенка, я не буду дивитися «ТСН». Тому, що для мене це вже продажні та проросійські новини.

Набагато краще читати книги, історію, дивитися й слухати тих людей, які від щирого серця бажають Україні добра. Але люди щодня вмикають новини, зокрема «ТСН» й слухають, слухають, слухають. А потім йдуть й роблять свій «правильний» вибір, бо не вміють фільтрувати все, що подають ЗМІ.

Я не засуджую тих, хто підтримав й підтримує В. Зеленського. Просто мені жаль, що багатьом українцям можна одягнути рожеві окуляри і на очі, і на вуха. У цьому наша велика проблема. Ми довіряємо тим, хто нам близький, хто давно з нами, але навіть близькі можуть, на жаль, обманювати.

Марта Занюк

Телевізійне зубожіння

Мені доволі рідко випадає «вельми жаданий» шанс подивитися телевізор. Однак, коли є така можливість, я користаюся нею у повній мірі, щоб пересвідчитися у черговий раз, що я абсолютно нічого не втрачаю від свого теленевігластва.

Змушена сказати, що ситуація складається не на користь голубих екранів. Річ не в тому, що я вчуся на факультеті журналістики і оцінюю контент критично й надто прискіпливо. Сучасне українське ТБ приносить шкоду не тільки молоді, а й більшості жителів країни, незалежно від віку, статі та робочої спеціальності. Воно фактично заворожує глядача, висмоктує його головний атрибут – увагу – і не залишає нічого після.

Це проблема насущна, проте її ніхто не вирішує. Бо зробити такий важливий крок, здійснити кардинальну революцію у системі телебачення і радіо з тією метою, щоб скерувати їх у продуктивніше русло, – то не так вже й

легко. Журналістика подібна до політики: вона встановлює прозору межу для народу, через яку переступати не дозволено, хоча вона здається вільно доступною. Маси піддаються впливу «червертої влади», яка у наш час є чи не найпотужнішою, і ніхто не в змозі цьому протистояти. Тому, як би це не звучало прискіпливо, але електронні ЗМІ задовольняють навіть аморальні потреби, які диктує глядач, тобто ми самі загнали себе у пастку. Адже, виявляється, нас нічого, окрім матюків, дурнуватих жартів, бійок, скандалів та нісенітниць – не цікавить! І у цьому парадокс! Чи варто так нарікати на ЗМІ, коли сам споживач інформації «їсть і не давиться»?

«Скільки голів – стільки і думок». Дискутувати з приводу теле- і радіожурналістики можна без кінця-краю. Розумні й досвідчені пишуть книжки, монографії, вкладають свої роздуми, умовиводи у модерну оправу й пишаються тим, що слово вилетіло на свободу рефлексивних просторів. Ось воно сіло комусь на тім'ячко, або клює гострим дзьобом, однак то лише на якийсь часовий проміжок. Потім візуальне сприйняття поступово слабшає, мозок втомлюється від розумового перенавантаження й, кінець кінцем, увага розсіюється. Птиця слова летить, людина вмикає «кольоровий ящик» і продовжує щоденне накопичення псевдоінформації. Це елементарна істина. Ми знаємо її, як свої п'ять пальців, але від того реальність не стає кращою. Усе зводиться до одного: або ти дивишся і деградуєш, або не дивишся і розвиваєшся. Регрес не особливо приємна перспектива, навіть для людини заурядної, тому більшість обурюється на сучасне телебачення і радіо через їхню опосередкованість, легковажність.

Я не говорю про всі телепрограми, адже деякі з них тішать прозорістю, інтелектуальністю, дотриманням журналістських стандартів, врешті-решт! Однак є умовний список найяскравіших прикладів їх антиподів, так би мовити. Ми дозволимо собі виокремити три основні проблеми українського телебачення і доповнити їх вищенаведеними «зразками». На щастя, чи на жаль, вибрати є з чого...

По-перше, це надмірність розважального контенту, замість серйозних та важливих тем. Сфера гострих політичних, соціальних, економічних прорахунків чи звершень ретельно замасковується камуфляжем із яскравих кадрів, харизматичних телеведучих або новин, що впливають на емоційну складову людської психіки. Те, що колись було створено для легкої розрядки після аналітичних програм, тепер стало регулярною стимуляцією розумової стагнації.

Як індивід може спрямовувати свої міркування на щось інтелектуальне, духовне, якщо йому постійно нав'язують примітивні шаблони сприйняття дійсності, до того ж способом перманентного розсіювання уваги. Вона розлітається на будь-що, відкидаючи головне. Ілюзія, яка є необхідною для об'єднання широких мас, стає реальністю й інтегрує всіх у ватагу недороз-

винених суб'єктів суспільства. Ми можемо присвятити дві години відвертій маячні, навіть не помітивши цього! Сучасне українське телебачення має здійснювати просвітницьку функцію, навчати азам історичного минулого, геополітики, мистецтва та іншим галузям людської діяльності. А що ми отримуємо? Такі телепрограми, як «Говорить Україна», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Один за всіх», «Вагітна в шістнадцять» – це телевізійний бруд, що засмічує свідомість більшості українського населення. Це настільки огидно, що не мало б взагалі права на існування де-факто, але не де-юре! У цьому і вся печаль! Невже клоунада, відверті сцени насилля та зубожіння – це єдине, на що ми заслуговуємо?

По-друге, це апеляція українських електронних ЗМІ до емоціо глядача: коли «сенсація» важливіша за конструктивний інформаційний звіт. Природа людини прагне до щосекундного збагачення досвідом з нових фактів та подій. З особливою інтенсивністю мозок працює на запам'ятовуванні яскравих моментів, залишаючи поза фокусом складні й непоказні. Така робота нашої пам'яті є абсолютною нормою. Однак цей аспект робить людину особливо вразливою, якщо його використовує телебачення і радіо у своїх маніпуляційних техніках. Подібну стратегію застосовують «ТСН» для того, щоб привернути якомога більше уваги: злочинець вбив бабусю чи зґвалтував молоду дівчину, у якійсь області дитину загризли собаки, дві машини потрапили в аварію, стався землетрус і т. д. Новини про політичне становище в країні, нові наукові відкриття, культурні тенденції не складають Топ–5. Аж ніяк! Суцільна вода, яка скоро вийде з берегів плазми й почне переповнювати кімнати своїм деструктивним контентом (якщо вона вже цього не робить). Прикро, що «ТСН» «вражає», а не інформує, до прикладу.

Хай там що, але дивитися з серйозним обличчям на те, як на Київщині нібито сваряться жителі двох сіл «Гребені» та «Юшки» (хоча насправді місцеві до приїзду знімальної групи «ТСН» навіть не підозрювали про наявність конфлікту) – це абсурд! Новина настільки беззмістовна, настільки «висмоктана з пальця», що хочеться волати від парадоксального запитання: «Як це взагалі можливо на перших кнопках країни?» І це не перший подібний прецедент! Випуск новин на «плюсах» – це або страшне, криваве і смертельне, або безглузде і несуттєве! Ну, якраз для перегляду «теліка» під «макарони» згодиться! Щоб не вмикати мозок ніколи!

По-третє, приватизація олігархічними компаніями чи владними персонами медіахолдінгів і диктування власної редакційної політики з елементами маніпулятивної пропаганди або неприхованої антиукраїнської агітації. Свобода слова залишається лише у цій фразі. Висвітлюється те, що вигідно власнику, або вихваляється його провідна роль у всіх життєвих сферах.

До прикладу, канал «Україна» є власністю пана Ахметова, відомого мільярдера, що нещодавно злетів із заповітних позицій рейтингу «Forbes». Звичайно, підконтрольні ЗМІ говорять про порядність, шляхетство та чесність

олігарха, його особистий вплив на економіку та культуру, формуючи йому репутацію благодійника. Така інформація постійно зазначається у новинній програмі «Сьогодні». А, насправді, чи доцільно взагалі говорити про «ореол святості» особи, котра нагромаджує величезні статки на мозолях мільйонів глядачів, а потім за них купує розкішні вілли?

Ще одна улюблена фігура каналу «Україна» – Олег Ляшко. Є привід чи нема – його персона на вищій ланці суспільного добра! До прикладу, на 8 березня пан Ляшко обіцяє якійсь жінці, що за дитину вона буде отримувати більше, ніж п'ятдесят тисяч гривень. Знову ж таки його нескінченні чудотворні програми влаштування житла для переселенців. У випуску новин «Сьогодні» усі ці благодійні внески ретельно пропагують, на них декілька разів наголошують і подають, як акт «небаченої доброчинності»! Прекрасне «дотримання» журналістських стандартів, з урахуванням ще й того, що усі ці «Геркулесові подвиги» були вчинені Олегом Ляшком напередодні виборів.

Отож, думка множиться негативом, тому слід припинити її розвій. Суб'єктивізм властивий кожному, і, власне, з нього виникають ідейні начала, що згодом перетворюються у раціональні ствердження. Можливо, колись електронні ЗМІ змінять вектор свого спрямування і трансформуються у якісніший соціальний ресурс. Проте, наразі, я констатую дійсність: ЗМІ стають фальсифікаторами. Від нас залежить усе і нічого від нас не залежить, бо ми сукупність перед телевізором і роз'єднаність за його межами. А має бути навпаки. Кожен чогось чекає і просто не усвідомлює, що ми вже у пастці регресу.

Фактично, це, як ракова пухлина. Ти підозрюєш, що в організмі якісь деструктивні зміни, але не хочеш йти до лікаря, бо «може, якось пройде». А ракова пухлина росте і поступово це призводить до невиправної помилки. Можливо, слід замислитися нам, майбутнім творцям медіареальності, що середньостатистичний споживач скоро зубожіє від своєї інертності, нерозбірливості та байдужості!

Не хочеться будувати українську телерадіожурналістику на кістках «здорового медіасуспільства». А рухаючись у цьому фарватері, ми вже однією ногою в ямі...

Анна Гетманова

Більше не дивлюся телеканал «1+1»

Телеканал «1+1» – багато років ці слова асоціювалися виключно з професійністю і правдивістю. …Запах шкварок, вареники на столі та старенький телевізор збоку. На фоні голос журналіста ТСН, а за столом розмови про останні політичні новини. Так було в моєму солодкому дитинстві щонеділі.

Я приходила з батьками після церкви до бабусі і ми обговорювали усі події, які сталися за тиждень.

– А ти чула, як по «1+1» журналістка розповідала про Януковича? –каже до мами бабуся.

– Ага, я вчора весь день новини дивилася. Було би добре, якби Ющенко виграв. Всі кажуть, що він може бути гідним президентом. Може заживемо краще, якщо він буде при владі.

У моїй сім'ї всі завжди довіряли телеканалу «1+1». Слова журналістів жодного разу не ставили під сумнів. Кажуть, краде – значить краде і нема чого цій людині довіряти. Коли на певному телеканалі говорили погане про когось, я не вірила, бо ж то не «1+1». От вони б точно правду сказали.

Для мене все змінилося, коли цього року свою кандидатуру на виборах президента висунув Володимир Зеленський. Думаю, якби я не вчилася на факультеті журналістики, то й не помітила б нічого дивного у поведінці журналістів «1+1». Але зараз я на третьому курсі і трохи навчилася розрізняти правдиве інформування від маніпулятивної пропаганди та агітації за кандидата.

«1+1» для мене продукт діяльності Коломойського. Він повністю висвітлює його погляди і позицію. Тому говорити про моральний професіоналізм журналістів, які там працюють, сенсу немає. Вони «сліпі» слуги системи і свого пана.

Думаю, інтерв'ю Зеленського на «1+1» з Аллою Мазур багато хто бачив, але чи зуміли збагнути його суть? Просте запитання – розмита відповідь. Жодних запитань до відповідей кандидата, жодних прихованих насмішок, як це роблять з іншими претендентами на посаду глави держави. Лише святе розуміння між інтерв'юєром та інтерв'юйованим. Та й трохи дивно, що Зе, який не дає інтерв'ю і не ходить на дебати, вирішив розмовляти саме з журналістами «1+1». Чи не тому, що наперед знав: ніяких гострих запитань не буде, його ніхто не «завалить», і що він постане лише в гарному світлі.

«1+1», Зеленський та Коломойський – це одна діюча система. Ці поняття взагалі не слід розглядати окремо. Вони як Тимошенко і безглузді обіцянки – нероздільні.

А чи не дивно, що діючий Президент України Петро Порошенко з кожним випуском новин, з кожною маленькою новиною на сайті постає перед нами у все гіршому світлі. Система Коломойського веде приховану війну з Порошенком. Чимало людей, ясна річ, цього не помітили. До них раптом прийшло усвідомлення, що Зеленський не такий вже й несерйозний, що може справді стати хорошим Президентом України. Та й Порошенко, очевидно, дуже поганий, про нього тільки й говорять, що корупціонерів не посадив і війну не закінчив. Але «1+1» мовчить про те, як він розбудував армію, як відкрив для

українців Європу, як мову українську поширив по всій країні. Найголовніше – він підняв державу навіть під час російської агресії.

Найгірше те, що звичайне населення чомусь не розуміє цього, не бачить як журналісти «1+1» з професіоналів опустилися до рівня кріпаків свого власника. Моя бабуся і далі дивитися ТСН, і далі їм довіряє.

Очевидно, що у команді Зеленського є дуже сильні політтехнологи. Його агітація настільки продумана, що проста людина її просто не помічає. До прикладу, день тиші. За законом усі банери з обличчям кандидатів та агітація суворо заборонені. Ясна річ, що не всі претенденти цього дотримуються, і по країні красуються обличчя політиків. Команда Коломойського робить по-іншому. По «1+1» весь день транслюють документальний фільм про 40-го президента Америки Рональда Рейгана, а озвучує його, як ви вже здогадалися, сам Зеленський. Чим вам не агітація? Фільм проникає у підсвідомість українців і доводить, що Зеленський такий же як і Рейган, і що нам варто за нього голосувати. Але багато хто не бере до уваги суттєвий факт: Рейган ніколи не принижував свою націю, не називав Америку акторкою з німецького кіно для дорослих, він не був коміком. Рейган грав ролі ковбоїв, поліцейських і просто хороших хлопців. Найголовніше з усього те, що перед президентством він був губернатором Каліфорнії. В нього був політичний, управлінський досвід. Обов'язок перед усіма американцями не звалився на його плечі зненацька. Ніхто з моїх друзів, які не вчаться на факультеті журналістики, так і не побачили в цьому прихованої маніпуляції.

Серіал «Слуга народу» – це геніально продумана багаторічна агітація. У передвиборчий період, у прайм-тайм, коли всі українці збираються перед екранами телевізорів, транслюють третій сезон горезвісний серіал. У той час, коли інші кандидати платять шалені гроші за півтори хвилини реклами, Зеленський отримує 2 години якісної агітації. Це абсолютно несправедливо щодо інших кандидатів. Закон мав би заборонити трансляцію такого серіалу у передвиборчий період. Коли Арнольд Шварценеггер висував свою кандидатуру на посаду губернатора Каліфорнії, день перед виборами по всій Америці заборонили показ фільмів з його участю.

Я не можу більше дивитися «1+1». Мене від нього нудить. Телеканал, який стільки років мав репутацію правдивого медіа, перетворився у сліпе знаряддя власника. Зараз я розгублена.

Найгірше в цьому – не моя розгубленість і розчарованість, а те, що мільйони українців продовжують вірити «1+1». На ТСН про Зеленського ніколи не говорять критично, Порошенка завжди засуджують і такий месенджер проникає в підсвідомість українців і не всі з них, на жаль, можуть з цим боротися.

Софія Мінджоса

Поліпшуймо якість телевізійного контенту

Пригадую, що після школи полюбляла дивитися мультфільми. Пізніше – був підлітковий вік, який розпочався одночасно з Революцією Гідності. До чого тут вона? Завдяки емоційним сюжетам на телебаченні з легкістю можу пригадати моменти з відео. Це був страшний час. Від перших ноток жалібної пісні «Гей, плине кача...» мурашки пронизували все тіло, а очі наповнювались слізьми. Тоді і виникла в моїй голові думка щодо майбутньої професії. З часом вступила на омріяний факультет. І ось коли доторкнулась до журналістики, почала дивитися сюжети під іншим кутом.

Не віриться, що не так давно у наших бабусь з дідусями, такого приладу як «телевізор» не було. Коли ж настала ера цього «чуда техніки», люди, наче зомбі, збирались у місці, де був телевізор. Всі дружно дивились один серіал або кіно, слухали новини. Для них телебачення було розвагою і джерелом інформації. Проте зараз людей не здивуєш смарт телевізорами або функцією «підключення до wi-fi».

У XXI ст. маємо змогу користуватися не лише газетами, радіо й телебаченням. Вже давно з'явилися Інтернет видання та інші платформи (наприклад, YouTube), з яких ми можемо дізнатися потрібну нам новину. Такі платформи дають можливість почерпнути інформацію в будь-який час та в будь-якому куточку світу.

Мережа поступово, але впевнено знищує монополію телебачення. Як на розваги, так і на інформацію. Жодне гумористичне шоу не здатне конкурувати з YouTube, як жодне реаліті-шоу – з соціальними мережами. В Інтернеті немає потреби чекати на час випуску новин – вони завжди під рукою в режимі онлайн.

Ми стали лінивими. Ми не розвиваємо свої інтелектуальні здібності, а навпаки – притуплюємо. Телебачення, до якого ми звикли, надто просте. Це частина нас самих. З року в рік українці все більше й більше зловживають переглядом популярних телеканалів, які не завжди несуть цінну інформацію. Якщо звернути увагу на телеканал «1+1», то ми побачимо, що близько 90 % інформації, що подають у новинах – негатив. Це повідомлення про катастрофи, різноманітні кризи, вбивства, аварії і т. п. Людей просто залякують. Після перегляду таких вражаючих новин пропадає бажання дізнатись наступного разу, що відбувається у світі. Вплив таких новин стимулює поганий настрій, депресію. Після цього соціум не може бути цілком психічно здоровим, на жаль. Це стосується й дитячих програм. Більшість із них нічого доброго не розвивають у дітях, навпаки –притуплюють їхні таланти.

Навіть якщо вдається знайти собі щось до смаку, потрібно витерпіти чергове випробування – рекламу. Не дивно, що молоді люди все частіше «зависають в Інтернеті» , знаходячи там усю потрібну інформацію. Проте мар-

кетологи дісталися й до Всесвітньої павутини. Однак з тривалістю реклами на телебаченні не порівняються.

Всім відомо, що журналісти впливають на формування індивідуальної і громадської думки. Як кажуть у народі, куди вітер повіє, туди й зігнемось. Так і з людьми, які не аналізують інформацію, а просто «ковтають не пережовуючи».

Під час передвиборчої компанії 2019 р. українські електронні ЗМІ виразно проявляли свої симпатії та антипатії. Якщо бути уважним, то зрозуміємо, що телеканали «1+1», «Прямий», «Україна», «Інтер», «NewsOne», «112 Україна», «Наш» – найяскравіше виражали свої політичні позиції.

Наприклад, симпатії каналу «1+1» на стороні Володимира Зеленського та Олександра Шевченка, а ось чинну владу на ньому постійно критикували, в тому числі Петра Порошенка. Зате канали «Прямий» та «5 канал» відверто симпатизували Порошенку. При цьому на «Прямому» звучала «нищівна критика» на адресу Юлії Тимошенко і Володимира Зеленського.

Телеканал «Україна» демонстрував симпатії до кандидата від «Опозиційного блоку – партії миру та розвитку» Олександра Вілкула, і в той же час критикував кандидата від «Опозиційною платформи «За життя» Юрія Бойка. Кампанію Бойка активно висвітлював і підтримував телеканал «Інтер».

Канал «NewsOne», за оцінками експертів моніторингу, також відкритіше підтримував Бойка. Канал «112 Україна» найбільше уваги приділяв вихвалянню Медведчука, Бойка, Рабіновича та критиці Порошенка.

Майже всі медіа демонстрували свої симпатії або антипатії до тих чи інших кандидатів на пост президента. У більшості випадків це можна пояснити не так позицією самих журналістів, як позицією медіавласників, для яких найважливішими власні політично-економічні інтереси.

Але журналісти мають виробляти у себе національно-державницьку позицію. Вони повинні стимулювати бажання у людей глибше пізнавати правдиву українську історію, національну культуру. На жаль, майстри слова часто грішать «сухими» сюжетами про національно-культурні події. Не шукають родзинку у темі, а висвітлюють дуже плоско, не вміють зацікавити корисною інформацією, щоб людина перед телевізором не тільки відпочивала, а й духовно та інтелектуально збагачувалася.

Чужинці-власники каналів зацікавлені, щоби українці були сірою, послушною масою. Адже поміж вражаючих новин та різних російських серіалів нас годують рекламами. Через рекламу багато молодих людей перестало дивитись телепередачі, бо їх дратує безцеремонна реклама. Вони знайшли для себе YouTube. Проте і там цього року їх наздогнала білявка з косою на голові.

Безперечно, телебачення залишається наймасовішим засобом впливу на людей, тому якість новинного контенту потрібно поглиблювати. Тоді і рейтинги зростатимуть, і люди «чужого будуть навчатись і свого не цуратись».

Уляна Анкотович

Студентські огляди матеріалів електронних ЗМІ свідчать про те, що досить багато теле- і радіоканалів, інтернет-сайтів зосереджені на промиванні мізків, а не на правдивому інформуванні та просвітництві, а ті електронні ЗМІ, які намагаються займатися національно-духовним просвітництвом, пропагандою мовно-культурних здобутків, на жаль, скочуються на маргінес через відсутність державної підтримки, суспільного запиту та інвестицій. Водночас через інформаційно-технологічний пресинг відбувається масштабний наступ на українські національні цінності. Громадяни України зазнають подвійного інформаційно-психологічного тиску: від процесів глобалізації світу та багатовікової російської антиукраїнської політики. Адже вся історія творення Російської імперської держави – це водночас історія переплавлення різних ідентичностей (насамперед української – В. Л.) в одну – російсько-православну, російсько-імперську, російсько-азійську, – наголосила О. Пахльовська.

Філософ Ігор Лосєв слушно написав у газеті «День»: якщо вірити зомбоящику, то гіршої держави, ніж Україна, у світі немає. Йде суцільний потік «чорнухи», вбивства, крадіжки, пограбування, масові епідемії, всілякі провали й тотальний ідіотизм на всіх рівнях. Телебачення разом з політиками перетворило політичне життя країни на балаган. У такій атмосфері люди можуть проголосувати навіть за біса з рогами, не те що за примітивного скомороха. Зникають межі між правдою і брехнею, благородством і підлістю, припустимим і неприпустимим [18].

Такий хаос, створений зовнішніми і внутрішніми ворогами, сприяв тому, що «в Україні з'являються не просто проросійські політики, а прямі агенти російських спецслужб» – сказав в інтерв'ю телеканалу «Еспресо-TV» московський адвокат Марк Фейгін. Маніпулюючи фактами, подіями, явищами журналісти телевізійних каналів «112 Україна», «NewsOne», «ZIK», «Наш», «Інтер» наполегливо нав'язували думку глядачам, що головними небезпеками для України та українців стали соціально-економічні проблеми, а не російська гібридна війна. Свідченням такої «віртуальної реальності» є результати спільного опитування Центру «Соціальний моніторинг» Українського інституту соціальних досліджень імені О. Яременка і компанії «Інфо Сапієс», проведеного 19–30 січня 2019 року. 10 000 респондентів в усіх областях України (без урахування населення Автономної Республіки Крим і окупованих територій Донецької та Луганської областей) найбільшими загрозами назвали: виїзд українців за кордон (55 %), економічний занепад (52 %), зубожіння населення (47 %), девальвація гривні (39 %). І лише на п'ятому місці – вже серед другорядних загроз – опинилася повномасштабна війна Російської Федерації проти України.

Як бачимо, медійна матриця ігнорування російсько-української війни і фокусування на «грошах» спрацювала ефективно та результативно. Зазначаємо, що у 2018–2019 роках завдяки маніпулятивній пропаганді найпотужніших електронних ЗМІ набули популярності «зубожіння» і «тарифний геноцид». Безперечно, зарплата, пенсія, стипендія, вартість ліків, ціни на газ – реальні життєві проблеми. Але доброякісного аналізу реальності в рейтингових медіа не було. Усі популярні рецепти вирішення важливих для українців соціальних проблем носили казковий характер. На жаль, досі казкові чудеса не стали реальністю. Це є також наслідком того, що в жодному популярному медіа не було презентовано людям повного та об'єктивного аналізу того, як кандидати будуть вирішувати завдання, що стоять зараз перед країною. Натомість чемпіонський титул виграв абсолютно віртуальний план дій віртуального персонажу у віртуальній державі, «дуже схожій на сучасну Україну», але в якій немає війни з Росією [11].

Безпрецедентна гібридна війна Російської Федерації проти України і Європи також спонукає по-новому осмислювати морально-психологічні, професійно-етичні, політико-ідеологічні засади функціонування телебачення і радіо. Адже агресивний потік зростаючої інформації призводить до того, що людина втрачає здатність опиратися інформаційній навалі, вибирати потрібну правдиву інформацію. Людина розчиняється у павутинні електронних ЗМІ, а нова інформація лише ускладнює і без того складний навколишній світ.

Відомий російський медіаексперт І. Яковенко слушно наголошує, що «ЗМІ в Росії є найнебезпечнішою структурою, набагато небезпечнішою за «Аль-Каїду», набагато небезпечнішою за терористичні структури, тому що вони є спусковим гачком для перетворення моєї країни Росії на найнебезпечніший геополітичний об'єкт у світі» [29]. ЗМІ, особливо телебачення і радіо, як свідчить аналіз журналістських матеріалів, виконують функції дебілізації населення Російської Федерації та України, мобілізації Росії на те, щоби населення підтримувало війну з Україною, а частина – ще й брала активну участь. Чимало російських журналістів є активними учасниками путінської спецоперації проти України. Вони психологічно обумовлювали, обґрунтовували насамперед у головах росіян ненависть до українців. Підтвердженням цьому є соціологічні дослідження, за даними яких 83–87 % росіян у 2014 році підтримували путінську антиукраїнську війну. Україна у свідомості російського суспільства вважалася другою за ворожістю до Росії після США. Шкода, але Путін і російський народ у 2014–2019 роках були єдиними. А толерантність, гуманність, взаємоповага, дружба, про які

до нападу Росії на Україну багато мовилося в російських ЗМІ, закінчуються для росіян там, де бере свій початок духовно соборна, незалежна, демократична Україна.

Безперечно, інформаційно-психологічну і військову агресію Російської Федерації проти України може припинити лише той, хто її розпочав. Жертва, яка протистоїть агресії, припинити її може, лише припинивши опір, тобто коли капітулює, ставши навколішки перед ворогом, або добившись справедливого миру. Путін розпочав війну для того, щоб остаточно розв'язати українське питання. Аби не було такого «неіснуючого», на його думку, народу (оскільки народ тут лише один – російський), не було Української Держави, що є, за Путіним, випадковістю і помилкою історії. Тому російські та промосковські електронні ЗМІ в Україні застосовують різноманітні методи і форми руйнування традиційного українського життєвого середовища, національної ідентичності, відчуження від рідної мови, культури, вироблення в українців почуття меншовартості, психології угодництва, малоросійства.

З огляду на те, що без інформації немає належного прогресу і надійного розвитку, що правдива інформація – це синонім життя, розглядаємо функціонування телебачення і радіо, яким притаманні висока інтенсивність, напруженість, емоційність. Привертаємо увагу до тих особливостей електронних ЗМІ України, які схарактеризувала медіаексперт Наталя Іщенко [9].

По-перше, телевізійний і радіоконтент головно є симбіозом інформування та розважання – інфотейменту. Найпопулярніші та найвпливовіші медіа – телебачення та інтернет-ЗМІ – працюють у форматі «таблоїдів». Це означає вибір найсенсаційніших, а не соціально найважливіших тем для висвітлення. Перевага надається яскравому, емоційному поданню матеріалів, відмові від розповіді про теми, які здаються «складними» для сприйняття та засвоєння пересічними глядачами. Найрейтинговіші медіа не хочуть ризикувати своєю популярністю й розповідати глядачам та читачам про щось важливе та актуальне, якщо це «щось» не вдається – без зайвих зусиль – подати у форматі сенсації або скандалу.

Друга особливість тісно пов'язана з першою характеристикою українського медіапростору – втрата аудиторії, маргіналізація «серйозних» засобів масової інформації, які не бояться «годувати» громадян суспільно корисною, але нудною інформацією та аналітикою без зайвих «фішечок».

Яскравий приклад – Суспільне телебачення України. Рейтинг цього ЗМІ, яке робить ставку на спокійне інформування та просвіту, а не на розваги – навіть не середній. Вкрай незначними є й тиражі видань,

які дозволяють собі друкувати розлогі статті, орієнтовані на так звану думаючу авдиторію. І проблема тут не в тому, що подібні медіа втрачають увагу «маленького українця». Проблема в тім, що нова українська еліта, люди, які ухвалюють рішення та впливають на життя держави та суспільства, не дивляться і не читають «книжок без картинок» – серйозні матеріали без «таблоїдної упаковки» та не слухають нудні розумні розмови.

Третя особливість українських сучасних медіа полягає у втраті довіри людей. Авдиторія вірить політикам-популістам, вірить фейковим експертам, вірить «жовтим» блогерам, але відмовляється вірити правдивим журналістам. Наприклад, 49 % мешканців України довіряють вітчизняним ЗМІ, але 43 % (!) – не довіряють. (Загальнонаціональне дослідження проведене соціологічною службою Центру Разумкова з 7 до 14 лютого 2019 року в усіх регіонах України окрім Криму та окупованих територій Донецької та Луганської областей. Опитано 2016 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3 %).

Здається, саме високий рівень недовіри – одна з важливих причин того, що українці не готові користуватися платним контентом – вони просто не вірять його виробникам. І якщо безоплатно люди готові дивитися та читати сюжети та матеріали, щоб потім їх критикувати та обурюватися «ви все брешете», то платити за таку можливість вони не готові.

Це і є головною причиною того, що в нас існує **четверта** особливість українських ЗМІ – залежність засобів масової інформації від дотацій. Це можуть бути фінансові вливання від власника ЗМІ, іноді це гранти міжнародних інституцій. Але в будь-якому разі бізнес-модель функціонування медіа в Україні «не прижилася», і повноцінного медіаринку в нас так і немає.

П'ята особливість ЗМІ, в тому числі телебачення і радіо, – яскраво виражений прагматизм. Це лише на перший погляд здається, що ця риса дещо дисонує з попередньою. Насправді четверта особливість стосується медіа як системи та інституцій, тоді як ця, № 5 – журналістів як «гвинтиків».

Журналісти України у більшості своїй – це люди прагматичні та реалістичні, вони не люблять розмов про цінності та місію (якщо за це, звісно, не видають гранти) та не сприймають свою діяльність як служіння суспільству – лише як звичайну роботу.

Цю особливість дуже люблять критикувати учасники медійних форумів. Мовляв, журналістика – це особлива професія, журналісти мають виконувати свою надзвичайну місію, нести людям «розумне, добре, ві-

чне». Теоретично, можливо, в цих претензіях і є сенс. Але на практиці дуже мало хто обирає злидні та маргінес замість статків та шансів стати зіркою. Інше питання, чому корисна та необхідна для суспільства діяльність не користується попитом і не підтримується гривнею, але це вже проблеми не стільки журналістики, скільки країни загалом.

Шоста особливість української журналістики випливає з висловлювань політиків про непотрібність, зайвість журналістів. Найяскравіше це продемонстрували обидва кандидати в президенти, які вийшли до другого туру виборчих перегонів 2019.

Петро Порошенко під час свого президентства здебільшого спілкувався з «придворними» блогерами, а не з журналістами провідних та найвпливовіших ЗМІ, а також рідко він проводив прес-конференції. Але й новий глава держави, Володимир Зеленський, теж замість спілкування з українськими медіа під час виборчої кампанії вважав за краще контактувати з виборцями в соціальних мережах.

Можна було б констатувати, що шоста особливість української журналістики – це всього лише результат наявності третьої, тобто втрати довіри. Але насправді це ще й наслідки зростання популярності соціальних мереж, які самі собою знижують значення медіа як посередників, як постачальників новин та сенсів пересічним громадянам. І це стовідсотково світова тенденція, лідером, трендсетером якої є Сполучені Штати з президентом Дональдом Трампом, із президентським «Твітером» та з його постійною критикою традиційних ЗМІ.

Сьома особливість електронних ЗМІ на 28 році відновлення незалежності України та шостому році російсько-української війни – це відсутність у багатьох журналістів національно-громадянської позиції, патріотизму як основи діяльності медіа в Україні. Нагадаємо, як характеризував Степан Ленкавський патріотизм, націоналізм і шовінізм:

«а) Патріотизм – це підсвідоме почуття любови до всього, що рідне й нам близьке. Патріотизм може мати вужчі рамці (локальний) і ширші (народний). Локальний патріотизм – це прив'язаність і любов до нашого найближчого оточення, до родини, хати, родинної місцевості тощо. Народний патріотизм – це почуття любови до свого народу й охота йому допомагати.

б) Націоналізм – це активна любов до Батьківщини. Це вияв не тільки охоти допомогти Батьківщині, але й чин. Практичне реалізування хотінь нації вийти на вищий щабель її розвитку. Націоналізм – вищий щабель патріотизму.

в) Шовінізм – це сліпа, пристрасна любов до свого рідного й ненависть до всього чужого. Це крайня межа невідомо-чуттєвої патріотичної настанови» [15, с. 50].

Слово «шовінізм» (франц. chauvinism chauvin) – войовничий – походить від прізвища солдата наполеонівської армії Н. Шовена, який став відомий своїм людиноненависницьким ставленням до арабського населення під час єгипетського походу в 1798–1801 роках. Відтоді терміном «шовінізм» позначають ідеологію і політику, що проповідує національну винятковість певної нації, зверхність над іншою нацією, її упокорення, асиміляційні процеси, що стає причиною ненависті та національної ворожнечі. Крайнім проявом шовінізму є фашизм, нацизм, расизм. Фашизм, нацизм, рашизм – ідеологія і політика войовничого, загарбницького шовінізму, расизму та новоявленого московського рашизму.

Націоналізм є філософією буття Нації, її життя, розбудови, а шовінізм, фашизм, нацизм і нинішній московський рашизм, який увібрав у себе шовінізм, фашизм, нацизм, расизм, більшовизм – це філософія поневолення і гноблення інших націй. В основі націоналізму лежить національна ідея незалежності, державотворення на гуманістичних засадах, а в основі шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – великодержавницький імперський інтерес, аморальна захланність. Націоналізм починається з любові до свого, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – з ненависті до чужого.

Мовознавець І. П. Ющук наголосив, що «не варто боятися слова «націоналізм». А. Луначарський, діяч комуністичної партії, ще на початку XX століття хвалив Т. Шевченка за його націоналістичні погляди. Справді, Тарас Шевченко був великим націоналістом – він переживав і страждав за Україну. Але націоналіст не означає шовініст» [20, с. 36].

Мета націоналізму – свобода своєї нації, її розквіт, щасливе життя громадян, а мета шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – поневолення інших націй, експлуатація і знекровлення. На жаль, досі в тому, як окремі журналісти оцінюють принципово важливі історичні події, домінують підходи, що несумісні з процесами націє- та державотворення. Однією з причин такої ситуації є поширення в журналістському середовищі України провінційно-плебейского постмодернізму. Відомий філософ і публіцист С. Грабовський підкреслює, що постмодерн поплебейски дуже вдало ліг на пострадянську матрицю – з відповідними наслідками у вигляді нездатності оцінювати події в категоріях добра і зла, неспроможності вибудувати ієрархію цінностей. У багатьох журналістів немає правдивих, системних історичних знань, відсутнє вміння чітко розставити історичні акценти з урахуванням сучасних суспільно-політичних, глобалізаційних процесів. Звідси – засилля скандальних, деструктивних, аморальних матеріалів у засобах масової інформації.

«А те, що по-справжньому важливо, що може сформувати у глядача українські сенси, українські погляди, українське уявлення про війну – все це витискається, маркується, як нецікаве, або шельмується, як «мова ворожнечі» [4]. Натомість на проросійських каналах «112 Україна», «Наш», «NewsOne», «ZIK», «Інтер» безупину вихваляли зустріч В. Медведчука, Ю. Бойка, В. Рабіновича і Т. Козака з прем'єр-міністром Російської Федерації Д. Медведєвим. Словесно-зображальна тріскотня російських і окремих медіа в Україні про «мир, труд, газ» злилася в унісон, просуваючи наратив «Дві країни – один народ» у рамках програми «Дві країни – одна професія», залишивши за дужками глибинну сутність професії, яка полягає в тому, що журналісти не можуть бути поза політикою під час російської агресії. Кожен повинен розуміти, що інформація – це зброя.

Правдива інформація як духовно-інтелектуальна вартість, морально-психологічний ресурс повинна вільно пульсувати по вертикалі – від покоління до покоління, – і по горизонталі, на рівні одного покоління. «Свобода руху інформації в суспільстві, якість та швидкість творення нових її різновидів українською мовою є інтегральним показником і водночас доленосним чинником розвитку української нації» [3, с. 63]. Свідоме й активне прискорення руху інформації знань, досвіду С. Вовканич назвав духовно-інформаційною мобільністю нації.

Важливість застосування концепції інформаційної мобільності нації виходить за межі творення українського національного інформаційного простору і поля культури, науки, освіти, мови. Вона стосується всіх народів, які звільнилися чи звільняються з-під інформаційного імперіалізму. Ця концепція ставить на порядок денний проблему світового маштабу, збереження єдності розмаїття мов, культур усіх народів, донесення історичної правди про упослідження багатьох культур і мов, адекватну оцінку тоталітарних режимів, які зловмисно переривали і нині зловісно гальмують спадкоємність і новаторство націй і таким чином зменшували і тепер послаблюють інтелектуальний потенціал людства. Адже кожен народ може внести в інформаційну скарбницю людства вагомий доробок, якщо забезпечити умови створення його власного інформаційного потенціалу.

У стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного слід ставитись як до феномену і вічного джерела творчості, плідність якого є найвищою за умови природної комфортності інформаційного середовища – мови, культури, духовності, звичаїв, традицій. Феномен невмирущості нації міститься в інформаційному феномені збереження, незнищенності рідного слова у найширшому його значенні для суспіль-

ного розвитку. Саме з таких позицій варто оцінювати інформаційну агресію на українські національні засади.

Зовнішні та внутрішні антиукраїнські сили добре розуміють живодайну снагу національного інформаційного середовища для розквіту незалежної держави. Не будучи господарем власного інформаційного простору, реально не зробивши українську мову державною, Україні важко реалізувати свою державотвірну національну ідею, з'єднати поняття етнічного та політичного українця в українсько-центристському дусі, йти шляхом національного розвитку, акумулюючи і використовуючи вітчизняний та світовий досвід.

Тому важливо оптимізувати використання телебачення і радіо в українському державотворенні. Адже контентний аналіз телевізійних, а також радійних новин малює небезпечну картину в психологічному сенсі: наростає тенденція «катастрофізму щодо висвітлення українського буття». Така ситуація також пов'язана з тим, що телевізійний чи радійний матеріал із катастрофами, вбивствами, насильством тощо вимагає менше журналістських зусиль і журналістського хисту, ніж висвітлення доброго, спокійного, мудрого, проблемного.

Низка телевізійних каналів перетворилася на управління маніпулятивної пропаганди, піару численних політичних діячів, на фабрику репутацій, часто-густо фальшивих, на засоби популізму. Політичний консультант І. Сєрова зазначає, що «популізм – це вже ідеологія, яка несе людям те, що вони хочуть почути. Якщо хочуть почути «зрада», їм скажуть «зрада», якщо хочуть почути «перемога», їм скажуть «перемога». І вища освіта тут не відіграє великої ролі» [12]. Загалом деякі телевізійні канали відіграють «досить реакційну роль в Україні, виступаючи класичним «зомбоящиком» на користь тих, кому вони належать» [17]. Народний депутат Є. Балицький від імені виборців у Мелітополі Запорізької області проголосив: «Для моїх виборців Росія не агресор, а годувальниця». Державну владу України Балицький назвав «божевільною» за увагу до питань української мови, церкви та національної ідентичності (мова про час президентства П. Порошенка – В. Л.).

Виступаючи по телебаченню, «Балицький хвалився тим, що постійно і безперешкодно їздить до окупованого Криму. На відміну від цього діяча, я, будучи кримчанином у дев'ятому поколінні, не можу поїхати до рідного Криму, оскільки ймовірність арешту для мене дуже висока, – написав філософ, публіцист І. Лосєв. – Хоча в рідному місті Севастополі могили моїх близьких: прабабусі, бабусі і дідуся, батька і матері, тітки, брата, інших дорогих мені людей. Знаю, що і екс-прем'єр уряду Криму Сергій Куніцин, і екс-віце-прем'єр Криму Андрій Сенченко

і багато інших кримчан додому приїхати не можуть. Проте Балицькому там нічого не загрожує. Його репутація в очах окупантів є бездоганною? І їздить він туди як «свій до своїх по своє?». Чому такі ось Балицькі засідають у вищому законодавчому органі України? Це відповідь на запитання, чому Україні досі не вдається вилізти з політичного і соціально-економічного болота» [17].

Нині історично-гуманітарний, інформаційно-духовний простір є надзвичайно важливим полем битви національно свідомих українців за свою автентичність, самобутність, національно-громадянську ідентичність. Адже гібридна війна Російської Федерації є головною загрозою національній безпеці України. «Феномен гібридної війни має два асиметричні модулі існування – матеріальний (фізичний) і дискурсивний. У військовому (матеріальному) вимірі російсько-український конфлікт є локалізованим, охоплюючи частину території України, натомість дискурс цієї гібридної війни набув глобального масштабу» [26, с. 468]. В основі російської гібридної війни – руйнування підвалин, що зміцнюють мілітарну, економічну, морально-духовну силу Української Держави, яку Кремль хоче підпорядкувати собі.

Для Російської Федерації важливо дестабілізувати світову політику, і не обов'язково військовими діями: референдумами, сепаратизмом, підконтрольними політиками, підкупами, шантажем ... «У нестабільному суспільстві, особливо в такому, як наше – молодому, послабленому постійними пертурбаціями, – це робити легше. Їм потрібен хаос навкруги і найперше – в Україні, щоби проштовхувати свій порядок денний. Медведчук це робить, коли дуже часто на каналі «112 Україна», «ZIK» каже, що Донбасу потрібна широка автономія. Це і є продовження гібридної війни задля проштовхування своїх геополітичних інтересів» [12].

Отже, в сучасних умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України активізувалася потреба прискіпливіше придивлятися, глибше аналізувати сутність стандартів журналістської професії. Адже в інформаційну епоху ми поки що не навчилися як слід захищатися інформаційно. Тим часом ідеологи «русского міра» насамперед через телебачення і радіо 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 російської імперії. Для цього, за світоглядною парадигмою постмодернізму, яку московські, путінські ідеологи переплели зі сталінською – комуністичною і гітлерівською – нацистською антинародною ідеологією і політикою людиновбивства, «все годиться, все прийнятно». У контексті журналістської діяльності така філософія постмодернізму призводить до пропаганди найпаскудніших ідей і вчинків, до апології державної зради і замилування насильством, до заперечення національних прав українців і загравання з «русским міром» [6], – наголошував публіцист С. Грабовський.

Російські пропагандисти-маніпулятори відверто брешуть. Характеризуючи політико-ідеологічний стан у царській Росії, французький дослідник Жуль Мішле обурювався: «Росіянин – це брехня. Брехня – в громаді, фальшивій громаді. Брехня – в поміщику, священику і цареві [...] брехлива з брехливих, найвища брехня, яка увінчує всі брехні» [30, с. 203]. Ален Безансон підкреслив, що «мистецтво брехні таке ж старе, як і сама Росія. І Кюстін, і Мішле відзначили це мистецтво як її основну рису... Але наше ХХ століття пізнало нову і складнішу версію «згаданої брехні – комуністичну брехню» [1, епіграф]. Нинішня московська маніпулятивна пропаганда ґрунтується на комуністичній брехні, яку намагаються «вибудувати так, щоб не залишити жодної щілини», «не можна було допустити, щоб будь-хто бачив несфальшовану дійсність» [1, с. 94].

Цій апологетичній меті російські та промосковські журналісти в Україні підпорядковують стандарти журналістської професії. Нагадаємо, що стандарти – це набір правил поведінки журналіста, описані у вигляді професійних/етичних кодексів або канонів журналістики, певна схема дій журналіста в різних життєвих ситуаціях; інструмент професійної саморегуляції під час пошуку істини, подання правдивої, вичерпної інформації про факти, події, явища та їх наслідки для читачів, глядачів, слухачів. 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 тощо.

Безперечно, журналісти покликані бути максимально точними, вичерпними, подавати правдиву інформацію. Однак журналіст не повинен бути нейтральним, індиферентним ретранслятором. «Модна нинішня формула західної журналістики про «баланс думок і поглядів» у висвітленні тих чи інших подій – це справжня світоглядна порнографія, яку французький філософ Філіпп де Лара афористично сформулював так:

«П'ять хвилин для Гітлера, п'ять хвилин для єврея». Ось вам, мовляв, дві правди, обидві рівноцінні, а решта нас не стосується...», – зазначив публіцист Сергій Грабовський. Годі й казати, що такий підхід не має нічого спільного зі справді найкращими журналістськими традиціями, мета яких – не «баланс», а правдивість, об'єктивність. Баланс між білим і чорним – це сірість.

Журналістські стандарти – це не безликість, безкрилість, не нав'язування думки, що журналіст – якась планетарна істота, безнаціональне створіння, що у нього немає Батьківщини, що він без роду-племені. Ні! Головні вимоги журналістських стандартів – професійна компетентність, подавати оперативну, ретельно перевірену (кілька джерел), правдиву інформацію, не брехати, не маніпулювати фактами, подіями, явищами, не змішувати поняття добра і зла. Бо в основі неправдивих новин – лицемірна логіка.

Дискутувати можуть на телебаченні і радіо лише ті, хто займає стратегічну мету розбудови духовної української України і під час дискусії уточнюється тактика досягнення позитивної державотворчої мети. Як можна надавати ефір тим, хто підриває український національний фундамент?! Ми покликані рішуче відкинути фальшиве гасло «Дві країни – одна професія», яке підтримував голова Національної спілки журналістів України С. Томіленко. Така позиція сприяє позбавленню української журналістики національно-громадянської сутності, зіштовхує її у багно космополітизму, меншовартості, інертності, кліпового розуміння. І політики, і громадські діячі, і журналісти повинні оцінювати факти, події, явища з позицій інтересів української людини, української родини, українського суспільства, української соборної держави. Адже журналіст, який бреше, маніпулює фактами – недалеко від тієї особи, що вбиває українських патріотів, бо він готує психолого-ідеологічне, політичне підґрунтя для агресії та вбивства.

Журналісти, науковці не мають морального права піддаватися маніпулятивним технологіям щодо терміна «мова ворожнечі», яку сповідують Д. Міятович, А. Станко, А. Куликов, С. Томіленко та їхні однодумці. Хіба не зрозуміло, що промосковські бойовики, сепаратисти, кремлівські найманці — це не ополченці, не борці проти московських загарбників, а люті вороги незалежної, духовно соборної України.

Українські ЗМІ покликані називати українських героїв – героями, подвиг захисників України – подвигом, сепаратистську зраду – зрадою, російську брехню – брехнею, московський злочин – злочином, російську агресію – агресією, російських прислужників, за висловом Тараса Шевченка, – московською блекотою і гряззю. Досить часто у

телевізійних програмах та й по радіо також «журналісти обговорюють поведінку хитрих і недостойних людей. І не обговорюють з позиції вищих, де хоча б у підтексті приховано розуміння вищих вартостей і ваги національних інтересів країни. І оскільки немає елементарної висоти, то все зводиться до обговорення поведінки недостойних людей. І звідси – плаский рівень, бо все або на рівні переказів, або ж пліток, – наголошував Є. Сверстюк. – Мені здається, що наші журналісти втратили смак до роботи на глибині. І то провина постмодерного часу, який живить людей телевізійними малюнками, відеорядом, який дає якусь куцу інформацію з відповідним запашком. Практично в них немає глибоких питань, вічних питань, і така проблематика – не модна, навіть зовсім вижита з нашого суспільства [22].

Академік В. Горбулін наголошує, що «нам потрібні якісні образи майбутнього, нам потрібно сміливіше говорити про те, чого ми хочемо і як діятимемо в усіх критично важливих для України питаннях» [5]. Безперечно, сприйняття всього, що відбувається у світі та в Україні, має ґрунтуватися на глибокому аналізі, чесній і об'єктивній оцінці реальності з позиції україноцентризму. Сутність україноцентризму якраз полягає в утвердженні людяності, культури, духовної краси, добра, радості, глибокого порозуміння і взаємоповаги між національними групами різних народів і українською титульною нацією. «Особи, які належать до національних меншин, зобов'язані інтегруватися у найширше суспільство через належне володіння державною мовою», – зазначено в Гаазьких рекомендаціях щодо прав національних меншин на освіту. «Європейська Хартія меншинних або міноритарних мов» якраз у контексті україноцентризму обумовлює права і обов'язки національних меншин, які, зберігаючи і розвиваючи свою ідентичність, зобов'язані через глибоке знання мови, історії титульної нації створювати умови для потенційної реалізації своїх інтелектуальних і фізичних можливостей в українському суспільстві та сумлінно працювати задля зміцнення соборної, незалежної, соціально справедливої Української Держави. Ця проблема має бути однією з визначальних тем на телебаченні та радіо.

Важливо також розуміти, що людину патріотом України робить не кров, а усвідомлення, що вона – частина своєї Батьківщини і від її моральності, духовності, честі залежить гідність, честь України. Той, хто губить на життєвій дорозі українські національні і загальнолюдські морально-духовні почуття, цінності рано чи пізно служить злу, космополітичним викрутасам, допомагає хитрому дияволу присипляти сумління і під позірними гаслами правди входити в душу, а в цих гаслах улеслива усмішка перетворюється у злоякісну пухлину нігілізму,

зловорожості до українськості, до української землі. Така ситуація в українському суспільстві, особливо в умовах російської гібридної війни проти України, надто небезпечна, бо постмодернізм, посттоталітаризм, постколоніалізм, постгуманізм породили постправду і постетику. Богослов, доктор Мирослав Татарин з університету святого Єроніма (Канада) наголосив, що світ постправди відкрив поле, на якому маніпулюють міфами. Там населення вірить у неіснуючі загрози й недоведені факти, себто вірить у неправду, представлену таким авторитетом, як «Правда». Сила маніпулятивної пропаганди, дезінформації, популізму, постправди така підступна і вагома, що її важко виправляти [27, с. 6].

За версією Оксфордського словника під терміном «постправда» треба розуміти обставини, за яких об'єктивні чинники, виважений аналіз мають менший вплив на формування індивідуальної і громадської думки, ніж вплив на емоції та особисті почуття. При цьому правду, істину відсувають на другий план, на задвірки. Постправда відкриває простір, в якому електронні ЗМІ маніпулюють міфами, недоброзичливими фантазіями. На такому емоційно-психологічному полі населення вірить у постправду, тобто неправду. Наприклад, ще за Катерини ІІ запущено міф, що великороси, малороси і білоруси – один російський народ. Цей міф повторює Путін: він, мовляв, воює не зі своїм народом, а з хунтою, нацистами, фашистами, які, мовляв, захопили владу і відірвали Україну від братньої Росії, переслідують «русскоязичное насєленіє».

Залежно від інтерпретації реального факту, події, явища, яка неминуча під час творення новин, журналіст «може опинитися на позиції «своєї правди», «іншої правди», «чужої правди» і навіть «ворожої правди», – наголошував професор І. Михайлин. – «Журналіст може відображати 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 вагому, потрібну суспільству інформацію» [23, с. 80–82].

Постправду, тобто майстерно сконструйовану неправду, наприклад, про нібито якесь переслідування «русскоязичного насєленія» і заборону розмовляти російською мовою, потужно використовують російські політики та ЗМІ, а також низка телеканалів в Україні та промосковські діячі, на кшталт Медведчука і Рабіновича, що дуже заплутує, і люди не те що не знаходять правду, а навпаки – різко відхиляються від правди, оскільки беруть до уваги цілковиту брехню, яка, на жаль, пронизує українське суспільство, а також Європу й Америку [21, с. 11]. На нашу думку, зараз у Вашій пам'яті, шановний читачу, зринають назви теле-

візійних і радіоканалів, газетні публікації, виступи депутатів, політиків, журналістів, громадських діячів, слова яких створюють антиукраїнську гору, яку, безперечно, потрібно розгорнути, а на її місці засіяти зерно Доброчесності, щоби утверджувалися традиції українського духовного мислення, які сповідували Григорій Сковорода, Тарас Шевченко, Іван Франко, Леся Українка та інші Великі Українці.

Григорій Сковорода, наприклад, вважав, що люди діляться на 2 категорії: людина вибрана і людина юрби. Він бачив людину вибрану незалежно від того, до якого суспільного прошарку вона належить. Людиною вибраною міг бути селянин, ремісник, шляхтич, міг бути і вельможа, і гетьман, і будь-хто, тільки при певних умовах і при певній душевній організації. Людиною юрби є тільки така людина, яка духовно непросвічена, яка фактично живе тільки задля споживання матеріальних благ, і яка фактично, як то кажуть, якось працює для того, щоб їсти, а їсть для того, щоб якось працювати. Вищих духовних завдань така людина перед собою не ставить. Таким чином, людиною юрби може бути і гетьман, і вельможа, і шляхтич, і ремісник, і міщанин, і селянин – так само, як і людина вибрана. Тобто Сковорода цілком відкидав класовий розподіл людей. Він розділяв людей на тих, які ведуть достойне життя, і тих, які ганяються за примарами світу, і в цій гонитві гублять свою людську національну подобу, уподібнюючись людині, яка є на межі тварини.

Морально-духовна, національно-громадянська єдність правдивого слова і доброчесного діла є надзвичайно важливим методичним підґрунтям для телерадіожурналістів стосовно аналізу й оцінки складових структури українського суспільства, в якому є люди високих моральних, духовних якостей і люди юрби. Щоби люди юрби, до яких належать корупціонери, брехуни і навіть деякі журналісти та інші блудники, які перебувають на різних щаблях суспільної, державної драбини, соціуму, ставали морально-духовними, потрібно щоби діяльність законодавчої, виконавчої і судової влад була прозорою, а їхні працівники жили доброчесно і доброчинно. На жаль, багато з них не ставлять перед собою духовних завдань. У їхній діяльності головним завданням – задовольняти «желудкові» інстинкти. Для олігархів-чужинців Україна є територією для аморального збагачення. Їхні електронні засоби масової інформації системно дестабілізують ситуацію в країні, прислужуючись російським авантюристам і загарбникам. Вони здійснюють внутрішню антиукраїнську агресію.

Працівники радіо і телебачення покликані сприяти формуванню доброчесних людей, які би на українській землі (і не тільки на ній)

сіяли добрі зерна національної, морально-духовної гідності. Для цього потрібні глибокі знання історії України у європейському і світовому контекстах, висока культура національної пам'яті. Однак багато журналістів і політиків, як не прикро, чітко не розуміє сутності постправди, справжнього маштабу російської імперської загрози не тільки для України, а й для Європи. Ще страшнішим є те, що недруги зухвало, нахабно нав'язують тезу, що в Україні «немає свободи слова». Відомий художник і громадський діяч С. Поярков зазначив, що він особливих скарг на утиски свободи не чув від справді національно свідомих, глибоких і яскравих журналістів, натомість сірі і бездарні, які скиглять щодо «свободи слова», процвітають. «Є свобода слова в Україні – і це очевидний факт, однак ані гідної суспільної уваги у багатьох працівників мас-медіа не було і немає, – наголосив філософ і публіцист І. Лосєв. – Є ще і специфічна група журналістів, які працюють на Кремль за його щедрі «пряники» (сумнозвісний Кирило Вишинський отримував по 53 тисячі євро не на рік, а на місяць!)». Такі журналісти хочуть легалізувати і зробити абсолютно безпечною свою антиукраїнську діяльність, яку вони і називають «свободою слова». «Подібна публіка спостерігається і у сфері політологів та експертів» (І. Лосєв). Якщо свобода слова антиукраїнського спрямування, то кому потрібна така свобода слова?

Соціально небезпечним у журналістиці Іван Франко вважав тип *гіпокрита* – лукавої, брехливої людини. Нав'язана нині дискусія про якесь протистояння між стандартами журналістської професії і патріотизмом – це від диявола отруйна голка. В Україні війна! Не громадянська, а російсько-українська. Справжній український журналіст поєднує громадянську, українськоцентричну позицію і професійні стандарти.

Заслуговує на увагу думка медіаексперта Андрія Кулакова, який наголошував: «Наші журналісти повинні розуміти, що крім кількісних стандартів (дали одну точку зору, то зобов'язані дати й другу), мають бути ще якісні стандарти, зокрема щодо вибору авторитетного представника певної думки. У нас про це часто забувають. Далеко не кожна думка має бути проголошена в суспільному 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» [14]. Тобто, свобода слова не повинна бути інструментом маніпуляції суспільною свідомістю, тим більше на користь країни агресора – Росії. Кожний журналіст має розуміти, відчувати, коли свобода слова сприяє утвердженню високих національно-духовних цінностей, а коли – антиукраїнського спрямуван-

ня. Тоді журналіст – громадянин, патріот України – повинен зупинити ефір і сказати гостю: свобода слова – це не свобода зловісного патякання і наклепів на українськість, висміювання української мови, культури, звичаїв і традицій, це не вседозволеність, а усвідомлена необхідність. Свобода слова – це громадянська позиція, це – правда, це – професіоналізм, які і журналіст, і політик реалізують на моральних засадах україноцентризму.

Україна зіткнулася з найпотужнішою у світі російською маніпулятивною пропагандистською машиною, яка також успадкувала всю інфраструктуру, технології, ноу-хау ще від часу холодної війни СРСР та Заходу. Відкриті джерела розповідають, що проти України працює десять потужних медіагруп Російської Федерації, тисячі найнятих фізичних осіб, для яких журналістика не творчий процес, а – вигідний бізнес. Вони взяли на озброєння методи геббельсівської пропаганди. Постулати її добре описав помічник Геббельса Вільфрід фон Овен у «декалозі пропаганди». Геббельс свого часу казав, що «за наявності в руках мас-медія – він може легко перетворити будь-яку націю на стадо свиней». Видно, його рецепти добре спрацювали, бо інакше, як пояснити такий високий рівень зомбування більшості населення Росії та частини українських громадян у Криму, на Сході та Півдні нашої держави. До того ж Росія звикла жити брехнею. Починаючи з Московського царства, Російської імперії та СРСР, державна маніпулятивна пропаганда була незмінно побудована на тезі про виняткову роль Росії у світі (єдиної спадкоємниці Першого й Другого Риму, або колиски комунізму) й особливу моральну чистоту її народу на тлі занепаду й аморальності Заходу. І те, що в 90–х роках криве дзеркало російсько-комуністичної пропаганди замінили дзеркалом звичайним, народ не пробачив ні Горбачову, ні Єльцину. Тому з такою легкістю, буквально з вдячністю піднялися з духом росіяни та промосковські, проесесерівські сповідники і п'ятиколонники в Україні, коли В. Путін повернув усе «на круги свої», прагне відновити російську імперію в межах колишнього СРСР.

Нинішня суспільно-політична, ідеологічна ситуація засвідчує, що сучасна Росія як гідна наступниця царату і комуністичної імперії зла продовжує у найрізноманітніші способи (мілітарно також) чинити тиск на будь-який український самостійний, соборний поступ, спрямований на утвердження власної ідентичності й національної свободи, зберігаючи поведінку колоніста, імперіаліста, але аж ніяк не гуманіста. Особлива прикмета російського імперіалізму – спадкоємця давнього московського месіанізму – «це вмілість зняти поневоленому народові голову так, щоб він цілував катові руку і дякував за визволення. Ця вмілість – один із

проявів цинізму, притаманного російському імперіалізмові, цинізму, що межує із садизмом. Є в російському імперіалізмі елементарно дика і заразом вишукано рафінована, люта ненависть супроти кожного, хто прагне бути вільною людиною і не хоче йти в неволю до «визволителів» [7, с. 24–25].

Нинішня гібридна війна Російської Федерації проти України вимагає від працівників телебачення і радіо – усіх журналістів – по-новому дивитися на майбутню модель державотворення України, а саме розглядати її в структурі захисту національного простору, генерування духовно-інтелектуальних знань українців як імунітету, що допомагає усвідомити ідею розвитку своєї національної ідентичності в світовому багатокультурному просторі. У цьому контексті важливу думку висловив С. Вовканич: «В Україні мають функціонувати націоцентричні закони, які захистять корінну націю, надавши ексклюзивне право збудувати національну Державу, що усуне злочинну практику асиміляції народу, який дав назву державі в центрі Європи» [2].

Зрозуміло, що створення націоцентричних законів вимагає тривалого часу, а от дуже потрібні поправки до законів про телебачення і радіомовлення можна внести досить швидко. У Законі «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» доцільно замінити формулювання 5-го пункту статті 3 Закону про вільне вираження поглядів, думок і переконань. Адже дуже часто вільне вираження поглядів, думок і переконань є антиукраїнським, антидержавним. Тому цей пункт треба сформулювати так: «Вільне вираження поглядів, думок і переконань має здійснюватися тільки на засадах україноцентризму». Адже дискутувати можуть на телебаченні і радіо лише ті, хто чітко займає стратегічну мету розбудови української України і під час дискусії уточнюється тактика досягнення позитивної державотворчої мети. Як уже зазначалося, модна формула західної журналістики для мирних умов про «баланс думок і поглядів» під час війни не має права на існування в Україні. Як можна надавати ефір тим, хто підриває національний фундамент розбудови української України? Про це потрібно також внести поправку, наголосити у Законі України «Про телебачення і радіомовлення» стосовно комерційних телерадіоканалів, багато програм яких мають антиукраїнський характер.

Пункт 2 статті 18 Закону доцільно викласти у такій редакції: «НСТУ має висвітлювати діяльність органів виконавчої влади, інших державних органів, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб з метою контролю суспільством за виконанням ними своїх обов'язків».

Потрібно внести також зміни до статей 3 і 4 Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», де чітко визначити

у принципах, завданнях і програмній політиці, що передачі Суспільного телебачення і радіомовлення стовідсотково мають звучати тільки українською мовою. Такого змісту поправку треба внести у Закон «Про телебачення і радіомовлення», яка має стосуватися комерційних теле- і радіоканалів.

Верховна Рада України покликана законодавчо відреагувати на московську антиукраїнську агресію та світову гібридну війну, яку розв'язала Росія. Тобто, доповнити Закони «Про телебачення і радіомовлення» і «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» розділом «Функціонування електронних ЗМІ в умовах війни Росії проти України».

У демократичних країнах світу електронні засоби масової інформації пройняті духом держави, тобто вони є державотвірними, патріотичними, такими, що об'єднують суспільство на мовно-національних засадах. І лише в цих рамках телебачення і радіо плюралістичні, вільнодумні, незалежні. Кожна держава на законодавчому рівні дбає, щоб енергія журналістського слова і відеозображення не спрямовувалася на руйнацію національного державного фундаменту. Кожний матеріал журналістів в Україні має бути спрямований не на розмежування, роз'єднання українського суспільства на Схід, Захід, Південь, Північ, на помаранчевих і синьо-білих, зелених і синьо-жовтих, а на згуртування, глибоку інтеграцію різних областей в єдиний державний організм на засадах україноцентризму. Вважаємо, що сутність україноцентризму визначається категоріями національної гідності, патріотизму, поваги громадян до Української Держави, цілеспрямованою працею задля всебічного розвитку всіх життєвих сфер і добробуту людини, її духовних і культурних цінностей, необхідністю розглядати всі політичні події у світі та в Україні крізь призму її національних інтересів, потребою відстоювати добре ім'я та рівноправність України у світовому співтоваристві.

Принципи[1] діяльності електронних засобів масової інформації нерозривно пов'язані з нормами службової чи професійної етики журналіста, його світоглядною позицією, національно-духовними переконаннями, державотворчим мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, здатністю завжди бути готовим до праці. «Творчий процес повинен ґрунтуватися на органічному поєднанні свободи слова, плюралізму думок, гласності і журналістської етики, принциповими засадами якого є: по-

[1] Детально про принципи і функції телебачення і радіомовлення мовиться у ІІІ розділі.

вага до істини і гідності особи; відмова від використання нелегальних або нечесних методів під час збирання інформації; активна участь у процесах українського державотворення; захист і розвиток національного інформаційного простору; критичне ставлення до розтиражування фактів, що принижують гідність людини за расовими, релігійними чи національними мотивши» [16, с. 84].

На жаль, над багатьма телерадіожурналістами, передусім молодими, висить спокуса більше розважати, ніж об'єктивно повідомляти, коментувати, аналізувати. Полегшений, так би мовити, розхристаний стиль у журналістській творчості (не закликаємо готувати залізобетонні матеріали, а змістовно багаті, інформаційно насичені!), вільне, спрощене поводження зі словом і відеозображенням призводить нерідко до примітизування складних суспільно-політичних проблем.

Папа Франциск у своєму Посланні з приводу 52-го Всесвітнього дня суспільних комунікацій закликав творити «журналістику миру», журналістику без лицемірства, таку, що не приймає неправду, галасливі заклики та гучні декларації, журналістику, «виконану людьми для людей», журналістику як «служіння», як місію Добротворення, а не прислужування «чєго ізволітє».

Найоптимальніший спосіб розвивати власну здатність мислити самостійно, українськоцентрично – це всебічне поглиблення знань, щоби професійно розрізняти правду, істину і постправду, що є найкращою «протиотрутою» від будь-яких російських маніпуляцій фактами, історичною правдою та підступів інших ворогів України. Не тільки журналісти, а й політики, службовці всіх рівнів, депутати, науковці мають знати правдиву історію Росії та України, щоби не потрапляти у капкан «русского міра».

Відомо, що інформація – товар. Але яка якість, який зміст цього товару, якою енергією він насичений? Доброчинною чи підступно зловорожою?! Це – надзвичайно важливо в умовах гібридної війни Росії проти України. Що продає журналіст – зловорожість, паніку, істерику, розпач, безвихідь чи розповсюджує історичну і сучасну правду, конструктивно критикує, прогнозує, рекомендує оптимальний спосіб вирішення проблеми, навіює позитивні емоції, впевненість, оптимізм, переконання, що українці здатні захистити і розбудувати свою Державу. Правда є найрадикальнішою протиотрутою проти «вірусу обману».

Тому в основі журналістського спілкування з глядачами, слухачами має бути моральна чесність, правдивість, а перед собою – всечесність, які черпаються тільки з колодязя національного, українськоцентричного духу. Це дасть можливість проводити чітку лінію між московською

імперською політикою зла і українською національною боротьбою за незалежність та мовно-культурну соборність. Адже «моральний нейтралітет» та «етична амбівалентність» є серйозною загрозою української журналістики, наголошує тележурналістка Мирослава Барчук.

Для тих, хто отруєний фальшивою імперською комуністичною ідеологією, від якої не відмовилися в Росії, потрібно по телебаченню і радіо наголошувати, що український націоналізм трактує інтернаціоналізм як міжнаціональні взаємини на засадах рівності націй, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм перетворюють інтернаціоналізм у засіб денаціоналізації народів і підпорядкування їх імперській, великодержавницькій ідеї асиміляції. Для українського націоналіста національні ознаки інших народів: мова, культура, традиції, звичаї – усі святині – є об'єктом поваги і пошанування, а для шовініста, фашиста, нациста, рашиста – це те, що потрібно негайно знищити, викорінити і замінити своїм. Саме такою є мета гібридної війни Російської Федерації проти України, яка також охопила країни Європейського Союзу, збурює шовіністичні, антиукраїнські настрої у декого з наших сусідів. Націоналізм породжує подвижників і героїв, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – убивць, грабіжників, загарбників, яничарів, холуїв.

Проаналізувавши наведені положення, професор В. Монастирський дійшов глибокого, правдивого висновку, що націоналізм не має нічого спільного з шовінізмом, фашизмом, нацизмом і рашизмом, оскільки він є генетично визначеним явищем природи, а це означає, що він є творінням не стільки людського розуму, скільки Всевишнього, тоді як шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм є штучними, хворобливими, маніакальними отруйними плодами [24, с. 133, 135].

Спираючись на міжнародну солідарність у розвінчуванні нинішньої гібридної війни, телебачення і радіомовлення України має активно сприяти розвитку власного, національно-смислового, інформаційно-психологічного ресурсу протистояння і захисту, оскільки лише він повністю відповідатиме інтересам реалізації Української Національної Ідеї, яка має створити загальний духовний простір і стати умовою розв'язання ідеологічних, соціальних, культурологічних, релігійних, мовних проблем, політично об'єднати всі класи, верстви та етноси, що мешкають на теренах України.

Природне покликання телерадіожурналістів – бути речниками регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей, які в органічній єдності творять гуманістичний національний контент. Журналісти не мають морального права прислуговувати якимось політичним чи фінансовим групам, ігноруючи суспільні цінності та проблеми утверджен-

ня соборної, незалежної, правової, демократичної української України. Питання інформаційно-гуманітарної політики мають знайти своє чітке і стале відображення в українській державній політиці національної безпеки. Усі ресурси держави, телебачення і радіомовлення, громадянського суспільства та бізнес-сектору мають бути поєднані людино-націоцентричними вартостями, прагненнями і моральними результативними діями.

Запитання для самоконтролю

1. У чому суть бінарної функції радіо і телебачення?
2. Коли і де започатковане регулярне радіомовлення в Україні?
3. Чому телебачення називають «вікном у великий світ»?
4. Назвіть головні складові конструктивної, державотворчої місії радіомовлення і телебачення.
5. Схарактеризуйте вислів – «український історичний простір є важливим полем битви в теле- і радіоефірі».
6. Яка сутність подвійного інформаційно-психологічного тиску на громадян України?
7. Чому електронні ЗМІ Російської Федерації називають найнебезпечнішою структурою?
8. Як ви розумієте вислів «правдива радіо- і телевізійна інформація – це синонім життя»?
9. Які особливості електронних ЗМІ України в сучасних умовах антиукраїнської інформаційно-психологічної агресії?
10. Схарактеризуйте концепцію інформаційної мобільності нації.
11. Чому важливо оптимізувати використання телебачення і радіо в українському державотворенні?
12. Окресліть особливості дотримання стандартів журналістської творчості в умовах гібридної війни Російської Федерації проти України.
13. Назвіть головні вимоги журналістських стандартів.
14. Схарактеризуйте термін «постправда».
15. Чи може бути протистояння між стандартами журналістської професії і патріотизмом?
16. Як ви розумієте «свободу слова» в умовах потужної антиукраїнської маніпулятивної пропаганди?
17. Чому радіомовлення і телебачення мають функціонувати на засадах україноцентризму?

18. На чому має ґрунтуватися журналістський творчий процес?
19. Чому в Україні має розвиватися власний національно-смисловий, інформаційно-психологічний ресурс?
20. Що є найкращою «протиотрутою» від будь-яких маніпуляцій фактами, історичною і сучасною правдою?

Завдання для самостійної роботи

Студенти ретельно опрацьовують рекомендовану літературу до теми; переглядають телевізійні передачі, слухають радіопрограми, пишуть на них рецензії, у яких зосереджують увагу на правдивості висвітлення соціально важливих фактів, подій, явищ. Підготовлені рецензії обговорюють на заняттях та їх оцінюють.

Література

1. Безансон Ален. Свята Русь / Ален Безансон ; пер. із франц. Тараса Марусика. – К. : ТОВ «Видавництво «Кліо», 2017. – 112 с.
2. Вовканич С. Ідея, що змінить Україну. Лише корінний народ має ексклюзивне право будувати національну державу / С. Вовканич // Україна молода. – 2019. – 16–17 серп.
3. Вовканич С. Інформація, інтелект, нація / С. Вовканич. – Львів, 1999. – 416 с.
4. Волошина Л. Синдром «малоросійства» / Л. Волошина // День. – 2019. – 12–13 лип.
5. Горбулін В. Вулканічний синдром / В. Горбулін // Дзеркало тижня. – 2018. – 15 черв.
6. Грабовський С. Постмодерна доба, війна і журналістика / С. Грабовський // День. – 2014. – 17–18 жовт.
7. Добрянський-Демкович М. Україна і Росія : історичні нариси на тему російського імперіялізму / М. Добрянський-Демкович. – Рим : Укр. Катол. ун-т ім. Св. Климента Папи, 1989. – 172 с.
8. Іщенко Н. Говорить і показує телевізор / Н. Іщенко // День. – 2019. – 19–20 лип.
9. Іщенко Н. Жага простих відповідей / Н. Іщенко // День. – 2019. – 12–13 квіт.

10. Іщенко Н. Зробить нам швидко та цікаво / Н. Іщенко // День. – 2020. – 2–3 жовт.
11. Іщенко Н. «Собачий хвіст» у «матриці» / Н. Іщенко // День. – 2019. – 5–6 квіт.
12. Капсамун І. Інформаційно можна вбити… репутацію будь-якої людини, політика, компанії, взагалі можна вбити націю і країну/ І. Капсамун, М. Тимченко, І. Сєрова // День. – 2019. – 16 квіт.
13. Карпенко В. О. Інформаційна політика та безпека : підручник / В. О. Карпенко. – К. : Нора-Друк, 2006. – 320 с.
14. Кулаков А. Надання ефіру злочинцям – безвідповідально і злочинно / А. Кулаков // День. – 2014. – 18–19 квіт.
15. Ленкавський С. Український націоналізм. Твори / С. Ленкавський. – Івано-Франківськ : Лілея, 2002. – Т. 1. – 600 с.
16. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.
17. Лосєв І. Небезпечні ігри олігархічного ТБ або Згадуючи Веймарську республіку / І. Лосєв // День. – 2018. – 16–17 листоп.
18. Лосєв І. У телевізійному вирі / І. Лосєв // День. – 2019. – 29–30 берез.
19. Лук'яненко Л. Сповідь у камері смертників / Л. Лук'яненко. – К., 1991. – 124 с.
20. Малиновська Н., Смолій А. Мовознавець Іван Ющук: «У Німеччині багато турків, але німці не переходять на турецьку» / Н. Малиновська, А. Смолій // Універсум. – 2017. – №11–12.
21. Маринович М. Криза постмодерної релятивності та етичний вимір / М. Маринович // Патріярхат. – 2017. – Ч. 6. – Листопад–грудень. – С. 11–13.
22. Марусенко П. Мені здається, що наші журналісти втратили смак до роботи на глибині / П. Марусенко // День. – 2010. – 26–27 лют.
23. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. – Х. : Прапор, 2008. – 512 с.
24. Монастирський В. Обов'язок еліти перед нацією / В. Монастирський // Дзвін. – 2016. – N 5. – С. 129–135.
25. 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.
26. Світова гібридна війна: український фронт : монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.
27. Татарин М. Спокуса класицизму: привабливість постправди / М. Татарин // Патріярхат. – 2017. – Ч. 6. – Листопад–грудень. – С. 3–7.
28. Хіба ревуть воли, як ясла повні. Текст відповідей Блаженнішого Любомира (Гузара) // Дзеркало тижня. – 2002. – 25 верес.
29. Яковенко І. Мутація … / І. Яковенко // День. – 2014. – 18–19 лип.
30. J. Michelet, Les Lйgendes dйmocratiques du Nord, Paris, 1968.

Розділ III.

Принципи і функції радіомовлення і телебачення

На засадах принципів здійснюється пізнання навколишнього світу. Поняття «принцип» від латинського «principium» – основа, начало: 1) первоначало; те, що лежить в основі певної теорії науки; 2) внутрішнє переконання людини; основне правило поведінки [50, с. 547]. До загальнонаукових принципів дослідження належить об'єктивність, історизм, сходження від абстрактного до конкретного, взаємозв'язок історичного та логічного, загальний зв'язок та розвиток, термінологічний, функціональний, системний, когнітивний (пізнавальний) та ін. Принципи є в основі будь-якої діяльності, відповідають її специфіці.

З погляду філософії і політології – це відображення у свідомості людей суспільних явищ, історичних процесів. Принципи мають характер вимог, нормують вибір рішень у суспільстві, відображають найсуттєвіші інтереси. Принципи сприяють вибору оптимальних варіантів у діях людей, слугуючи регулятором їхньої поведінки. Принцип – це те, що властиве певному явищу. Увесь комплекс притаманних засобам масової інформації якостей, рис, напрямів, об'єднаних спільністю методів і мети, становить зміст їхніх принципів. Розглядаючи принципи журналістики, професор А. З. Москаленко зазначив, що принципи формуються, встановлюються людьми на основі осмислення законів, процесів суспільно-політичного життя і є їхнім відображенням [43, с. 164].

Принципи діяльності ЗМІ нерозривно пов'язані з нормами службової чи професійної етики журналіста, його світоглядною позицією, національно-духовним переконанням, державотворчим мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, здатністю завжди бути готовим до творчої праці. Творчий процес повинен ґрунтуватися на органічному поєднанні свободи слова і відповідальності, плюралізму думок, гласності та журналістської етики.

На другому Всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів (Бордо, 25–28 квітня 1954 р.) було схвалено, а на 18-му Всесвітньому конгресі МФЖ (Хельсингьор, 2–6 червня 1986 р.) змінено і доповнено принципи творчої праці і поведінки журналістів. У цьому документі наголошено, що повага до істини та права громадськості на правду – перший обов'язок журналіста. Виконуючи цей обов'язок, журналіст має завжди захищати принципи свободи під час чесного збирання і публікації новин та право на правдивий коментар і критику.

Журналіст зобов'язаний подавати інформацію, посилаючись на факти, походження яких він/вона знає. Журналіст не має ігнорувати суттєву інформацію чи фальсифікувати документи, повинен використовувати лише чесні методи для отримання новин, фотографій та до-

кументів. Зобов'язаний зберігати професійну таємницю щодо джерела інформації, отриманої конфіденційно. Журналіст має робити все можливе, щоб виправити будь-яку опубліковану інформацію, що виявилася згубно неточною.

Журналіст має усвідомлювати небезпеку дискримінації, якій сприяють засоби масової інформації, та повинен робити все можливе, аби уникнути поширення такої дискримінації, що ґрунтується, крім усього іншого, на расових, статевих, сексуально-орієнтаційних, мовних, релігійних, політичних чи інших поглядах, на національному або соціальному походженні.

Журналіст має розцінювати як серйозні порушення: плагіат; зловмисне введення в оману; наклеп, злослів'я, дифамацію, безпідставні звинувачення; отримання хабаря у будь-якій формі, враховуючи публікацію чи приховування інформації.

Журналісти, які гідні так називатися, мають вважати своїм обов'язком чесно дотримуватися вищезазначених принципів. У межах основного закону кожної країни журналіст має визначати в професійних питаннях сферу компетенції колег, за винятком кожного виду втручання урядами тощо [18, с. 17–18].

У 1994 р. представники країн-членів Ради Європи, зібравшись у Празі на Європейську конференцію, присвячену політиці у галузі масмедіа, проголосили такі принципи:

Принцип 1

Існування та розвиток справжньої демократії неможливі без існування та зміцнення вільної, незалежної, плюралістичної та відповідальної журналістики. Отже, журналісти повинні діяти так :

- інформувати про діяльність громадських, владних структур, а також приватного сектору, надаючи можливість людям формувати їхню думку;
- дозволяти як окремим людям, так і групам людей висловлювати їхні думки, щоб про ці думки знали громадські, владні структури та суспільство загалом;
- постійно і критично аналізувати діяльність різних владних структур.

Принцип 2

Журналістика спирається у своїй діяльності в різних електронних та друкованих засобах інформації на фундаментальне право про свободу слова, гарантоване ст. 10 Європейської конвенції про права людини.

Принцип 3

Для того, щоб журналістика справді сприяла демократичному розвиткові суспільства, їй потрібно мати:

- необмежений доступ до отримання професії журналіста;
- повну незалежність редакцій від політичної влади і тиску збоку груп, що мають особисті інтереси, або збоку громадських органів;
- доступ до отримання чесної та неупередженої інформації від громадських, владних структур для забезпечення відкритої інформаційної політики;
- захист права журналістів на утаємничення джерела інформації.

Принцип 4

Маючи на увазі фундаментальну роль журналістської свободи слова у суспільстві справжньої демократії, будь-яке втручання у журналістику громадських, владних структур повинно:

- бути обумовленим та відповідати суттєвим соціальним потребам демократичного суспільства;
- бути затверджене законом і мати ясне та чітке формулювання;
- мати вузьку інтерпретацію (тлумачення);
- бути пропорційним до тієї мети, яка ставиться.

Принцип 5

Перевага (підтримка) з боку владних структур і відповідно тих, хто зайнятий у сфері журналістики, має бути надана:

- високоякісним системам професійної підготовки журналістів;
- діалогу між журналістами, редакторами, видавцями, власниками електронних та друкованих засобів інформації, з одного боку, а з іншого – владними структурами, що відповідають за політику ЗМІ на урядовому чи міжурядовому рівнях;
- створенню таких умов, які б захищали журналістів (вітчизняних та зарубіжних) у небезпечних ситуаціях під час виконання небезпечних завдань, використовуючи для цього такий спосіб, як двосторонні та багатосторонні угоди;
- прозорості щодо діяльності;
- структурам власності різних підприємств у сфері ЗМІ;
- відносинам із третіми сторонами, що мають вплив на незалежність редакцій ЗМІ.

Принцип 6

Фундаментальна функція журналістики у демократичній країні передбачає, що всі, хто займається журналістикою, роблять це відпо-

відально і дотримуються етичних норм, а головне – не втрачають своєї незалежності та критичності. Журналістика має служити свободі слова, що включає право отримувати та передавати інформацію, поважаючи інші фундаментальні права, свободи, інтереси, що їх захищає Європейська конвенція про права людини.

Принцип 7

Практика журналістики у демократичному суспільстві виробила цілу низку норм, які ввійшли до багатьох професійних кодексів поведінки. Це такі «неписані закони», як:

- повага до права громадськості бути точно інформованою про факти та події;
- збирання інформації чесними (законними) методами;
- чесність в інформуванні, коментуванні, критиці, утримання від невиправданого втручання у приватне життя, наклепів (дифамації), необґрунтованих звинувачень;
- виправлення будь-якої друкованої або переданої в ефірі інформації що виявилася неточною (помилковою);
- збереження професійної таємниці щодо джерела інформації;
- –утримання від пропаганди насильства, ненависті, нетерпимості на расовій, мовній, релігійній, політичній або іншій основі, що мають національне, регіональне або соціальне походження.

Принцип 8

Розуміючи, що різні ЗМІ працюють у різних умовах, і ці умови не є стабільними, владні структури мають обережно посилатися на правила, про які йдеться у принципі 7, і мають визнати, що всі, хто працює у сфері журналістики, мають право виробити свої стандарти поведінки, наприклад, у формі кодексів поведінки, де буде визначено, як права і свободи журналістів узгоджуються з іншими правами, свободами та інтересами, з якими може виникнути конфлікт, а також обов'язки журналістів [43, с. 171–173].

За ініціативою Асоціації польських журналістів видавці, продюсери, мовники та журналісти підписали 29 березня 1995 р. «Декларацію засобів масової інформації», у якій заявили, що у своїй діяльності будуть керуватися такими принципами:

Принцип істини. Журналісти, видавці, продюсери та мовники докладають усіх зусиль для забезпечення того, щоб розміщувана інформація відповідала істині, сумлінно і без спотворень повідомляють факти в належному контексті, а у разі поширення неправдивої (помилкової) інформації негайно спростовують її.

Принцип об'єктивності означає, що автор висвітлює реальні події незалежно від своїх поглядів, ретельно повідомляючи різні точки зору.

Принцип відділення інформації від коментарів. Журналістське повідомлення має надати можливість одержувачам інформації відрізняти факти від думок і поглядів.

Принцип порядності означає діяльність, згідну із власною совістю і заради блага отримувача інформації, не піддавання впливам, непідкупність, готовність відмовлятись діяти проти власних переконань.

Принцип поваги і терпимості – тобто, повага людської гідності, особистих прав власності, особливо приватного життя і репутації.

Принцип вищості інтересів одержувача інформації. Основні права читачів, глядачів, слухачів мають пріоритет над інтересами редакцій, журналістів, видавців, продюсерів та мовників.

Принцип свободи і відповідальності. Свобода засобів масової інформації накладає на журналістів, редакторів, продюсерів, мовників відповідальність за зміст і форму поданої інформації та пов'язані з цим наслідки [18, с. 23–24].

У Законах України «Про інформацію», «Про телебачення і радіомовлення» записано, що у своїй діяльності засоби масової інформації реалізують принципи об'єктивності, правдивості, достовірності, вірогідності, повноти і точності інформації, компетентності, гарантування права кожного громадянина на доступ до інформації, вільне висловлювання своїх поглядів і думок, законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації, дотримання працівниками ЗМІ професійної етики та загальнолюдських норм моралі [20; 21].

Ці принципи здебільшого збігаються з принципами, які проголошені на конгресі Міжнародної федерації журналістів, Європейської конференції представників країн-членів Ради Європи та Декларацією засобів масової інформації Польщі. Вони, на наш погляд, визначають тематику, зміст і зорієнтованість на громадянські морально-духовні цінності, професіоналізм, свободу і відповідальність за синергію журналістського слова і зображення в ефірі, ефективну організацію, методи і форми функціонування телебачення і радіомовлення.

Дотримання принципів є одним із визначальних критеріїв оцінки діяльності журналістів будь-яких засобів масової інформації. Стосовно функціонування телебачення і радіомовлення та інших електронних ЗМІ в Україні, то дуже важливо, дотримуючись схарактеризованих принципів, враховувати особливості історії України, яку впродовж століть колонізували, зросійщували, полонізували, мадяризували, румунізували і навіть чехізували; формували в українців свідомість бездержавності,

меншовартості, ущербності, рабської покори, малоросійства. Про гіркі наслідки тривалої антиукраїнської політики ще у 2010 р. писав філософ і публіцист Ігор Лосєв так: «Трагедія незалежної України в тому, що домінантною силою стала не національна, а територіальна еліта, представники якої зберігають усі звички традиційної номенклатури, такі як: думай одне, кажи друге і зроби третє. Соціально-економічна, політична і ментальна особливість цієї еліти пояснює її нездатність мислити категоріями національних інтересів» [39]. Він справедливо називав цю еліту антинаціональною, яка самим фактом свого панівного статусу позбавляє українську націю будь-яких перспектив розвитку.

Насамперед мовилося про інформаційний та гуманітарний простір України, що були окуповані друкованими виданнями, телерадіоканалами і шоу-бізнесом Російської Федерації та інших іноземних держав. За підсумком всеукраїнського перепису населення у попередні роки, 67 % громадян України визнали своєю рідною мовою українську, але вся система засобів масової інформації, культурних і розважальних установ, книговидання збудована так, ніби 67 % і більше населення України становлять російськомовні. «У деяких регіонах абсолютно безперешкодно функціонують структури, що ведуть антиукраїнську пропаганду цілком расистського штибу, – з тривогою писав філософ Ігор Лосєв. – Чимало органів місцевої влади регіонів України ухвалюють відверто дискримінаційні рішення, спрямовані на обмеження вживання української мови на певних територіях та в певних структурах, на ліквідацію під різними претекстами українськомовних ЗМІ, українських шкіл тощо» [39]. Як не парадоксально, але тоді Україна не виступала державою українців, що становить абсолютну більшість її населення – майже 80 %. Права етнічної мовної більшості України не забезпечувалися державою, що є нонсенсом і значною мірою знецінює таку державу, оскільки українцям, дещо перефразовуючи Тараса Шевченка, доводиться жити в «нашій, не своїй державі».

На превеликий жаль, десять років тому та й тепер державні інституції України не виконують тих націєтворчих функцій, що є обов'язком будь-якого суверенного державного утворення і в цьому сенсі є нефункціональними. Тому ми живемо в умовах окупації плебейства, – зазначала лауреат Шевченківської премії Оксана Пахльовська. Понівечений простір елітарної культури повністю не відтворений, існує розрізненими фрагментами у свідомості окремих категорій, не захищений державою ні інституційно, ні фінансово. Відтак розрісся до загрозливих масштабів інформаційний простір, заповнений і плебейськими категоріями, і плебейськими потребами, і плебейськими вимогами.

Оксана Пахльовська справедливо наголошувала, що Україна – вкотре! – в облозі. В облозі риторики. Імітації. Обману. Насилля над її історією. Різні форми антиукраїнської політики – все це отруйні міазми посттоталітарних катакомб, які не роблять честі ні Росії як «кухарю» цих міазмів, ні Україні, що надає простір для поширення цих міазмів. Ну де це, в якому ще звіринці можливі такі образи мови, культури, національності, які лунають з боку Росії на адресу України, Польщі, Грузії? В якому звіринці можна почути у відповідь на аналіз проблем – істеричні звинувачення в «нелюбові» до Росії? Критичний аналіз – це невід'ємне право кожної цивілізованої людини і – обов'язок відкритого суспільства. Не випадково українська преса часто не потрапляла на Донеччину, Харківщину чи Крим: будь-яка цензура, будь-яка заборона – це ознака елементарного страху. Такі реакції – ознака не сили Росії (і її п'ятої й десятої колони в Україні), а її слабкості, її політичної, інтелектуальної, етичної нездатності дати насичену сенсами відповідь на кризові аспекти своїх стосунків із сусідніми державами [44].

Низка теле- і радіоорганізацій в Україні під впливом Москви і промосковських власників та політиків були і є антидержавними та підривними органами, що діяли і діють за законами інформаційно-психологічної війни. На жаль, у східно-південних регіонах було мало лояльних до України електронних і друкованих ЗМІ, що давало змогу створювати своєрідне «інформаційне гетто», куди позитивна інформація про суспільно-культурне, соціально-політичне життя в Україні пробивалася уривками, епізодично. А це створювало ідеальні умови для масової маніпулятивної пропаганди, нав'язування «російських імперських цінностей». Наприклад, Ростовське телебачення і радіо повсякдень і повсякчасно не тільки не давало змоги забути луганчанам минуле «єдиного і недєлімого СССР», але й відвертало мешканців Сходу України від своєї відновленої незалежної держави, перетворюючи Україну в свідомості громадян на меншовартісну «окраїну Росії». До Краснодонщини українські теле- і радіопрограми зовсім не доходили. Засилля російської та російськомовної преси, починаючи від «Труда» і закінчуючи бульварними російськими газетами, що поруч із прокомуністичними ностальгійними ЗМІ чинили потужний антиукраїнський тиск на мозок східноукраїнських глядачів, слухачів і читачів, особливо молодих.

Ігнорування гуманістичними принципами діяльності донецьких і луганських регіональних ЗМІ підживлювалося місцевою керівною елітою. Приміром, Донецьку обласну раду очолював Віктор Тихонов. Водночас він був лідером об'єднання керівників регіонів України. І

на цій посаді під гаслами «посилення регіонів», боротьби «за інтереси регіонів» В. Тихонов активно сприяв послабленню центральної влади, дезінтеграції України в інформаційній, мовній, культурній, економічній, політичній сферах. Мабуть, з огляду на ці «досягнення» в інтересах Росії В. Тихонов був нагороджений у Москві орденом Дружби народів.

Професійне дотримання принципів діяльності телебачення, радіомовлення, соціальних мереж неможливе без глибокого морально-психологічного усвідомлення журналістами потреби розбудови суверенної, незалежної, демократичної, соціальної, правової Української держави. Сповідування цієї морально-психологічної, політико-ідеологічної засади є однією з важливих передумов об'єктивного, достовірного, правдивого інформування глядачів, слухачів про різноманітні соціально значущі явища, події, факти. Тут не йде мова про досягнення абсолютної правди, бо це є неможливим для людини. Підхід до абсолютної правди полягає в тому, щоб ми шукали, прагнули наблизитися до істини, вільної від суб'єктивної (однобічної) упередженості й тенденційності. Журналісти не сміють замовчувати правди. Вони покликані спрямовувати свої здібності на болючі проблеми сучасного світу, українського державотворення, утвердження справедливого національного життєвого середовища, а «не на суцільні розваги і задоволення аж до різноманітних збочень включно» (В. Здоровега), куди, зрозуміло, входять і нинішні брудні піартехнології, знищення українського інформаційно-гуманітарного поля.

Сповідування принципів журналістської діяльності, морально-духовна, національно-громадянська спрямованість творчості залежить від особистості журналіста. Адже видатний учений В. Бехтерєв стверджував, що особистість є основою, на якій ґрунтується життя суспільства. Суспільство, на його думку, це як зібрання більше або менше діяльних взаємозв'язаних між собою особистостей задля здійснення спільних інтересів і прагнень. Таке зібрання В. Бехтерєв назвав збірною, власне «соборною особистістю», що об'єднана морально-духовними, громадянськими, національними, політичними, суспільними, правовими, демократичними та іншими гуманістичними спільними інтересами.

Отже, електронні ЗМІ максимально володіють властивостями формування соборної української особистості, які покликані реалізовувати національно свідомі журналісти на засадах сформованих принципів. Вважаємо неприйнятним твердження Гліба Головченка, що в умовах глобалізації, немає українських журналістів, російських журналістів або іспанських журналістів – є, мовляв, журналісти-професіонали та непрофесіонали. Безперечно, журналістський професіоналізм поєднує в собі вміння володіти словом і найновішими технічними засобами

зображення, а також відповідальність за результати своєї праці. Але журналіст живе не в космосі, а в конкретній країні; у нього має бути національна свідомість, громадянська позиція, яка полягає у морально-духовній, навіть політичній відповідальності перед громадянами своєї країни за те, щоби вони були всесторонньо і об'єктивно поінформовані про історичне минуле, сучасні соціально важливі факти, події, явища, правдиво зорієнтовані на майбутній розвиток Української Держави. Тобто, журналісти повинні принципово поєднувати професіоналізм, патріотизм, політичну далекоглядність, які є основою не механічного ретранслювання інформації, а національно-ідеологічною платформою для фахової громадянсько-орієнтованої теле- і радіожурналістики. Адже принцип довіри до журналістського слова і відеозображення є визначальним у створенні духовно-національної аури.

Деструктивний процес, який охопив деякі телевізійні й радіоканали, залежить від такого явища, як культурна ентропія. Це – другий закон термодинаміки. Якщо щось свідомо не підтримується, то воно руйнується. Для розвитку й ефективного функціонування телебачення і радіомовлення в українських національних інтересах потрібні ідеологічна і політична воля, досить великі грошові затрати. Якщо ж не докладати національно-духовних зусиль, то телевізійні й радіоканали не просто розпадаються, а перетворюються на деструктивні чинники, які насичують теле- і радіоефір «естетикою зла», маніпулюють свідомістю людей, яких цілеспрямовано ізолюють від правдивої, повноцінної, різноманітної регіональної і загальноукраїнської інформації. Не випадково спроби розблокувати «інформаційне гетто», позбавитись фальшивих московсько-комуністичних міфологем викликають істеричну реакцію в їхніх «архітекторів» – внутрішніх і зовнішніх антиукраїнців, провокуючи відцентрові тенденції, розкол і ворожнечу між регіонами. Тривалий період у програмі Савіка Шустера «Шустер-Live», низці інших передач на телеканалах «112», «Наш», «Інтер», «NewsOne», «Україна» навіювали глядачам, що ніякої України як цілісної країни не існує (цю тезу часто повторювали чимало депутатів Верховної Ради України), завжди поділяючи аудиторію на захід і схід, натякаючи і привчаючи до переконання, наче ніякої консолідованої загальноукраїнської думки в українців не може бути за визначенням, а може бути лише окрема позиція сходу і окрема позиція заходу.

Агресивний «русский мир» різними методами, використовуючи теле- і радіоканали, зміцнював в Україні московський «культурний колоніалізм» (О. Забужко), поширював і поширює наклепницьку інформацію про мазепинців, петлюрівців, бандерівців, нав'язував українцям

особливу форму російської свідомості, до якої належить малоросійство, яничарство, манкуртство, хахлуйство. Таких людей, у яких підрубане українське історичне коріння, понівечена національна мовнокультурна сутність, досить легко можна організувати й кинути «на амбразури», втягти у будь-яку антиукраїнську авантюру.

Отже, журналісти, власники ЗМІ, політики, депутати, службовці, громадські діячі, які не володіли ідеологічно-громадянськими, морально-духовними якостями «українськоцентричності, україноорієнтованості, національної свідомості» (В. Волошина) створювали інформаційно-психологічні передумови російської агресії проти України. Відомий в Україні і в світі науковець Олександр Савченко у книзі «Антиукраїнець, або Воля до боротьби, поразки чи зради» ще і ще раз нагадав, що вічним історичним ворогом України є Росія. Піраміда потреб, розроблена Абрагамом Маслоу, для росіян трансформувалася так, що загарбання чи знищення України є їхньою базовою, фізіологічною потребою, яка рейтингом іде одразу після «водки» і «хвоста сельодки», тобто їжі ... Цей нездоровий феномен російського суспільства обумовлений крадіжкою української історії, української церкви, українських героїв, українських культурних діячів, українських земель, а також зросійщенням значної частини етнічних українців, які стали російською елітою і, на превеликий жаль, часто-густо ці «елітарії» є лютішими до українців, ніж моксельці=росіяни.

Нинішня потужна гібридна війна Російської Федерації не лише проти України, а й європейських та інших країн, спонукає по-новому аналізувати сутність принципів діяльності телебачення і радіомовлення. З огляду на те, що принципи, як зазначалося вище, формуються, встановлюються на основі осмислення законів, процесів суспільно-політичного життя і є їхнім відображенням, то в нинішніх складних умовах російсько-української війни маємо, на наш погляд, дотримуватися насамперед принципу «*український націоцентризм*». Цей принцип об'єднує інші принципи діяльності електронних ЗМІ, визначає вибір оптимальних варіантів висвітлення проблем українського державотворення. На засадах українського націоцентризму маємо розглядати модель захисту і розбудови соборної України «в структурі захисту національного інформаційного простору, генерування «захисної плівки» духовно-інтелектуальних знань українців як імунітету, що допомагає усвідомити ідею розвитку своєї національної ідентичності в світовому багатокультурному контексті» [7] – наголошував професор С. Й. Вовканич. На цьому фундаментальному розумінні принципів діяльності телебачення і радіомовлення, як всіх ЗМІ, має ґрунтуватися виконання

своїх професійно-соціальних, суспільно-культурних і духовно-прикладних функцій.

У шостому принципі, проголошеному на Європейській конференції в Празі (1994 р.) представниками країн-членів Ради Європи, наголошується: «*фундаментальна функція журналістики* у демократичній країні передбачає, що всі, хто займається журналістикою, роблять це відповідально і дотримуються етичних норм, а головне – не втрачають своєї незалежності та критичності. Журналістика має служити свободі слова, що включає право отримувати та передавати інформацію, поважаючи інші фундаментальні права, свободи, інтереси, що їх захищає Європейська конвенція про права людини».

У Статті 17 Конституції України зазначено, що найважливішими функціями держави, справою всього Українського народу є захист суверенітету і територіальної цілісності України, гарантування її економічної та інформаційної безпеки. Проаналізувавши зовнішні та внутрішні функціональні чинники впливу телебачення і радіомовлення на інформаційне поле України, професор І. В. Крупський слушно наголосив, що «турбота про національний інформаційний простір є складовою національної безпеки кожної держави. Це – потужний державозміцнюючий і націєтворчий важіль, що йому надає значення будь-яка країна. Висловлювання «хто володіє інформацією, той володіє світом» у застосуванні до України можна перефразувати так: «Хто володіє інформацією в Україні, той володіє і нею, Україною» [31, с. 193–194].

Отже, як свідчить практика функціонування телебачення і радіомовлення в Україні, не кожний журналістський дискурс має благодатний вплив на глядачів і слухачів. «У ньому є і зворотний, демонічний бік, що здатний не лише переконувати, а й підбурювати, не лише просвіщати, а й вводити в оману» [16, с. 40]. Прикро, але ніде правди діти, українці десятиліттями варяться в маніпулятивному інформаційно-пропагандистському місиві, яке їм готують не лише ворожі російські, а й олігархічні ЗМІ різних Ахметових, Коломойських, Медведчуків, Пінчуків, Фірташів... Глибоко осмисливши науково-публіцистичну творчість Євгена Онацького, професор М. С. Тимошик привернув увагу до його, і нині концептуально важливих, думок про функціональні обов'язки журналістів, творчість яких має бути понадпартійною, соборницькою (об'єднуючою) та українськоцентричною, цілеспрямовано сприяти формуванню національної ідентичності, високих морально-духовних цінностей.

Однак потужний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій зумовлює перехід «від умовно індустріального суспільства, якими

ми були, до суспільства розважального, куди ми всі рухаємося» [48], – сказав в інтерв'ю професор Г. Г. Почепцов. Автор численних книг з питань інформаційних війн і комунікаційних технологій Г. Г. Почепцов наголосив, що, по-перше, перехід йде від вербального каналу комунікації до візуального як основного. По-друге, – це ті зміни, які відбулися одночасно з появою Інтернету і соціальних медіа. Всі стали авторами і заполонили інформаційний простір. Не лише блогери, а й будь-яка людина почала писати в соцмережах, або виставляти свої фотографії в Інстаграмі [48].

Кожний з нас досить часто є не лише свідком, а й учасником інформаційно-гуманітарної зміни картини світу, українського суспільства. Тому потрібно суттєво враховувати ці процеси під час навчання студентів – майбутніх журналістів. Удосконалюючи, змінюючи в сучасних умовах концепцію функціонування телебачення і радіомовлення, як і всіх ЗМІ, маємо спиратися на великий попередній досвід (і позитивний, і негативний) для того, щоби подавати людям словесну і візуальну інформацію в органічній єдності. Такий підхід спричинятиме відчуття національного духу історичного минулого, розуміння правди про складне сучасне життя, інтелектуальне прогнозування майбутнього цивілізаційного розвитку України.

Вектор новизни соціогуманітарної політики в системі функціонування ЗМІ не має обмежуватися речовизмом, меркантильними прибутковими інтересами, а повністю охоплювати «духовну, багатокультурну ренаціоналізацію світу» [6, с. 67], резерви якої в історичній природі національної культури, мови, традицій, звичаїв, які потерпають від російського інформаційно-психологічного імперіалізму та військової агресії. З глибини століть закликає нас великий князь давньоукраїнської держави Русь Володимир Мономах «не хулити розмовою, гнів подавляти, помисел чистий мати, спонукаючи себе на добрі діла Господа ради» [42, с. 18–19].

У контексті новітніх інформаційно-гуманітарних, комунікаційних процесів **розглядаємо функції телебачення і радіомовлення**. Функція (від латинського «functio») означає діяльність, здійснення, виконання. Це поняття вказує на ту роль, яку певний соціальний інститут або частковий соціальний процес виконують стосовно цілого. Динаміка функцій радіомовлення і телебачення тісно пов'язана із суспільно-політичними процесами, вони мають історичний характер.

Функції реалізуються внаслідок професійної творчої праці теле- і радіожурналістів, яка спрямована на всебічне, достовірне, правдиве інформування глядачів і слухачів про суспільно важливі, цікаві фак-

ти, події, явища, задоволення їхніх пізнавальних, інтелектуальних, моральних, духовних, естетичних, світоглядних, розважальних потреб, формування об'єктивної індивідуальної і конструктивної громадської думки, «на подолання роздвоєного національного самоусвідомлення, комплексів малоросійства, меншовартості, змаргіналізованого рівня масової свідомості значної частини українців» [37, с. 195].

Отже, під функціями радіомовлення і телебачення «розуміємо цілеспрямовану журналістську діяльність, тісно пов'язану з принципами, що має не перехідний і не випадковий, а загальний закономірний характер» [36, с. 100]. Функції включають і мету, і засоби діяльності, виражають сутність, інформаційно-виховне призначення радіомовлення і телебачення, визначають роль електронних ЗМІ як суспільного інституту.

Беручи дл уваги дані соціології журналістики, які ґрунтуються на уявленні масової аудиторії, професори А. Чічановський і В. Шкляр назвали такі функції засобів масової інформації: «інформаційно-пізнавальна, комунікативно-естетична, соціально-організаторська, психологічної регуляції» [58, с. 62].

Професор В. Здоровега зазначав, що інформаційна функція ЗМІ найголовніша і найуніверсальніша. Багатофункціональні засоби масової інформації, насамперед, інформують про все, що відбувається в Україні та світі, інтерпретують, пояснюють, тлумачать факти, події, явища повсякденного життя, виконують науково-просвітницькі функції, несучи певну наукову інформацію. Сприйняття адресованої відповідній аудиторії інформації і, насамперед, естетичної, приносить, крім знань, також насолоду, тобто ЗМІ сьогодні виконують гедоністичної функції [23, с. 4].

Швейцарський професор Р. Блюм виділив вісім функцій ЗМІ. Це функції інформування, артикуляції, соціалізації, критики та контролю, корекції, обслуговування, розважання і реклами [2, с. 15–17]. Професор А. Москаленко охарактеризував призначення таких функцій засобів масової інформації: організаторської, інформаційно-пізнавальної, соціально-педагогічної [43, с. 156–161].

Окреслюючи соціальну сутність функцій ЗМІ, професор О. Гоян назвав функції інтеграції, соціалізації, організації, інформування, просвіти, розважання, виховання та спілкування [10, с. 9]. У працях інших дослідників (О. Білоус, В. Гоян, П. Дворянин, І. Пенчук, Г. Шулте) мовиться про інформаційну, коментуючу, мобілізуючу, комунікативну, критичну, контролюючу, освітню, педагогічну, соціалізуючу, розважальну, зв'язуючу і рекламну функції.

На основі аналогії вищеназваних функціональних обов'язків ЗМІ, аналізу і синтезу журналістської творчості, узагальнення політико-ідеологічних, соціально-економічних, історико-культорологічних, морально-духовних, психолого-педагогічних процесів в Україні, привертаємо увагу до таких, на наш погляд, природних функцій телебачення і радіомовлення: *інформування, пропагандистсько-просвітницька, агітаційно-організаторська, педагогічно-виховна, вираження і формування індивідуальної та громадської думки, естетична, розважальна, інтеграції*.

Безперечно, ці функції не ізольовані одна від одної, характеризуються не лише притаманними їм властивостями. Вони постійно взаємодіють, взаємно проникають, органічно взаємозалежні, що є доброю передумовою пізнання історичної і сучасної правди про особливості розвитку української національної спільноти, які пов'язані з подвійним інформаційно-психологічним тиском на українців: глобалізації та багатовікової російської антиукраїнської політики, що переросла у військову агресію.

3.1. Функція інформування

Інформація (франц. information, від лат. informo – надаю форму, створюю уявлення про щось, зображаю) – будь-які відомості чи знання, які можна сприймати. Інформація життєво необхідна для існування індивіда і суспільства в цілому. Кожна людина і все суспільство споживають, сприймають, зберігають, обробляють, опрацьовують інформацію і передають її. Рівень розвитку суспільства в той чи інший період визначається, зокрема, і рівнем поінформованості. Адже людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна державна, політична, суспільно-економічна, ідеологічна, історична, культурологічна, етнічна та інша інформація.

У сучасних умовах вирішальну роль у творенні людських спільнот належить інформаційній системі, яка стрімко розвивається, оновлюється. Медіааналітики сайту «Телекритика» відзначили, що люди споживають щодня у п'ять разів більше інформації, ніж 20 років тому, розповсюдження її ЗМІ за цей період перевищує 200 разів [61]. Саме через засоби масової інформації, за оцінками спеціалістів, за останні 30 років було вироблено більше інформації, ніж за п'ять попередніх тисячоліть. Це свідчить про те, що «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)» [32].

Нині кожний із нас може отримати потрібну інформацію із, так би мовити, традиційних джерел: радіо, телебачення, друкованих ЗМІ, літератури та новітніх, які також заволоділи світом Інтернету та соціальних медіа. Інтернет-агенції, соціальні мережі, Фейсбук, Інстаграм, блоги, твіттер створюють умови користувачам ставати частиною соціуму, створюючи інформаційні повідомлення, впливати на зміст і тематику контенту. Але зростання інтернет-ресурсів ще не відсунуло на задній план телебачення. Професор Г. Почепцов зазначив, що в Україні «в отриманні інформації зберігається домінуюча роль ТБ. Навіть якщо людина бере основну інформацію з Інтернету, вона все одно її звіряє з телебаченням» [48]. Водночас змінюється журналістська професія. Вона еволюціонує разом з політичними, економічними, соціальними та іншими сферами життєвого середовища, що призводить до поглиблення сутності принципів і функцій електронних ЗМІ. Зокрема, бінарна функція телебачення і радіомовлення набуває нового змістовного наповнення з огляду на техніко-технологічні удосконалення передання соціально важливої інформації, які внесли зміни у репродукування (відображення дійсності) і продукування (творення дійсності).

З перших днів існування радіо і телебачення стало могутнім засобом оперативного інформування про суспільно важливі факти, події, явища. Йдеться не лише про інформацію в широкому, загальному розумінні, «яка є всяким певним новим знанням, що передається від одного об'єкта до іншого» [17, с. 111]. У цьому контексті майже вся продукція телебачення і радіомовлення є інформацією. Тут розглядаємо інформацію (сукупність коротких повідомлень) у вузькому розумінні, якою насичені різноманітні новинно-інформаційні випуски телевізійних і радіоканалів.

Функцію інформування розрізняють щодо суспільства і стосовно індивіда. Суспільна функція – «інформування про події в житті суспільства і світі, інформаційне забезпечення інноваційних процесів» [59, 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» [59, с. 264]. Соціалізуючої ефективності такого комунікаційного процесу можна досягнути лише тоді, коли журналіст буде компетентним, патріотичним професіоналом, носієм національно-духовних, держав-

ницьких переконань. За таких умов він своїми матеріалами сприятиме глядачам і слухачам глибше пізнавати сутність життєвих, суспільних, соціальних, економічних, політичних, культурних, мовних проблем в умовах російської агресії, спрямованої на знищення незалежності, колонізацію України.

Зважаючи на те, що основою телевізійного чи радіоповідомлення, як і всіх ЗМІ, інтернет-ресурсів є правдива фактологічна база, то «факт, що змінює ситуацію, виконує роль універсальної та обов'язкової компоненти будь-якого новинного повідомлення» [28, с. 142]. О. І. Бочковський зазначив, що факт (подія) – це джерело звістки (повідомлення), тому «тільки точне повідомлення має корисне значення для загалу»; «звістка неправдива може спричинити багато небажаних і громадськи шкідливих наслідків» [4, с. 48].

Інформаційні телевізійні- і радіовипуски, які належать до передач «для всіх», повинні бути точними, чіткими, зрозумілими найширшій аудиторії, доступними для сприймання. Інколи їх називають секундною стрілкою історії. Телевізійне- і радіоповідомлення, яке охоплює збирання, опрацювання і поширення інформації про подію, тоді створює почуття причетності до неї у глядача і слухача, коли вербальна (словесна, звукова) і візуальна картини правдиві, важливі, цікаві, мотивують прагнення до пізнання і розуміння того, що відбувається, як діяти сьогодні й завтра, навіть зіставити, оцінити себе з «інакшістю», про яку оповідалося.

З огляду на новітні інформаційні і комунікаційні технології зростає роль не лише журналіста, блогера, а й людини, яка пише у Фейсбук та інших платформах інтернету або виставляє свої фотографії в Інстаграмі, наповнюючи інформаційний простір України багатополярними повідомленнями. На жаль, серед цих різнотемних повідомлень, які пронизують соціокультурний простір України, є надто багато негативної інформації. На телевізійному екрані сучасний глядач бачить сцени агресії, розбою, насильства, брутальності в середньому кожні 16 хв, 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 інформаційно-новинних блоках рівень негативу сягає 50–80 % [11, с. 38].

Під час епідемії коронавірусу Covid-19 поширеною була також інша «-демія» – інформаційна. «Інфодемія сама собою не є смертельною зброєю, фейк безпосередньо не може вбити людину. Але фальшиві новини, дезінформація, маніпуляції сіяли страх, паніку, невпевненість, що людство в цілому та окрема людина здатні подолати загрози нової

небезпечної хвороби. Найчастішими «симптомами» «інфодемії» були такі: продукування вигаданих «теорій змов» про походження вірусу; розповсюдження відомостей про фейкові методи лікування; поширення дезінформації про реальний стан справ із рівнем захворювання; недостовірна інформація про методи профілактики; надання екстремального емоційного забарвлення існуючій достовірній інформації» [25]. На основі аналізу і синтезу висновків медичних експертів Великобританії і Китайської Народної Республіки публіцист Наталя Іщенко підсумувала, що «найкращою відповіддю коронавірусу є антивірусна гігієна разом із гігієною інформаційною. І тоді ні епідемії, ні «інфодемії» нас не подолають» [25].

Репродукуючи і продукуючи масив різноманітної інформації, телебачення і радіомовлення, соціальні мережі, породжують і тиражують певні меседжі в індивідуальній і суспільній свідомості. Тому кожна мить праці людини – і професіонала, і любителя (інстаграміста, твітериста тощо) – над створенням будь-якого інформаційного продукту має бути позитивним наснаженням, утвердженням слова і зображення в їхній доброчинній силі. Адже «у стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного потрібно ставитись як до феномену і вічного джерела духовно-морального потенціалу» [11, с. 63].

Тематично-змістовий огляд, аналіз і синтез інформаційно-новинних програм, теоретичне осмислення творчих процесів дають підставу стверджувати, що працівники телебачення і радіомовлення розвивають, удосконалюють форми і методи інформування. На телеканалі «1+1» обрали курс на «новини для барбоса» [55]. У рамках цих вимог для кореспондентів «ТСН» були задані нові критерії створення новин: 6 «С» (страх, скандал, смерть, сміх, секс, сенсація) і одне «Г» (гроші). Час показав, що ці нововведення, які були спрямовані на підвищення рейтингів випусків «ТСН», не сприяють переорієнтації від «нижчого рівня» глядацької психіки до «вищого» – інтелектуально-духовного. На жаль, цей «новий підхід» до створення новин на «1+1» поширився і на інших телевізійних каналах України. Це призвело до того, що рівень негативу в багатьох інформаційних блоках телебачення і радіомовлення сягає 50–80 %.

Під час створення інформаційних телевізійних- і радіоповідомлень застосовують також інфотейнмент. Це метод подання новин, в якому поєднані інформаційні та розважальні компоненти. За умов такої побудови новини здобувають найвищі рейтинги. Адже спрацьовує формула: «Інформуючи, розважаємо». Водночас дослідники журналістики оцінюють інфотейнмент як суперечливу тенденцію, висловлюють обґрунтовану

стурбованість через розмивання традиційних засад подання новин, перетворення їх на серіал, навмисний, свідомий пошук унікальних героїв і сюжетних поворотів [17, с. 113].

Роздумуючи над проблемою взаємозалежності «інформація – глядач», соціолог Євген Головаха зазначив, що «людина слабка за своєю природою. Всі ми слабкі. І наш інтерес досить 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» [24].

На наш погляд, одним із способів обмеження, нівелювання «властивості купуватися на те, що має низинну природу», це – створення інформаційних матеріалів за технологією ед'ютейнменту. 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» [19, с. 5]. Однак ця технологія створення інформаційних телевізійних- і радіоповідомлень ще не знайшла широкого застосування.

Отже, щоби телевізійне- і радіоінформування було об'єктивним, правдивим, доброчинним, найпродуктивнішим, то словесну (звукову) і візуальну 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 професор С. Й. Вовканич назвав духовною інформаційною мобільністю нації [6, с. 14]. У цьому інформаційно-гуманітарному процесі надзвичайно зростає морально-соціальна відповідальність як працівників телебачення і радіомовлення, так і авторів соціальних мереж, які своїми матеріалами покликані спрямовувати українську громадськість до національних вартостей, давати рішучу відсіч гібридній війні Російської Федерації, новітнім формам російщення інформаційного простору, захищати заради національних інтересів соціально-економічне, мовно-культурне, духовно-суспільне, морально-психологічне здоров'я української соборної держави і людини в ній.

3.2. Пропагандистсько-просвітницька функція

Пропаганда (від лат. propaganda – те, що підлягає розповсюдженню, propagore – плекати саджанці) – популяризація, поширення, роз'яснення і навіювання політичних, філософських, наукових, культурологічних, релігійних, художніх та інших ідей, учень, знань, поглядів, оцінок засобами масової інформації, усно, писемно, аудіовізуальними та іншими методами впливу на індивідуальну і суспільну свідомість.

Пропагувати (від лат. propago – поширюю, розповсюджую) – поширювати, роз'яснювати якусь ідею або вчення, погляди, позицію з метою як позитивно, так і негативно налаштовувати, спрямовувати особу, аудиторію і психологічно стимулювати її реакцію в бажаному ідеологічному напрямі.

Давні римляни використовували термін «пропаганда» для позначення просвітницької діяльності, коректного й аргументованого викладу своїх поглядів та думок з одночасним уважним сприйняттям поглядів опонента, переконуванням його силою правди і логіки. Найкращим пропагандистом у цьому сенсі вважали Сократа, а зразком пропаганди – сократичний діалог [17, с. 221].

У XVIII ст. термін «пропаганда» означав місіонерську діяльність католицької церкви. З цією метою Ватикан заснував конгрегацію пропаганди. Згодом акцент робили на політико-ідеологічній функції пропаганди.

У країнах з тоталітарним режимом пропаганда стала державним завданням. Наприклад, у нацистській Німеччині та комуністичному Радянському Союзі була створена спеціальна сітка партійно-урядових закладів, у яких працювали навчені пропагандистські кадри. Сітка пропаганди охоплювала всі сфери суспільства, підприємства, установи, навчальні заклади, армію тощо. Особливу ідеологічно-пропагандистську роль відігравали засоби масової інформації.

Завдяки тривалій масовій комуністичній пропаганді московському тоталітарному режимові значною мірою вдалося сформувати безлику людину-масу, позбавлену автохтонної історичної пам'яті, національної свідомості, духовності. Тому навіть нині в українській незалежній державі серед журналістів і вчених можна почути думку про хибність, недоцільність розгляду пропагандистської, агітаційно-організаторської функцій ЗМІ, оскільки це – атрибут комуністичних, тоталітарних засобів масової інформації.

Аналіз тридцятилітнього періоду існування відновленої незалежності України дає підставу стверджувати, що така однобічна оцінка є

безпідставною, хибною. Адже сам характер глобалізаційних процесів, довготривалої російської інформаційно-психологічної війни, яка переросла у військову агресію, гуманістична мета демократичних перетворень в Україні зумовлює нагальні потреби систематично роз'яснювати теоретичні і практичні проблеми будівництва і захисту суверенної, незалежної, соціальної, правової держави, істинну суть національної ідеї, питання відродження, становлення й утвердження національно-громадянських, духовних цінностей, культури, функціонування в усіх клітинах державного організму української мови. «Вести пропаганду за ідею, за віру, за своє переконання, якими можна прислужитися для людства, є не лише морально оправданим, але й в найвищій мірі конечним, – підкреслювалося у Літературно-науковому віснику. – Не можна твердити, що справедлива справа не потребує пропаганди, що правда сама побідить своєю силою. Правда побіждає в дійсності щойно тоді, і лише тоді стає правдою, як стільки то й стільки людей перейнялось нею до тої міри, що вважають своїм обов'язком переконати в цьому ще й інших людей» [27, с 449–450]. Ця думка, висловлена ще у 1929 р., надто важлива й тепер. Адже і нині «маса не знає, чого вона хоче, їй треба сказати, чого вона хоче» (Карл Ясперс). Прикро констатувати, але значна частина українського населення і була такою масою, сутність якої найповніше виявилася під час президентських і парламентських виборів у 2019 році.

Така ситуація є наслідком століть бездержавності, російщення, трьох голодоморів, винищення української національної еліти, панування нігілізму, малоросійства, низький рівень патріотичного самоусвідомлення, відсутність чіткої морально-психологічної, громадянської мети «в напрямку необхідності побудови в Україні національної держави українського народу з відповідними українськими національними пріоритетами в економіці, політиці, культурі, мові, інформаційному просторі» [47, с. 31], – наголошував лауреат Шевченківської премії Анатолій Погрібний. Він справедливо закликав «будувати українську Україну, у якій добре всім, хто її населяє, в якій ні в чому нікого не ущемлено, де господарем політичного, економічного і духовного простору цієї частини планети почуває себе титульна – українська нація, – це й означає: будувати в нас нормальну, повноцінну державу західноєвропейського зразка» [47, с. 33].

Спираючись на ці методологічного характеру думки професора А. Г. Погрібного, розглядаємо сутність нинішньої просвітницької і маніпулятивної пропаганди. Призначення пропагандистсько-просвітницької функції телебачення і радіомовлення – роз'яснювати животрепетні,

гострі, нез'ясовані проблеми політико-ідеологічного, соціально-економічного, національно-духовного життя. Телевізійні- й радіоматеріали мають містити науково обґрунтовані, вмотивовані, зрозумілі, дохідливі, переконливі відповіді на запитання, які цікавлять, хвилюють громадян стосовно розбудови української України, її відносин з близькими і далекими сусідами, причин і наслідків російсько-української війни.

Створення просвітницько-пропагандистських теле- і радіоматеріалів різних жанрів про нинішню політико-ідеологічну, соціально-економічну, морально-психологічну, мовно-культурну ситуацію в Україні потребує компетентного, вдумливого, уважного і виваженого підходу, адже це насамперед стосується очищення історичної пам'яті від лукавої, солодкої брехні, утвердження правди як духовного поняття, зміни фокусу сприйняття себе як української особистості, відповідальної за свою долю і родину, долю суспільства і держави. Держава не може успішно розвиватися, коли вона не має чіткої духовно-національної платформи, сформованої на основі правдивої історії, національної культури, української мови. Констатуємо, що українці зберегли невичерпне прагнення до волі, про що свідчить їхня мужність і героїзм під час російсько-української війни. Але водночас – глибоко не вивчили уроки історії, національно-визвольної боротьби 1917–1922 років, брехливо-жорстокої, отруйної політики, яка призвела до зросійщення мільйонів українців, перетворення їх у біологічну масу.

Академік Іван Дзюба наголосив, що у тактиці і стратегії російського, комуністичного, ідеологічного терору в Україні важливе місце посідало розпалювання міжнаціональної ворожнечі під гаслами боротьби з «космополітизмом» і «українським буржуазним націоналізмом». До боротьби з «українським буржуазним націоналізмом» активно залучали єврейських інтелігентів, а тоді на них нацьковували українців, і частина української інтелігенції піддавалася на ці провокації. Водночас до рівня політичних провокацій та політичної істерії було доведено компрометацію «бандерівщини», що створювало у значної частини «східняків» негативний стереотип «західняка»: дуже важливий компонент негласної стратегії розмивання української національної ідентичності, нейтралізації національної самосвідомості. Водночас масовано нав'язується уявлення про «пріоритет» російськості в усьому – історії, культурі, науці, мові; уявлення про цивілізаторську й керівну роль російського народу як «старшого брата» [15, с. 24–25].

Нинішньою козирною картою російської маніпулятивної пропаганди є нацизм, так званий український фашизм, «оголтелый» буржуазний націоналізм, які, мовляв, загрожують Російській Федерації. Тому

будь-якими гібридними методами і способами потрібно розширювати простір «русского мира». Іван Дзюба справедливо написав: «Боротьба ОУН і УПА, попри її видиму приреченість, не була марною і мала далекосяжні наслідки, підтвердивши здатність українського народу до опору, тяглість державницького ідеалу. Але на противагу цьому боротьба московського комуністичного режиму з повстанським рухом показала й «резерви» розбрату, коли одних українців нищили руками інших. Це урок, із якого ще не зроблено належних висновків на рівні національного самоусвідомлення» [15, с. 25].

Елементарна логіка збереження і розвитку соборної, суверенної української України в умовах потужного, лукавого наступу російської маніпулятивної пропаганди і військової агресії диктує надзвичайну потребу зростання просвітницької пропаганди. На наш погляд, головними засадами просвітницької пропаганди телебачення і радіомовлення, як і всіх ЗМІ та соціальних мереж, має бути формування й утвердження у свідомості всіх українців таких цінностей: **абсолютні** (віра, надія, любов, працелюбність, шляхетність, доброта, чесність, справедливість, щирість, гідність, милосердя, прощення, досконалість, краса, свобода, нетерпимість до зла, великодушність, мудрість, сумління, правда); **національні** (українська ідея державотворення, самопожертва в боротьбі за свободу нації, національна гідність, історична пам'ять, пошана до національних символів, утвердження в усіх сферах життя української мови, любов до національної культури, протидія антиукраїнським ідеологіям); **громадянські** (суспільна гармонія, соціальна й міжетнічна справедливість, культура соціальних і міжетнічних відносин, повага до закону, рівність громадян перед законом, самовідповідальність людини, її права, суверенність особи, право на свободу думки, повага до демократичних виборів та влади, толерантне ставлення до чужих поглядів, які не суперечать українським національним ідеалам та утвердженню української України); **сімейні** (піклування про дітей (батьків), пошана предків, злагода в сім'ї, демократичність стосунків, здоровий спосіб життя, збереження і примноження українських національних традицій); **особисті** (орієнтація на пріоритет морально-духовних і національних цінностей, внутрішня свобода і відповідальність за свої вчинки, особиста й національна гідність, воля, самоконтроль, рішучість, доброзичливість, поміркованість) [5, с. 125; 54, с. 138–139].

Поширюючи українські національно-громадянські цінності, електронні ЗМІ створюють ґрунтовні передумови переростання їх у глибинні, усвідомлені національно-патріотичні та морально-духовні переконання. Однак «знавісніла антиукраїнська пропаганда Кремля набирає вже не

просто людоненависницького, а людоїдного характеру. Не зупиняються ні перед чим» [14], застосовуючи найрізноманітніші методи, способи і форми. До них належать: спрощення, замовчування, витіснення, вигаданий факт, пряме коментування, двостороння аргументація, напівправда й інсинуація, інформаційне дроблення, інформаційне перевантаження (О. Децик), а також методи «гнилого оселедця», «40 на 60», «великої брехні», «абсолютної очевидності» (В. Гриджук).

Пропагандисти-маніпулятори Російської Федерації безцеремонно використовують методи і прийоми пропаганди ідеолога нацизму Йозефа Геббельса. Путін з великим пієтетом говорить, що «Геббельс був талановитою людиною». Він говорив: «чим неймовірніша брехня, тим швидше в неї повірять». Для Путіна і Сталін, і Гітлер, і Геббельс були надзвичайно талановитими людьми, з яких треба брати приклад [45]. Автор оглядів «Сім п'ятниць на тижні» наголошував, що нинішня мета В. Путіна – «перетворити Донбас на пустелю, зруйнувавши його економічну й цивільну інфраструктуру, понівечивши долі мільйонів і забравши життя десятків тисяч людей, звинуватити в цьому Україну, щоб нейтралізувати фінансові позови за окупацію Криму. План божевільного, гідний посмертної слави великого попередника російського президента Адольфа Гітлера» [45][1].

Отже, щоби люди не ловилися на отруйні гачки російської маніпулятивної пропаганди, потрібно проти неї постійно, цілеспрямовано, систематично, компетентно застосовувати найголовнішу, найефективнішу вербальну і візуальну зброю – Правду, яка є джерелом просвітницьких, чистих, світлих помислів, надійним підґрунтям формування української національно-громадянської, світоглядно-патріотичної, морально-духовної стійкості.

3.3. Агітаційно-організаторська функція

Сутність агітаційно-організаторської функції телебачення і радіомовлення полягає в тому, щоби поширювати таку інформацію про факти, події, явища, яка цілеспрямовано впливає на глядачів і слухачів, переконуючи в правильності певної державної політики, громадянського

[1] Детально про класифікацію пропаганди (біла, чорна, сіра, позитивна (конструктивна), негативна (деструктивна) та зміст методів маніпулятивної пропаганди написано в підручнику: В. Лизанчук. Інформаційна безпека України: теорія і практика. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – С. 581–671.

суспільства, мотивуючи, спонукаючи, психологічно організовуючи їх до активної реалізації важливих соціально-суспільних завдань.

Під час комуністичного, нацистського, фашистського режимів журналістика була тоталітарною, головною ознакою якої – «цілковита відсутність приватних видань, усі вони є лише органами партійних комітетів і державних органів чи установ» [41, с. 34]. У Радянському Союзі, наприклад, будь-яку інформацію трактували як агітацію фактами. Це означало подання лише тих фактів, які відповідали політико-ідеологічній меті комуністичної партії, та повне замовчування або перекручування фактів, які, на думку координаторів агітації і пропаганди, цій меті не відповідали. Тобто, за допомогою тенденційно дібраних фактів агітували трудящих змагатися за дострокове здійснення програмних цілей партії. Інформаційний потік цілковито контролювали за допомогою офіційної і прихованої цензури, репресивних державних органів, відповідних структур у партійних комітетах різного рівня, а також через партійність редакторів і рядових журналістів, які під таким тиском ставали «приводними пасками», «підручними» і навіть «золотим фондом партії». «Категорія свободи розглядалася лише як право поширювати партійні погляди» [41, с. 34].

Атмосфера в усі роки панування комуністично-радянської тоталітарної системи була насичена, з одного боку, класовою недовірою, підозрілістю, а з іншого – небаченим припливом ентузіазму, який спеціально підтримували політичними та ідеологічними засобами. Оптимістичні кінофільми і радіопередачі, публікації (репортажі, нариси) про героїчні звершення радянського народу, бадьорі, голосні, урочисті пісні, святкові, радісні паради, мітинги з маєвом прапорів, гасел, квітів – і в той же час жорстокі катування, тортури, розстріли чергових «ворогів народу», про які нинішній читач також може довідатися з біографічного роману «Сад Гетсиманський» Івана Багряного. Процитую лише один фрагмент.

«Великін зімкнув щелепи… Підійшов до Андрія, постояв перед ним, міряючи його поглядом з голови до п'ят. І враз з усього маху вдарив в обличчя. Андрій упав на стілець… Хтось раптовим ударом вибив ногою стілець з-під нього, й Андрій упав на підлогу. Схопився миттю, але удар під коліна повалив його знову. І затанцювали над ним всі п'ятеро. Били його ногами, качали по підлозі, садили черевиками по чому попало… П'ятеро здоровенних «футболістів» гасали над ним, качали по всій кімнаті й несамовито кричали:

– Гад! Фашист! Фашистська морда! Говори! Ти будеш говорити?! Розколюйся! Розколюйся, петлюрівська наволоч! Говори!!! Враг народа!!

…Низку днів і ночей (він не знає, скільки тих було днів і ночей!) для Андрія тягся безперервний кошмар. Він по черзі пройшов через усі ступені розбирання душі, до нього по черзі застосовано всі методи, які здібен був вигадати диявольський геній епохи. Він сидів знову на кінчику стільця. Потім він сидів на гарматці, куди його саджали так, як колись давно саджали запорожців на палю… Його водили на розстріл, інсценізуючи той розстріл. Йому плювали в лице… Набивали «біфштекси» на стегнах, що на мові заплічних діл майстрів називалося «робити шимпанзе»… Його били залізним паліччям. Слідчі й ріжні оперативники проходили перед ним безкінечною черідкою, й він навіть не знав, як кого на ймення, лише розріжняв їх по ступені жорстокости та геніальности в сатанинській винахідливості витончених тортур».

Неймовірно важкий суспільно-політичний макро- і мікроклімат, який спричили «перший сокіл – Ленін» і «другий сокіл – Сталін» та їхні «соколята-дияволята», створював не лише психоз самовикриття в ім'я рятунку від смерті, а й передумови для вироблення в людини морально-психологічного механізму, здатного захистити її життя. Такою формулою самозахисту була ідентифікація з владою, яка насамперед виявлялася в ентузіазмі.

Ентузіазм людей у тоталітарному суспільстві є зворотним боком стихії насильства і несправедливості, що здатна породжувати ентузіазм. Людина, яка не тільки позбавлена будь-якого достатку і стабільності, а й постійно перебуває під безперервною загрозою фізичної розправи на основі якоїсь вищої волі, поступово втрачає власну волю, гідність, морально паралізується. Людина, яка не бачить в актах насильства жодної логічної закономірності – оскільки «ворогом народу» раптом міг стати не тільки «улюбленець партії», а й сусід, співпрацівник, рідний брат, батько, – така людина може досягти стабільності і внутрішньої рівноваги лише одним способом – ідентифікувати себе з владою і стати на її захист. Оскільки людина психологічно стає частиною системи влади, створюється враження, що комуністична влада її не зачепить, пошкодує, захистить. Така людина щиро кричить: «Ура!» Ленінові, Сталінові, Брежнєву чи іншому можновладцю – вождеві» – а, по суті, в ній працює лише захисний механізм, який згодом перетворюється на особливий вид суспільно-політичної активності, породжує сліпий фанатизм, що пригнічує справжні національні, громадянські якості, особистісну індивідуальність, підживлює психологічний фантом ідилії.

Будівництво Української держави, як уже зазначалося, триває у дуже складних політико-ідеологічних і соціально-економічних умовах через загострення протистояння, протиборства прогресивних, на-

ціонально свідомих і регресивних, промосковських сил, які явно і приховано підтримують російську війну проти України і лукавими, підступними методами намагаються ізолювати, знищити українських патріотів, людей з державницьким мисленням, як, наприклад, П. Порошенко, щоби відкрити шлюзи для новітнього упокорення України. Розв'язання щоденних проблем людського буття наштовхується нині також на морально-психологічні перепони, перешкоди, які породила руйнівна московсько-більшовицька система, тенденційна агітація і маніпулятивна пропаганда.

«Нищівний тиск російського політикуму на українську людину проходив і проходить по двох засадничих лініях: на саму людину, як таку, і на її українськість, – писав Анатоль Камінський. – В першому випадку – за царів і за генсеків КПРС – йшлося про витворення психіки слухняного, завтоматизованого раба, позбавленого власної особовості, гідності й думки... У другому випадку при тискові на українськість – йшлося про вияловлення української людини з її політичного українства та перетворення її на «політичного росіянина». І не важливо, чи це робилось, як у царській Росії, в ім'я царя, самодержав'я і державного православ'я, чи, як у червоній російській імперії, в ім'я паралельної триєдиності: партії, радянського народу й інтернаціоналізму» [26, с. 27–28].

Вихолощувані релігія, філософія, психологія, мораль українського життя, порушені національні традиції в сім'ї, тобто в тій царині, де етнос, народ відтворюється, завели багатьох українців у духовну прірву, призвели до кризи особи, яку дуже важко нині подолати. Це складне морально-психологічне явище пов'язане з тим, що національні громадянські або безнаціональні (рабські) почуття засвоюються людиною ще в дитинстві. Пізніше вони функціонують зазвичай на підсвідомому рівні. Ними успішно можна маніпулювати. Переосмислити сформовані стереотипи непросто. Це очевидно, адже чимало людей нині, на жаль, ще не мислить українськими національними, державотворчими інтересами. Вони стоять на люмпенсько-зрівнялівській, інтернаціональній позиції, ідеалізують совєтське минуле.

Тому в нинішніх умовах становлення української України агітаційно-організаторська функція телебачення і радіомовлення, як і всіх засобів розповсюдження інформації, набуває особливого значення. Мовиться не тільки про вплив на організацію поведінки людей, їхню мобілізацію на вирішення конкретних політичних, господарських, культурних, мовних чи інших життєво-практичних проблем. Ідеться насамперед про своєрідний агітаційний вплив теле- і радіопередач на вироблення

соціальної, морально-духовної орієнтації, формування державницького мислення, національної свідомості, психологічне спонукання до позитивних, ефективних дій глядачів і слухачів.

Інформуючи про соціально важливі, цікаві факти, події, явища суспільно-державного життя, розповідаючи про непересічних людей, героїзм українських воїнів, волонтерів, літературно-мистецькі здобутки, телебачення і радіомовлення у такий спосіб агітує і мотивує глядачів і слухачів осмислювати свій спосіб життя і діяльності, ситуації, в яких вони перебувають, відповідно реагувати, діяти, тобто відбувається ідентичне, національне самоусвідомлення, осягнення політико-ідеологічних орієнтирів українського державного будівництва.

«Будь-яке пізнання прокладає собі шлях у нас через почуття» (М. Монтень). Думки й емоції нерозривні. Не можна впливати спочатку на розум, а потім на емоції. Радше навпаки, не зачепивши емоцій (вони завжди «ближче» до сприймання світу), дарма намагатися пробудити розум. Річ не в тому, що важливіше – здоровий глузд чи емоції, а в тому, на які саме емоції впливають теле- і радіопередачі, для чого і з якою метою агітують, в яке русло спрямовують розум.

Уже мовилося, що телебачення і радіомовлення, як і всі електронні ЗМК, можуть бути не лише засобами передання морально-громадянських чеснот, агентами й агітаторами українського націєтворення, а й спричиняти деструкції духовно-психологічного характеру. Це чітко бачимо і тривожно відчуваємо в останні десятиліття потужної російської антиукраїнської агітації і пропаганди – вельми головної складової неоголошеної війни Україні. Це також 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 обурювався професор І. Л. Михайлин. – Тим часом нам протистояла зовсім не нейтральна, а агресивна, безпардонна, нахабна журналістика. Їй можна протиставити тільки якісну світоглядну, свідому своїх національних завдань журналістику» [8, с. 19].

Отже, розглядати телебачення і радіомовлення в Україні як нейтральну інстанцію, що живе сама собою, своїми комерційними інтересами, поза українським соціокультурним контекстом, поза гібридною війною Російської Федерації проти України, методологічно неправильно, більше того – шкідливо. Маємо усвідомити, що ефективність здійснення агітаційно-організаторської функції телебачення і радіомовлення залежить від поєднання в передачах регіональних, всеукраїнських і

загальнолюдських цінностей, використання у матеріалах раціонального, емоційного, логічного, психологічного чинників.

Аналіз і синтез вербального та візуального контентів свідчить, що агітаційно-організаторську функцію телебачення і радіомовлення журналісти здійснюють у різних напрямах: дискусії про виконання законів Верховної Ради України, президентських указів, урядових рішень, документів різних партій і громадських організацій, висвітлення виборчої кампанії (діяльність громадян та їх об'єднань, організацій і партій з метою спонукати виборців до участі у виборах і голосування за певного кандидата чи партію), обговорення господарських здобутків і недоліків, реформування інституцій законодавчої, виконавчої і судової влад, критичне осмислення процесів соціально-економічного, політико-ідеологічного, культурно-духовного життя, утвердження соціальної справедливості тощо. Для цього використовують різні теле- і радіожанри.

Популярними стали прямі телевізійні- й радіоефіри, під час яких глядачі і слухачі висловлюють своє ставлення до тих чи інших фактів, подій і явищ, очільників держави, вносять свої пропозиції щодо розв'язання хвилюючих державницьких, суспільних і побутових проблем. Багато суттєво важливих пропозицій було висловлено щодо досягнення справедливого миру між Росією і Україною, поліпшення організації і дотримання вимог надзвичайної ситуації, пов'язаною з пантонімою коронавірусу, подолання економічної кризи в Україні, надання матеріальної допомоги літнім одиноким, немічним, хворим людям під час карантину. Водночас журналісти виявляють свою професійно-громадянську позицію – в теле- й радіоефірі морально-психологічними методами і агітують, і організовують тих, хто може допомогти розв'язувати суспільно-життєві проблеми.

Під час нинішньої російсько-української війни яскраво виявилося протилежне розуміння сутності агітаційно-організаторської функції телебачення і радіомовлення та мети її реалізації: гуманістичне українськоцентричне і агресивне антиукраїнське. У відкритому листі Президенту України В. Зеленському відомі журналісти, науковці і громадські діячі наголосили, що «під фальшивим прикриттям гасла вільного доступу до інформації та облудною фразеологією про міфічну шкідливість пропаганди – в національному інформаційному просторі сформувалися як домінантні небезпечні інформаційні символи» [3]. Чимало програм телеканалів «ZIK», «112», «Наш», «NewsOne», «Україна», «1+1», «Україна-24» та інших спрямовані на те, щоби утверджувати в індивідуальній та суспільній свідомості тотальний негативізм, апатію, страх, маргіналізм мислення, російські світоглядні моделі по-

ведінки; нав'язують стереотипи безперспективного розвитку України, блокують природні процеси розширення функціонування української мови і культури. Наприклад, суцільною маніпуляцією, антиукраїнською агітацією була насичена бесіда журналіста Василя Голованова з україножобом Михайлом Добкіним, який спеціально 9 квітня 2020 р. приїхав з Харкова до Києва у студію телеканалу «Україна-24». Навіть не побоявся небезпечного коронавірусу, бо, мабуть, найвищою його метою було паплюження Небесної сотні, героїв Революції Гідності, «Європейської Солідарності» та агітація покарати п'ятого Президента України Петра Порошенка, який, мовляв, винен, що Росія розв'язала війну проти України. На телеканалі «ZIK» того ж таки 9 квітня 2020 р. ведуча Н. Влащенко охоче не вперше посприяла М. Бужанському ганьбити українськість. Відбулося своєрідне змагання між М. Добкіним і М. Бужанським, хто дошкульніше цькуватиме національно свідомих українських діячів, майстерніше загітує прислужуватися російським агресорам.

Отже, національно-патріотичні сили мають докласти максимум зусиль, щоби очистити інформаційний простір України від деструктиву і наповнити його національно-громадянськими, морально-духовними цінностями. Приклад показують працівники телеканалів «Еспресо», «Прямий», «5 канал», канал «24». Агітаційно-організаторська функція цих телевізійних організацій спрямована на те, щоби захищати український інформаційний простір від російського і промосковського психологічного втручання у свідомість українців, фейкового терору так само наполегливо, цілеспрямовано, як українські бійці захищають від путінських загарбників і доморощених терористів-сепартистів східні терени України. Правдиве, всебічне інформування, об'єктивне інтерпретування, пояснення, тлумачення фактів, подій, явищ у телерадіоефірі несе в собі бажаний позитивний агітаційно-організаторський заряд.

3.4. Педагогічно-виховна функція

Педагогіка (від грецького, що означає майстерність виховання) – наука про виховання, освіту й навчання підростаючого покоління. Ще у XVIII ст. існувала думка, що журналістика має виконувати функцію освіти та виховання людей. Йшлося про науковий стан речей, який потрібно пояснювати, сприяючи поглибленню знань під час навчально-освітнього процесу.

В Україні основи педагогіки закладені ще в часи давньоукраїнської держави – Русь. До нас дійшли настановчі твори з виховання «Ізборники» Святослава 1076 р., «Слово про Закон і благодать» митрополита Іларіона, збірник законів «Руська правда» Ярослава Мудрого і «Правда» Ярославичів (його синів), «Поучення» Володимира Мономаха та інші, що свідчать про високий рівень освіти й духовності в Київській Русі в X–XII ст.

Доба української козацько-гетьманської держави дала потужний стимул ідеям народної педагогіки і народного виховання. Виникли Острозька та Києво-Могилянська академії, вся територія України вкрилася мережею шкіл різних типів – братських, дяківських, церковно-приходських, козацьких, полкових, мистецьких тощо. Вся система виховання дітей, підлітків, юнацтва, молоді була спрямована на формування громадянина- патріота і лицаря, бо тільки такий громадянин здатний на жертовне служіння власному народу, на боротьбу за волю, за державу.

Ідеї демократизму, народності та патріотизму є вихідними і визначальними у системі педагогічних поглядів Григорія Сковороди. Він наголошував: «Хто думає про науку, той любить її, а хто її любить, той ніколи не перестане учитися» [49, с. 221].

Тарас Шевченко вважав, що освіту в Україні треба будувати національну – і за формою, і за змістом. Цією ідеєю пронизаний «Букварь южнорусскій», який він уклав і видав українською народною мовою. Людина повинна не тільки здобувати знання, а одержувати їх одночасно зі всебічним вихованням, спорідненим з традиціями нації. Царська цензура і московська церква не пускали «Буквар» в Україну за його національний дух, а комуністична влада – і за українство, виспіване на повний голос, і за сповідувану Христову науку, що є джерелом моралі нації та її виховання, бо «тільки тоді виховання буде дієвим, коли базуватиметься на національному грунті» (Софія Русова). Талановитий український педагог Григорій Ващенко в основу своїх поглядів про національно-патріотичне виховання молодого покоління поклав закони віри в ідеали добра, намагання творити і відстоювати це добро.

Вагомий вклад у розвиток української педагогіки і національного виховання вніс талановитий дослідник і педагог Василь Сухомлинський. На противагу комуністичному режимові, який ставив за мету ідеологічну індоктринацію дітей та їхнє виховання як гвинтиків, повністю відданих комуністичній партії та радянській державі, для чого потужно використовували радіомовлення і телебачення, Василь Сухомлинський окреслив визначальні функції навчання і виховання, вважаючи, що «мова – духовне багатство народу, що школа стає справжнім осередком

культури лише тоді, коли в ній панують: культ Батьківщини, культ людини, культ книги і культ рідного слова» [53, с. 214–215]. Однак реалізовувати ці педагогічні функції під час панування комуністичної ідеології і політики, які були спрямовані на створення єдиної мови для всіх народів СРСР, було дуже проблематично.

Найшвидшими, «стахановськими темпами» здійснювалося «злиття мов і націй» в Українській РСР. У 1958 р. в містах України в українських школах навчалося тільки 21 % дітей (1926 року – 97 %). Навіть у столиці Київ того самого 1958 р. лише 22 000 учнів було в українських школах і 61 000 – в російських. У низці великих міст (Харкові, Донецьку, Одесі та ін.) українські школи обраховувалися одиницями. « ... Стан шкільної освіти в містах України настільки скандальний, що відповідна статистика давно вже не публікується, а дані про кількість українських та неукраїнських шкіл ледве чи не відносяться до найбільших державних таємниць. Але й ті школи, які називаються українськими, по суті, ними не є. Досить побувати в будь-якій «українській» школі в Києві, наприклад, щоб пересвідчитися в тому, що поза викладанням усе внутрішнє життя ведеться в них російською мовою і навіть самі вчителі по-українському «соромляться» говорити, не кажучи вже про учнів. Отже, здебільшого це – «показуха і не потрібна театральність для цифри і «для іноземців» – писав Іван Дзюба. – Але найгірше те, що українські школи – і це вже стосується і міських, і сільських шкіл – зовсім не виховують національну гідність і національне почуття, не дають елементарного усвідомлення своєї національної приналежності та зв'язаних з цим обов'язків, не забезпечують наймінімальнішого знання рідної історії та рідної культури. Бо в більшості з них панує все той самий дух вищості і «предпочтительности» російської культури та другорядності української як «довеска» до російської. Тож і не доводиться дивуватися з того, що випускники шкіл України в масі своїй – цілковиті невігласи щодо української культури» [13, с. 195].

Ухваливши у 1958–1959 роках всесоюзні та республіканські закони про «зв'язок школи з життям», які надавали право батькам вирішувати, яку мову вивчати дитині (російську чи українську), в яку школу ходити (українську чи російську), ЦК КПРС і РМ СРСР створили всі передумови на користь російської мови і культури, по суті, узаконили поглиблення російщення. Це добре відчув також В. О. Сухомлинський – директор Павлишської середньої школи – шлях якого до всесвітньої слави був часто всипаний терном, камінням, а то й валунами. Його перу, крім наукових праць, належать і казки та оповідання для дітей. Видати їх було великою проблемою. У листі до Д. Маргуліса від 8 квітня 1970 р.

В. Сухомлинський писав: «Хотілося б мені, щоб казки та оповідання були опубліковані українською мовою. Адже буде дуже недобре, якщо доведеться перекладати їх з української на російську, а потім з російської перекладати на українську – щоб видати в Україні» [40].

Маховик російщення набував нових аморальних обертів. По радіо і телебаченню, зі сторінок газет і журналів, з лекторських трибун, на науково-практичних конференціях – звідусіль отруйно лунало, що завдяки мудрій ленінській національній політиці в СРСР склалася нова історична спільність людей різних національностей, які мають спільні характерні риси, – радянський народ. Вони мають спільну соціалістичну Батьківщину – СРСР, спільну економічну базу – соціалістичне господарство, спільну соціально-класову структуру, спільний світогляд – марксизм-ленінізм, спільну мету – побудову комунізму, багато спільних рис у духовному обличчі, в психології.

Чорні крила російщення все щільніше закривали від дітей, підлітків, юнацтва, молоді все національне – мову, культуру, звичаї, традиції, церкву. 31 серпня 1978 р. ЦК КПРС видав таємну постанову «Про дальше вдосконалення вивчення і викладання російської мови в союзних республіках». «Про додаткові заходи щодо поліпшення вивчення російської мови в загальноосвітніх школах та інших закладах союзних республік» йшлося в таємній постанові ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР від 20 травня 1983 р. Додаткові заходи забезпечили на 15 % підвищення заробітної плати вчителям, які викладали російську мову. Для поглибленого вивчення російської мови значно збільшено кількість годин, класи, академічні групи ділили на підгрупи. Позакласні й позашкільні виховні заходи проводили лише російською мовою. Було схвалено досвід роботи телебачення і радіомовлення України, які створювали (подаємо мовою оригіналу) «яркий путь к усилению массовой информации для повышения уровня изучения русского языка. Каждый третий спектакль, показанный по Украинскому телевидению, построен на русском репертуаре. В телепоказах активно участвуют 8 русских театров Украины, лучшие гастролирующие коллективы Москвы, Ленинграда, а также столиц союзных республик. Например, в 1978 г. показано 25 спектаклей на русском языке. На экране регулярно представлены произведения Л. Толстого, А. Чехова, А. Островского, М. Горького, современных известных русских драматургов» [34, с. 277–278].

У щоденникових записах письменника Григорія Донця, які підготував його син Григорій Донець і опублікувала «Літературна Україна» 5 і 19 вересня 2020 р., читаємо: «Довго думав про державність України, про рідну мову. Російська мова витісняє мову української нації, авто-

матично українська мова відмирає, бо газети – це ще не основа мови. Чи задумується хтось над цим? Гадаю, що у ЦК Компартії України ніхто не задумується, бо немає вказівки з Москви, а там і не збираються задумуватися.

Не можна нічого доброго тепер сказати у віршах і піснях і про саме слово «Україна», бо це теж – негласно, але офіційно розцінюється, як крамола націоналістичного типу. А що робиться в сучасній російській літературі й, зокрема, в поезії? Там на всі лади лунає, оспівується, величається, возноситься слово «Росія» – і ніхто не збирається забороняти чи тим паче возносити в ранг націоналізму чи шовінізму таку патріотичну практику російських поетів» (*22 червня 1976 року*)».

«Дивився по телебаченню концерт художньої самодіяльності Херсонської області. Лунали російські (не кращі а гірші) пісні й ... «Ивановские припевки». Чиргикали пів години «Предание Араратской долины». І тільки молодиці із села заспівали «Ой, у полі дві тополі», а наприкінці заграли бандуристи.

Якщо вже Херсонська область перейшла на «Ивановские припевки», то над самобутньою національною культурою області можна ставити хрест.

Бояться проявів націоналізму і борються з ним, ліквідовують українську мову в дитсадках, школах, вищих навчальних закладах...» (*17 квітня 1977 року*).

«О 18 год 30 хв по телебаченню почали показувати відкриття III Фестивалю молоді України. Його відкрив мій земляк (із Канева) перший секретар ЦК ВЛКСМУ Корнієнко. Потім виступив Щербицький та інші – і всі російською мовою! Такого нахабного ігнорування національної політики ще не було. Раніше хоч якось заграва ли, а тепер все це відкинуто і розтоптано» (*23 вересня 1977 року*).

«У подарунковому магазині великий вибір статуеток – погруддя Л. Толстого, Блока, Лермонтова, Салтикова-Щедріна, Достоєвського, а Маяковський і Тургенєв – на повен зріст. Все це добре, та ще краще, якби були статуетки українських письменників. Чому немає Шевченка, Франка, Коцюбинського, Лесі Українки, Тичини, Рильського? Це ж можна вирішити без жодних труднощів. О, горе, горе цій Україні. Хто тепер думає над долею народу, нації?

Мені пригадався Поль Гельвецій. Колись він писав: «Більшість людей піддається звичкам і не беруть на себе труд розмірковувати над подіями, які відбуваються у них на очах, вважають, що все, що існує, існувало завжди і не може існувати інакше, ніж воно є». Ніби про сучасне суспільство» (*4 травня 1978 року*).

«Зателефонував Дмитро Шлапак. Мова зайшла і про Черкаський драмтеатр. Колись я за рекомендацією Міністерства культури для цього театру переклав п'єсу московського драматурга Івана Лазутіна, а театр поставив п'єсу ... російською мовою!

Тепер для цього театру (на прохання міністерства) я переклав «Медею» Жана Ануя, але й «Медею» ставлять російською. І це на Черкащині, на батьківщині Тараса Шевченка. І який парадокс: прізвище черкаського режисера ... Шевченко! Ось такі бувають тепер Шевченки.

Я запитав Шлапака, чому цей олух так чинить? Шлапак відповів, що цей землячок тиждень тому був у міністерстві і заявив, що російською мовою «Медея» звучить ... дохідливіше! І це говорить людина з прізвищем Шевченко! І нічого не можна вдіяти, бо таких підтримує всесильна рука великодержавного шовінізму в особі Суслова-Маланчука. Всі ці прислужники топчуть національну культуру гірше ворога» (*25 вересня 1978 року*).

Сьогодні в «Правде» ще один ляпсус: у статті якогось В. Дробнова «Персидские сказки Вашингтона» написано таке: «Трудно сказать, знакома ли американцям русская пословица «В огороде бузина, а в Киеве дядько» ... і т. д.

Я вперше дізнався, що це російська приказка, а до цього часу я по своїй наївності думав, що це все-таки українська приказка. Отак безцеремонно іде, починаючи з «дрібниць», інтерпретація українського слова на російській лад. Де ж правда в «Правде»?» (*12 жовтня 1980 року*).

Під час панування в Україні колоніального режиму царської Росії та її спадкоємця – комуністичного колоніального устрою московського СРСР наплоджено 480 циркулярів, указів, постанов, ухвал, резолюцій, розпоряджень, директив, присудів тощо про заборону української мови, культури, руської, тобто української церкви, національних звичаїв, традицій. Однак у відновлено суверенній Українській Державі не припинено агресивний наступ (різні методи, форми і способи) на українськість російських загарбників, доморощених українофобів – московських прислужників, які працюють в телерадіокомпаніях Ахметова, Коломойського, Медведчука, Пінчука, Фірташа та інших. Прикриваючись гаслами про свободу слова, толерантність, вони суттєво змінюють змістове наповнення педагогічно-виховної функції телебачення і радіомовлення, бо нав'язують глядачам і слухачам хибне, зманіпульоване, шкідливе розуміння суспільно-політичних, соціально-економічних, мовно-культурних процесів, розмиваючи, нівелюючи українську національну ідентичність.

Сваволець М. Бужанський під фальшивою маскою «слуги народу» та борець за «щасливе життя» з опозиційної платформи О. Волошин

безпардонно зажадали, щоби у Верховній Раді України панувала російська мова, а також функціонували мови інших національних меншин. Так званий «слуга народу» Д. Гетманцев, схвалюючи антиукраїнський мовний законопроект М. Бужанського, назвав «фашистами» тих, хто підтримує Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Мовляв, Закон забороняє міжособистісне спілкування російською мовою, не гарантує вивчення рідної мови дітям національних меншин. Насправді це – суцільна маніпуляція, щоб не сказати – лукава брехня.

В Україні створені всі умови для вивчення мов національних меншин, розвитку їхніх національних культур. Але «охорона і розвиток регіональних мов або мов меншин не повинні зашкоджувати офіційним мовам і необхідності вивчати їх», – наголошено у Європейській хартії регіональних мов або мов меншин. Цю найголовнішу вимогу мовної Хартії повністю ігнорують промосковські «освічені» запроданці. Новітні блудники Бужанський, Волошин, Гетманцев, Дубінський, Ткаченко, сучасні Валуєви, Богговути, Сталіни, Суслови, Щербицькі, Балашови, Балицькі, Бойки, Медведчуки, Рабіновичі, Червоненки, Шарії та інші на догоду кремлівським рашистам хочуть виплодити 481 злочинний антиукраїнський акт, спрямований на знищення української мови і культури – фундаментальної основи незалежної, демократичної, соціальної, соборної української України, щоби максимально допомогти російським агресорам запроторити Україну в отруйне московське ложе. Жадібність до збагачення вбила нюх і блудники не відчувають, що путінсько-кремлівські срібняки на весь світ пахнуть невинною кров'ю українськомовних і російськомовних патріотів – захисників національної сутності України.

Видатний російський письменник Костянтин Паустовський щиросердно висловися так: «Справжня любов до своєї країни неможлива без любові до своєї мови. Людина, байдужа до своєї мови – ДИКУН. Вона шкідлива за своєю суттю, тому, що її байдужість до мови пояснюється повним збайдужінням до минулого, сьогодення і майбутнього свого народу». Дуже прикро, але й нині в законодавчій, виконавчій і судовій владах України, у багатьох вищих навчальних закладах, на телебаченні і радіомовленні, в інтернеті та інших інституціях розкошує «атавістське, дикунсько-печерне, люте несприйняття імперособами, інфікованими супердозами отрути під назвою «шовінізм», тієї однимоднієї мови, яку ця земля породила» [47, с. 16–17]. Вдумаймося вкотре: жити на українській землі, яка дихає українською мовою, і постійно оскалюватися на неї, прагнути її принизити, викорінити ... не лише аморально, а й злочинно!

Стверджуємо, що в основі аморальності, бездуховності – стратегічна мета націєвбивства. Серед тактичних методів знищення української ідентичності – нав'язування так званої теорії двох рідних мов. Мовляв, російсько-українська двомовність, яка заполонила телебачення і радіомовлення, природне явище. Насправді, ідеологічна установка на двомовність – це антинаукова концепція, яка не враховує ні лінгвістичних, ні психологічних закономірностей функціонування жодної з мов. Професор Колумбійського університету Юрій Шевчук з болем у серці наголосив, що російсько-українська двомовність – це поцілунок смерті, отрута якою у мовній шизофренії або лінгвошизофренії, породженій політикою змішання української мови з російською до такого стану, щоби самі українці «добровільно відмовилися» від рідної української мови.

До завуальованого російщення України належить поширення в електронних ЗМІ міфу про лінгвістичну близькість російської і української мов. Але погляньмо на таблицю «Лексичні відстані мов», що у лінгвістичному музеї Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Що бачимо? Українська мова відрізняється від польської на 30 %, від болгарської – на 32 %, від чеської – на 36 %, від російської – на 38 %. Отже, причина засилля російської мови в Україні не в лексичній близькості, а в довготривалій агресивній політиці, метою якої є не лише вигублювання українського етносу, а й морально-психологічне перетворення його в московсько-російський. У цьому головна сутність «русского мира», кордони якого Москва розширює, утверджує гібридною війною проти України, лукаво пролазячи в усі сфери суспільної життєдіяльності.

Світова пандемія коронавірусу спричинила нові особливості реалізації педагогічно-виховної функції телебачення і радіомовлення, ширше розкрила взаємовплив, взаємозалежність навчальних, освітніх, виховних процесів і тематично-змістового наповнення різножанрових телевізійних- і радіоматеріалів. Зміни, оновлення, удосконалення триватимуть, адже здійснюється «переведення шкільної освіти в ігрову форму. Ще років 10 тому у Великобританії близько 10 % предметів вже викладалася у вигляді відеоігр, – зазначає професор Г. Почепцов. – Все це – абсолютно інший світ. І в цьому світі досі не зрозуміло, як досягнути тієї точності досліджень, яку ми мали в період домінування книги. Через книги можна було отримати детальнішу інформацію про світ» [48].

Вербальну і візуальну комунікації, які набувають нових рис завдяки швидкому розвитку інформаційних технологій, нинішніх глобалізаційних процесів, доповнених різними відтінками світової епідемії, вивча-

ють і будуть досліджувати журналістикознавці, педагоги, психологи, лінгвісти, політологи, культурологи. Вже тепер – під час надзвичайної ситуації (карантину) всеукраїнська школа онлайн і онлайн освіта у вищих навчальних закладах розкрили позитивні та негативні аспекти навчально-освітніх та інформаційно-технологічних процесів, виявили, оголили проблеми стосовно функціонування телебачення в екстремальних умовах. Тим паче в Україні, де одночасно сплелося кілька негативних явищ: жорстока, неоголошена загарбницька російська війна, пандемія коронавірусу, економічна криза, зловорожість промосковської п'ятої колони, яка на догоду Кремлю підступними методами намагається знищувати національно-патріотичних громадян, які були рушійними силами Революції Гідності. Лукавість україножобів, україноненависників (Бондаренко, Королевська, Лукаш, Портнов, Рабінович, Шуфрич та ін.) полягає навіть у тому, що вони використовували перерви між телевізійними онлайн уроками для промивання мізків школярів промосковською риторикою, фейкових, маніпулятивних повідомлень про історичні та сучасні російсько-українські відносини, звинувачуючи українських національно свідомих діячів у розпалюванні міжнаціональної ворожнечі, тривалій російсько-українській війні тощо.

Автори й учасники низки передач олігархічних телерадіоканалів фарисейством та облудою гальмують, сковують, заважають, паралізують багатьох зросійщених українців, які перебувають на психологічному роздоріжжі: вириватися з чужого «русского мира», формуючи морально-духовну внутрішню потребу, мотивацію спілкуватися українською мовою, створювати українське за духом інтелектуально-комунікаційне середовище, в якому мають навчатися діти, онуки, правнуки, здобувати вищу освіту українською мовою (безперечно із добрим знанням хоч би двох іноземних мов), чи за шкідливою інерцією залишатися російськомовними і під впливом російськомовних телерадіопередач вести чужим шляхом своїх нащадків, збільшуючи таким чином кількість російськомовного населення, прихильного до «русского мира», а отже, – ослаблюючи українську національну громадянську потугу.

Здеформована мовно-культурна, навчально-виховна, інформаційно-комунікаційна ситуація в Україні може бути виправлена цілеспрямованою, системною уніфікованою гуманітарною, педагогічно-освітянською, соціально-економічною політикою держави, громадських інституцій, що сприятиме якнайшвидшому національному самоототожненню українців. Щоби телевізійні- і радіоінституції ефективного впливали на формування українських національно-громадянських, морально-духовних цінностей, підвищення інтелектуальних знань, відповідальності за

розв'язання складних державотворчих процесів, то передачі мають бути переконливими, змістовними, цікавими, аргументованими на засадах правди, ненав'язливими, володіти великим емоційно-інтелектуальним зарядом, здатністю захопити глядача і слухача.

3.5. Функція вираження і формування індивідуальної та громадської думки

Що означає поняття «громадська думка»? Зацікавленість сутністю громадської думки виникла ще в античні часи. Протагор назвав цей соціально-психологічний феномен «публічною думкою». Платон вважав, що публічна думка – це думка аристократії. Згодом поняття «громадська думка» використовували для характеристики колективних суджень, які мають вплив на політичний процес ухвалення владних рішень.

«Громадська думка – стан масової свідомості, що втілює ставлення (приховане чи відкрите) людей до фактів, явищ, подій, процесів, героїв та персонажів, тобто до поточної історії» [17, с. 37]. З огляду на те, що громадська думка – це сукупність індивідуальних думок, то характер її ідей безпосередньо залежить від переконань індивідів та особливостей їхньої історичної свідомості. Громадська думка є багатосуб'єктним складним утворенням реальної свідомості, це – емоційно-вольовий, морально-психологічний стан плюралістичного суспільства.

Розвиток, створення індивідуальної і громадської думки залежить від багатьох чинників, що діють на мікро- і макрорівнях. На формування та висловлення громадської думки впливають світогляд, родинне виховання, рівень освіти і культури особи, її емоційний стан у конкретний момент. Тому вона може бути «істинною», тобто відповідною до реальних інтересів суспільного розвитку, або «хибною», ілюзорною. Щоби громадська думка була «істинною», то дуже важливою передумовою є вільне поширення правдивої інформації та вільний обмін нею. Дотримання цієї принципової умови забезпечує функціонування демократичного суспільства. Німецький учений Герд Штромайєр наголосив, що формування громадської думки у країнах із плюралістичною демократією потребує широкого інформування, оприлюднення позицій та оцінок у мас-медіа. Йдеться не про те, що мас-медіа формують громадську думку, а про те, що ЗМІ сприяють цьому процесові. Сприяння відбувається у такий спосіб:

а) оприлюднення інформації та різних поглядів;

б) оцінювання інформації та різних поглядів [60, с. 78].

По-перше, повідомляючи інформацію про факти, події, явища і різні погляди, мас-медіа створюють основу для формування про них певних суджень; по-друге, мас-медіа впливають на формування громадської думки, оцінюючи поширену інформацію і погляди. ЗМІ не лише оглядають події дня і ставлять їх у центр особистої та громадської уваги, вони також тлумачать їхнє значення, вміщують у контекст і розмірковують про їхні наслідки. Щоб забезпечити сповна процес формування індивідуально-громадської думки, замало лише поширення інформації і поглядів. Потрібною є оцінювання інформації і поглядів, яка є передумовою прийняття рішення.

Професор Степан Сірополко слушно зазначав, що «суспільна думка, одним з чинників якої є опініїтворча преса, являє собою громадську силу, а не громадську владу, проте суспільна думка стає міцною зброєю людської спільноти не тільки для самозбереження спільноти, але й для того, щоб розвинути чинність спільноти в напрямі, який веде до поступу як поодинокої людини, так і всього суспільства» [4, с. 131]. Належно оцінюючи фактологічну журналістику, С. Сірополко вважав, що вищим рівнем творчої діяльності журналіста є аналітична, художньо-публіцистична журналістика, яка допомагає осмислювати політико-ідеологічні, соціально-економічні, морально-психологічні явища, формувати індивідуальну і громадську думку. Спираючись на працю англійського політичного діяча та історика Джемса Брайса «The American Commonwealth» («Американська республіка»), він ґрунтовно переповів як виникає та розвивається індивідуальна і громадська думка. Цей морально-психологічний процес складається із чотирьох етапів:

1. Ділова людина за сніданком читає газету, де подано інформації про події минулого дня. Звідти довідується, що князь Бісмарк оголосив про свій намір охоронити німецьку промисловість протекційною системою, або що Генрі Джордж обраний мером Нью-Йорка. Ці вістки викликають в умі читача похвалу чи осуд, залежно від того, як читач раніше ставився до протекційної системи та до Генрі Джорджа, – прихильно, чи вороже, – а також, зрозуміла річ, залежно і від того, якою мірою ця інформація стосується власних інтересів читача. Проте ці хвилеві враження не є визначальними, вони ще не ґрунтуються на розважних, розсудливих міркуваннях. Читач ознайомлюється з іншими матеріалами на ці теми. Його почуття або очікування зміцнюються чи слабшають залежно від того, чи погоджується він з автором тієї чи іншої статті. Потім він, їдучи на роботу, розмовляє у вагоні зі знайомими і помічає, що одні з них поділяють те попереднє враження, яке виніс він від читання свого часопису, а інші – не поділяють. На службі він

розмовляє зі своїми товаришами та проглядає інші газети. Наприкінці дня у нього складається остаточна думка на користь чи не на користь декларації наміру Бісмарка та обрання Г. Джорджа нью-йоркським мером. Такий самий процес відбувається в умах інших людей, а особливо в журналістів, які хочуть бути виразниками думки громадян. Вечірні газети подають відгуки ранішніх часописів на ці дві події та висловлюють уже чіткіші думки щодо очікуваних наслідків. Таким є перший етап, перший ступінь розвитку індивідуальної та суспільної думки.

2. Другого дня головні газети політичних партій друкують матеріали з виразнішими похвалами чи осудами та певнішими оцінками можливих наслідків подій, про які йдеться. Думки звичайних громадян починають «згущуватися у тверду масу». Це – другий етап, другий ступінь у розвитку індивідуальної та суспільної думки.

3. Процес осмислення подій триває. Люди і газети, які схвалюють політику Бісмарка й обрання Генрі Джорджа, покликаються на різні аргументи, знаходячи тут однодумців і противників. Суперечки призводять до того, що кожна з двох сторін відмовляється від деяких аргументів, що виявились не досить певними, переконуються в ґрунтовності інших аргументів і приймає те чи інше рішення. Це є третій етап, третій ступінь розвитку індивідуальної та суспільної думки.

4. Четвертий ступінь досягається тоді, коли доводиться діяти на основі того переконання, яке склалося. Голосуючи під час політичних чи інших виборів, кожний громадянин підтримує свою партію, затлумлюючи свої особисті сумніви й антипатії. Після того, як громадянин подає свій голос, він уже є зв'язаний у дальшій чинності: його власні інтереси примушують його відстоювати у майбутньому ту думку, якій він старався дати перевагу [4, с. 132–133].

Отже, щоб індивідуальна і громадська думка сформувалася з приводу певних фактів, подій, явищ, політичних, громадських, культурно-мистецьких діячів, то про них треба об'єктивно, правдиво, компетентно інформувати, розповідати. На жаль, в умовах відновленої незалежності Української Держави ще не створено потрібних суспільно-політичних умов, щоби у свідомості «народу сліпців» (О. Довженко) сформувалися національно орієнтуючі прагнення будувати соборну українську Україну. Через телебачення, радіомовлення, друковані ЗМІ та соціальні мережі також цілеспрямовано пропагують хибні, фальшиві ідеологеми антиукраїнського спрямування.

Наприклад, на титульній сторінці журналу «Русское слово» за листопад 2011 р. (журнал зареєстрований 26.02.1996 р., перереєстрований Держкомітетом України 30.08.2004 р., засновник «Движение Владими-

ра Мономаха «Русь» у м. Красний Луч Луганської області) великими літерами без будь-якого сорому написано: «Русские, украинцы, белорусы – единый народ русский». На першій сторінці безпардонно зазначено, що «Григорий Саввич Сковорода – русский философ и писатель»; на 28 сторінці також цинічно нав'язують думку, що немає української культури, а є лише «общерусская». Вихваляючи Сталіна, доктор філософських наук В. А. Акулов зухвало стверджував, що «вектор исторического развития страны был определен И. В. Сталиным абсолютно точно. Верно были избраны и средства, которые могли привести к реализации вставших перед государством геополитических задач». Невже в «науковій методології» історичного дослідження, якої «дотримується» В. А. Акулов, не знайшлося місця для правдивого інформування про голодомор-геноцид в Україні, який організували Сталін і його поплічники, винищення національно свідомої української інтелігенції, найбільші втрати українців у Другій світовій війні у процентному відношенні до кількості населення в Україні?!

Чимало друкованих видань, теле- і радіоорганізацій в Україні, як і «Русское слово» (головний редактор В. А. Гончаров), намагалися сформувати в українців особливу форму російської імперської свідомості. По суті, громадяни України постійно перебували у потужному російськомовному інформаційному середовищі. Тим часом вороги України по-фарисейському галасували і нині теревенять на кожному перехресті про якусь міфічну українізацію. З огляду на те, що український історичний простір, вітчизняна історія є для українців надзвичайно важливим «полем битви» за свою автентичність, самобутність, національну ідентичність, покликання журналістів активно сприяти історіофілософському осмисленню сутності української нації, виявляти стрижневу лінію її правдивого історичного розвитку, відшукувати ланки зв'язку між давнім, сучасним і майбутнім, творити український національний світ.

Однак з телеекранів «русского мира» та його пропагандистів в Україні можна почути, що «русский князь Ярослав Мудрый был выдающимся государственным деятелем», або «русский князь Владимир крестил нашу землю», або «русский князь Владимир Мономах был талантливым писателем». По суті, маючи на увазі під «русский» «російський», ЗМІ тим самим заперечують тисячолітню питомо українську державотворчу традицію, вводять у масову свідомість сучасних українців далеко не безневинну думку про те, що ми, мовляв, народ у своїй історії переважно бездержавний і до створення держави мало здатний. Це значно впливає на сьогодення й робить нашу націю «вічно ембріонною» (з листа Василя Стуса), з накинутим комплексом «молодшого брата». Князі Ярослав і

Володимир Мономах – це наші (руські, тобто давньоукраїнські, а не «русские» (российские) – В. Л.) державники, що оберігали найбільшу на той час у Європі державну потугу – Київську Русь.

Безперечно, що українсько-російське протистояння на ґрунті різного розуміння історії пов'язане з фундаментальними відмінностями в національній свідомості двох народів. Ментальні відмінності особливо відчутні, коли йдеться про такі гострі питання, як історія української національно-визвольної боротьби. Тут неминучий жорсткий конфлікт цінностей. Звідси й протистояння в оцінці Переяславської мілітарної угоди, політики Виговського та Мазепи, діяльності Симона Петлюри, гетьмана Скоропадського та суті УНР. Але особливо конфліктною є проблема сприйняття російською шовіністичною свідомістю національно-визвольного руху 1939–1954 рр. на західних землях України під керівництвом ОУН. Цей рух відомий росіянам тільки як «бандерівщина».

Підготовку і відзначення 75-річчя закінчення Другої світової війни Путін зі своєю імперською клікою, ідеологічними маніпуляторами, журналістами-наклепниками наповнювали телерадіоефір, соціальні мережі, друковані ЗМІ міфами про те, що саме росіяни, якнайсильніша нація, розтрощили нацистську Німеччину і її сателітів. Замовчували потужний вклад у Перемогу українців та інших народів СРСР, велику допомогу США, Великобританії. Тепер російські війська продовжують війну проти «новітніх нацистів і фашистів», які, мовляв, отаборилися в Україні і разом з бандерівцями загрожують Росії. Кремль підтримує, заохочує, вимагає від п'ятої колони різними методами і способами дискредитувати Майдан, Небесну Сотню, Революцію Гідності. В антиукраїнському інформаційному хорі винятковим тембром виділяються солісти Медведчук, Рабінович, Портнов, Новінський, Бойко, Шуфрич та ін. На жаль, їх чимало, які безпардонно нав'язують думку, мовляв, майданівці самі винні в тому, що під орудою Януковича, Захарченка, Якименка і Шуляка їх розстріляли.

Застосовуючи подвійні стандарти в оцінці Другої світової війни, найбільше маніпулятивного бруду вилито на ОУН і УПА, які, мовляв, співпрацювали з нацистською Німеччиною. Однак цілковито ігнорується той факт, що УПА не була союзником вермахту, а Червона армія в період з 1939 р. до 1941 р. була, при чому і де-факто, і де-юре. УПА не проводила спільних парадів із нацистським вермахтом, а Червона армія це робила. Спільний парад у Бресті приймали: з німецької сторони генерал Гудеріан, а з радянської – комбриг Кривошеїн. На V сесії Верховної Ради СРСР Молотов говорив: «Не тільки безглуздо, а й злочинно вести таку війну, як війна на знищення гітлеризму, котра прикривається

фальшивим прапором боротьби за «демократію». В офіційному звіті Ріббентропа йшлося про тост Сталіна за фюрера: «Я знаю, як багато німців любить фюрера, – сказав Сталін. – Я хотів би поводитися подібним чином і пропоную випити за його здоров'я». Другий тост Сталін підняв за Гімлера.

«Нехай спробують комуністи, інші промосковські поплічники знайти подібні дії лідера ненависної їм ОУН, Степана Бендери, що просидів війну в німецькому концтаборі і більше ніколи не побачив України», – наголосив народний депутат України III скликання Іван Діяк. Однак на книжкових розкладках до нинішньої російсько-української війни помітно було чимало маніпулятивної пропагандистської літератури на кшталт «Бандеромания – главный враг России». Її привозили із Росії у величезних кількостях за безцінь з однією метою: щоби ці книжки були в кожній українській хаті.

Досі продовжується дезінформаційна спецоперація щодо Головного командира УПА Романа Шухевича. Про це детально розповів поет Мойсей Фішбейн на брифінгу в Міністерстві закордонних справ України 3 листопада 2008 р. Спочатку до ЗМІ закинули версію, буцімто Роман Шухевич був «капітаном СС». Дезінформаторам відповіли, що такого звання взагалі не існувало. Тоді дезінформатори перетворили Романа Шухевича на якогось «оберштурмфюрера». Їм пояснили, що для того, аби до 1944 р. потрапити в «СС», треба було довго доводити своє «арійське походження», якого Роман Шухевич, звісно ж, не мав. Тоді дезінформатори закинули до ЗМІ версію, буцімто Роман Шухевич отримав військову нагороду з рук Гітлера. Особливо старалися комуністи Леонід Грач, Петро Симоненко, регіонал Вадим Колісниченко та інші українофоби. Дезінформаторам нагадали, що з рук Гітлера військову нагороду отримав лише Гімлер. Що ж до Головного командира УПА Романа Шухевича, то, згідно з інформацією військового архіву Німеччини, котрий міститься в місті Фрайбурзі, Роман Шухевич взагалі не був нагороджений жодною німецькою нагородою.

«Але дезінформаторам конче треба дискредитувати і генерала Шухевича, і УПА, і весь український національно-визвольний рух, і президента України Віктора Ющенка, – наголосив Мойсей Фішбейн. – То вони і вдалися до давньої чекістської провокації й розіграли «єврейську карту»: одних звинуватили у винищенні євреїв, а інших у «героїзації» тих, хто буцімто винищував. Прийом відомий: відвернути євреїв від українського національного відродження, відвернути і євреїв, і весь цивілізований світ від тих, хто хоче відродити справжню українську Україну. Українську за духом своїм, за мовою своєю, за пам'яттю про

своїх геніїв та героїв. Українську – для всіх у ній сущих, незалежно від етнічного походження».

Щоб громадська думка виникла, створилася, сформувалася, вона повинна бути виражена. Радіомовлення і телебачення належать до засобів, які найоперативніше її віддзеркалюють, виражають (опитування, інтерв'ювання, бесіди, дискусії в прямому ефірі тощо) і водночас формують. При цьому важливу роль відіграє правдива поінформованість радіослухачів і телеглядачів, їхній освітній рівень, виробничо-підприємницька діяльність, національно-громадянська позиція, політико-ідеологічна активність, особистісна зацікавленість, вболівання за майбутню долю своєї держави. Вивчення громадської думки потрібно проводити систематично, уникаючи некваліфікованого підходу або відвертого замовлення політичних чи корпоративних сил з оцінними для них судженнями. Серед параметрів соціологічного дослідження характерних інтересів громадської думки варто назвати такі: державотворча ідеологія, духовно-культурне відродження, загальнолюдські цінності, українські національно-демократичні ідеї, освітянська політика, функціонування української мови, проблеми злочинності, корупції і моральності, міжнаціональні та міжрегіональні відносини, функціонування гілок влади, питання порозуміння і злагоди у суспільстві тощо.

Носієм громадської думки завжди є група людей, але її виразником часто буває окрема особа: політолог, політичний, громадський діяч, фахівець з тієї чи іншої галузі виробництва, науки, освіти, культури, журналіст тощо. Якою є людина, такою буде інформація та її трактування. З огляду на це не лише цікавими, але й дуже важливими є міркування редактора журналу «Місіонер» о. Теодозія Янківа про людину – носія, творця, поширювача інформації, – які він висловив на конференції «Засоби масової інформації й утвердження державного суверенітету України», що відбулася на факультеті журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка. Жодна інформація, вістка чи найкоротше слово не виростає з землі, а виходить з уст людини, зазначав він. І, як написано у Святому Письмі, «не те, що входить, оскверняє людину, але те, що виходить, її оскверняє». Цей вислів можна застосовувати не лише до однієї, а й до більшої кількості людей. Не те, що входить у цих людей, їх знищити може, стоптати їх тотожність, а те, що виходить з їхнього мислення, може знищити ціле суспільство. Це для нас сьогодні дуже важлива річ. Хто є той, хто називає себе теле- і радіожурналістом, називається редактором чи режисером? Яке мислення людини, яке її бажання і світогляд – такими будуть інформація та її вплив на формування громадської думки.

Кожний із журналістів, який сповідує високі професійні стандарти, покликаний пропагувати й утверджувати у народній свідомості переконання україноцентризму, сутність якого визначається категоріями патріотизму, національної гідності, поваги громадян до України, цілеспрямованою працею задля добробуту і всебічного розвитку всіх життєвих сфер, необхідністю розглядати всі політичні події у світі та в Україні крізь призму національних інтересів України, її духовних і культурних цінностей, потребою обстоювати добре ім'я та рівноправність України у світовому співтоваристві. Щоб вижити, міцно стати на ноги, досягнути благополуччя, українцям за будь-яких обставин обов'язково треба вирватися з морально-психологічного рабства чужих думок, звичаїв, традицій, облудної комуністичної химери, маніпулятивної пропаганди «Опозиційної платформи – За життя», «Партії Шарія», тих «Слуг народу», що відверто і приховано з іншими антиукраїнськими партійками виступають проти розбудови української національної держави та головного фундаменту ідентичності – української мови і культури, паплюжать діячів українських державницьких партій «Європейська Солідарність», «Свобода», які наполегливо і невтомно працюють, щоби сформувати і утвердити у громадян України українську національну свідомість, державницьке мислення і переконання, запоруку «здвигнення нашої національної будови в усій її цілості» (І. Франко).

Отже, компетентне відображення і формування громадської думки – це двобічний психолого-педагогічний процес, у якому центральною, організуючою особою є журналіст. Тому оцінювати журналіста повинні не лише як фахівця, який натренувався збирати факти, описувати їх і передавати в теле- і радіоефір, але як такого, що своїм словом, відеозображенням, які ідуть не лише зі знання, а з душі, переконання, усвідомлення своєї національної гідності, цілеспрямовано допомагає формувати державотворчу, доброчинну громадську думку. Ефективність діяльності радіомовлення і телебачення в режимі правового демократичного суспільства ґрунтується на психолого-педагогічних механізмах формування індивідуальної і громадської думки, в основі яких – фаховий рівень аналізу фактів, подій, явищ, знання назрілих проблем суспільно-політичного життя, конструктивна оцінка, залучення громадськості до їхнього вирішення; глибина і свіжість думок, що їх висловлюють; обсяг, характер інформації, своєчасність, оперативність, достовірність її передання; яскравість, інтелектуальна компетентність показу і розкриття суспільно-політичних, соціально-економічних, національно-духовних процесів.

3.6. Естетична функція

Естетика (від грецької – чуттєво сприйманий) – наука про прекрасне та його роль у житті суспільства, про загальні закони художнього пізнання дійсності й розвитку мистецтва [50, с. 259]. Природне прагнення людей насолоджуватися красивим, отримувати задоволення є важливою духовною вимогою до естетичної функції радіомовлення і телебачення, яка має історичний характер, бо тісно пов'язана з розвитком комунікаційних технологій.

Виникнення радіо сприймалося як реальне диво: вражало уяву вченого і селянина, поета і музиканта, робітника і державного діяча. Воно стрімко пронизало всі сфери суспільного життя: проникло в культуру, мистецтво, ідеологію, політику, науку, освіту, виховні процеси. Мільйони і мільйони людей мали можливість слухати класичну музику, радіоспектаклі, концерти художньої самодіяльності, ознайомлюватися з творчістю видатних прозаїків, поетів, композиторів, художників, зі скарбами музеїв, виставок тощо. Завдяки творчим експериментам було створено специфічний різновид художніх програм – радіомистецтво, зі своєю драматургією, арсеналом прийомів і виражальних засобів, що розраховані на особливий психологічний характер сприймання і впливу на слухачів.

Із настанням «епохи телебачення» радіо не загинуло, хоч були такі побоювання, а набуло нових форм функціонування. Формула «новини плюс музика» стала однією із засад появи у США та європейських країнах багатьох радіостанцій: малих і великих, досить різноманітних як за джерелами фінансування (державні, комерційні, власні, релігійні, муніципальні тощо), так і за характером передач, які у них переважають (музичні, інформаційні, культурно-просвітницькі). На основі формули «для радіо – музика і новини» було створено інформаційно-музичні програми «Маяка» (Москва) і «Променя» (Київ). Але за комуністичного режиму радіомовлення і телебачення, як і всі друковані ЗМІ, завжди були під пильним контролем партійних органів, для яких найбільше важило не стільки духовне, культурологічне наповнення, скільки політико-класове спрямування з метою абсолютної ідеологічної «обробки» населення.

У відновлено незалежній Україні створилося чимало недержавних (приватних, комерційних) радіо- і телевізійних компаній. Нині функціонує також Суспільне телебачення і радіомовлення. Зрозуміло, що існування більшої кількості теле- і радіоорганізацій позитивне з погля-

ду створення відповідної творчої конкуренції. Тобто, на противагу тій монополії, якою в радянські часи володіли державні канали, з'явився досить сильний конкурент. Адже у майстерно підготовленій телевізійній- чи радіопередачі завжди міститься певна естетична вартість, що допомагає привернути увагу глядача і слухача, заволодіти його увагою, зацікавити, принести йому емоційне задоволення, підсилити ефект співпереживання, причетності до того, про що мовиться в ефірі.

Однак «хронічна відсутність проукраїнської державної політики в інформаційній сфері та фактична фахова неспроможність державних інституцій виробити й реалізувати таку політику, адекватно реагувати на інформаційні загрози – не забезпечують національні інформаційні інтереси, сприяють порушенню прав українців на одержання правдивої інформації» [3], – наголошується у відкритому листі до Президента України В. Зеленського. Як наслідок цієї аполітичності, – досі не розроблено національної комплексної програми гуманітарного розвитку, у якій інформаційній сфері відводилася б визначальна роль як засобу формування світоглядних позицій, збереження традиційних моральних імперативів та художньо-естетичних ідеалів.

Ще у квітні 1917 року Кирило Стеценко на з'їзді вчителів народних шкіл Ямпільського повіту на Поділлі закликав черпати духовно-естетичну красу для розвитку дітей із великої скарбниці української народної творчості, з української пісні, яка має бути основою пробудження художнього почуття, бачення краси як вічної правди, повинна стати могутнім знаряддям для виховання народу як у моральному, так і в національному дусі [52, с. 6–7]. Де і коли б не злітала з вуст українська пісня – колискова, весільна, журлива, жартівлива, кобзарська, козацька, народна – вона хвилює і зачаровує, бо її «витоки сягають тих часів, коли закладалися головні підвалини існування українського народу» [1]. Ідеали талановитого композитора, хормейстра, педагога, критика, музично-громадського діяча К. Г. Стеценка сповідували Квітка Цісик, Дмитро Гнатюк, Володимир Івасюк, Назарій Яремчук, Микола Мозговий, Ігор Білозір. Українську пісню благословляють у світ Ніна Матвієнко, Василь Зінкевич, Іван Попович, Микола Гнатюк, «Піккардійська терція» та інші знамениті естрадні співаки та гурти, які сприймаються як уособлення української душі і вільності духу, вірності батьківським традиціям і спрямованості у майбутнє.

Українська пісня «це – чиста совість народу, це – благородство» (В. Андрущенко). За своєю психологічною сутністю пісня є публічною комунікацією, яка здатна з'єднати людей у колективному враженні, бо створює передумови переростання, перетворення почуттів у переконання

завдяки тому, що «невиразні емоції, які рояться у душі кожного, раптом отримують загальне вираження, ясне і незаперечне, як осявання» (О. Проніна).

Яскравим прикладом психологічного процесу, який охоплює пізнавальний, естетично-почуттєвий національний та поведінковий компоненти, є опис співу у новелі Василя Стефаника «Марія». Сюжетна лінія у новелі пов'язана з московською окупацією Галичини під час Першої світової війни. У книзі «Московська окупація Галичини 1914–1917 рр. в свідченнях сучасників» (Львів : Апріорі, 2018. – 528 с.: Іл.) подано також численні публікації з тогочасної української преси про жорстокість, злочини російських окупаційних військ. «В Снятині хазяйнували москалі двома наворотами. Чиновники зі своєю безчисленною охраною, як відомо, так в Росії, як і в Галичині в часі інвазії, були для людності, а спеціально для українців, найнебезпечнішим «елементом». Вони то, на спілку з нашими доморощеними москвофілами без різниці національного походження, переслідували і арештували під якимбудь позором всі наших свідомих людей, що в народнім життю брали участь. В самім Снятині підпалили в середмістю жидівські доми. На щастя згоріло лишень 54 доми при вул. Нємцовського, в тім камениця «Народної Торгівлі» зі складом. Шкода, яку нанесла «Народна Торговля», оцінена на 100.000 корон, а шкода, яку понесло місто через огонь, зістала оцінена комісією на 1.432.000 корон. Так само в Заболотові шкода перевищає значно квоту міліона корон. Так само знищено Трійцю, Рудники, Вовчківці. Майже в кожнім селі знайдеться по кілька і кільканадцять спалених будинків. Так, в Орелци більше як 10 родин зістало без даху і утримання» (Українське слово, – 1915. – 8 серп.).

«Дня 19 вересня 1914 р. показались вперше на Посадській горі козаки і підпалили хату та на старосамбірській посаді на якийсь знак. Були то донські і терсько-кавказькі козаки, переважно Великороси. Зараз таки розпочали гульню, яка тривала три дні аж до їх відходу. Всі склепи порозбивали, товари розкидали, кликали людей і, грозячи нагайками, казали їм забирати граблені річі, або й їх продавали ... Московські солдати, що стояли на незамешканих квартирах, вели беспощадну боротьбу з помешканнями, роблячи сим велику шкоду таки своїм власним товаришам, котрі приходили по них. Бо коли, приміром, палення меблів і домівки здалось їм на чай, то пощо здалось їм, приміром, валення кафлевих печей, здирання блях і т. д.

Далеко краще представлялись українці не лиш щодо зверхнього вигляду і чистоти, а також вродженою культурністю. Стоячі довгий час в Старім Самборі артилеристи і піонери були рекрутовані пере-

важно з українців. Хоч національна свідомість у них переважно мала і проявлялась головно в розумінню окремішності хахлів від кацапів (від яких почувались ліпшими), то одначе небагато треба праці для їх освідомлення. Се потверджає хоч-би ся обставина, що многі з них дуже побивались за українськими книжками і платили за такі книжки дуже много грошей. Поміж офіцерами українців мож було стрічати переважно між лікарями, а часть їх були національно зовсім українці, а навіть відносились неприхильно і з відразою до російського правительства. Так само гарно представлялися козаки Кубанські, які звали себе Запорожцями, одинокі з-поміж козаків української народности, бо всі инші, себто донські, терські, сибірські, оренбурзькі і т. ин. – самі Великороси, надзвичайно дикі.

Багато «Запорожців» знало історію України і були революційного духа, та казали, що їх, яко одиноких представників історичної України, російський уряд хоче винищити. В Старім Самборі вони часто співали знані українські пісні, як «Ревуть, стогнуть гори-хвилі», «Вже більше літ двісті, як козак в неволі», «Ще не вмерла Україна» і инші, яких ніхто з наших цивільних тоді не важився заспівати, коли не хотів відвідати Сибіру» (Діло. – 1915. – 18–20 жовт.).

«Росіяни зайняли Товмаччину в перших днях вересня 1914 р. Страх настав по всіх селах. Що в Нижневі діялось, того не в силі описати пером. Товпа солдатів, яким проводили козаки, кидалася передовсім на жидівські склепи і на полишені помешкання. Зачався в білий день грабунок, до якого під грозою нагайки змушували також і деяких мешканців. З крамниць викидано на улицю або на сміття всі товари, а з помешкань меблі, начиння, білля, образи і ин. Російські офіцери не лиш, що на грабунки позволяли, але навіть заохочували і самі брали в них участь. Відразу по тім всі пізнали і зрозуміли, що російський жовнір не має почуття законного ладу і приватної власности.

Українське село Братишів звідала наперед козацька патруля, котра, користаючи з неприсутності жида, розбила корчму, але в ній нічого не знайшла для себе, крім нафти, кількох сірників і полишених помий. Коли багато селян стояла коло місцевого склепу «Наше Визволення» і читальні «Просвіта», патруля, насміхаючись над ними, промовила: «А ето что? Мазєпінскоє собраніє?»» (Діло. – 1915. – 20 груд.).

Василь Стефаник дуже добре знав, розумів, що з приходом московських військ до Галичини українці відчули на собі тяжку руку ворога та пізнали чим пахне захвалюваний москвофілами «русскій рай». Психологічний зріз «русского раю» Василь Стефаник розкрив у новелі «Марія». Співпереживання, співчуття Марії перейшло у спільне

усвідомлення загальної української проблеми. Вчитаймося в уривок новели, який подаємо тут.

«Як у Марії в голові спомини з жалем, з розпукою ткали плахту, щоби закрити перед її очима ту прірву в житті, то у ворота на подвір'я заїхали козаки.

Була люта, що ніколи не дозволяли їй лишитися в спокою, і казала до них голосно:

– А, вже йдете, рабівники!

– Нічого, матусю, рабувати не будемо у вас, хочемо нагрітися в хаті, пустіть. Душа замерзла в тілі.

Відповіла:

– То йдіть грійтеси в студені хаті.

– А ви?

– А мене можете отут бити нагайками, а на коханку, як видите, я вже стара.

Один із козаків – молоденький ще був – приступив і дуже просив, щоби вона та ввійшла враз з ними в хату; самі ж вони не ввійдуть.

– Ми ваші люди, – казав.

– А тому, що ви наші, то рвете тіло нагайками, а другі забирають та вішають людей; мерці гойдаютьси лісами, аж дика звір утікає…

Молоденький козак так довго та гарно просив, що врешті увійшла з ними в хату.

Станула біля порога, а вони позасідали коло стола.

– Продайте нам що-небудь їсти; голодні ми, матусю.

– Що ж вам дам їсти? Там, на полиці, є хліб; а грошей ваших мені не треба, бо одні даєте, а другі заходите і назад відбираєте, та ще й б'єте. Цар ваш такий великий та богатий, та посилає вас без хліба воювати? Станьте на лавку та досягніть з полиці бохоня.

З хлібом стягнув з полиці й образ Шевченка, який був повернений лицем до стіни.

– Хліб бери, а образ віддай мені, то моїх синів. Такі, як ви, здоймали його з-під образів, кинули до землі і казали мені толочити по нім. Я його сховала в пазуху, а вони кроїли тіло пугами, що й не пам'ятаю, коли пішли з хати.

Вихопила Шевченка з рук, поклала в пазуху.

– Можете мене отут і зарізати, а образа не дам.

Той молоденький козак, що так її гарно просив увійти в хату, приступив до неї, поцілував у руку і сказав:

– Матусенько, я ж за свято Шевченка сидів довго в тюрмі. Хіба ж ви не дасте нам образа, щоб ми його привели назад до честі й поставили під образами?

– А хто ж ви є? Що за одні? Відкіля приходите? Жидам позволяєте тримати свою віру й письмо, а наше все касуєте. Тепер сніг прикрив дорогу, але коли б не він, то ви би виділи, що всіми дорогами, по всему селі розкинені наші книги з читалень. То, що бідний нарід встарав собі на науку для дітей, все то пішло під кінцькі копита.

– Дайте, дайте нам образ.

Поволі витягнула й подала йому, бо й сама стала цікава, що вони з ним будуть діяти.

А вони поставили два хліби, один верх другого, сперли коло них малюнок, виймили вишивані та гаптовані хустки та довкола прикрашували.

– Лиш дивітьси, козаки, чи мило то буде цему образові, як ви єго вберете у рабоване жидівське платтє.

Та тут же, в тій хвилині, зірвався один з них, сивий уже, скинув із себе одіж козацьку: був без сорочки.

– Оце вам, матусю, наш рабунок, що всі ми без сорочок ходимо, хоч могли б богато придбати. А оці хустини, що ми ними Шевченка вбрали, це ж козацькі китайки, матусю. Наділили нас їми жінки наші, наші мами, сестри наші, щоби було чим голову вкрити в полі, щоби ворон очей не клював.

Марія глянула на них, непевно підступила й сказала:

– Ви, відий, тоті, що мої сини вас любили… Українці…

– Ми самі один одного ріжем.

Підлізла Марія на грядки, виймила зі скрині сорочку і подала роздягненому.

– Вбирай, це з мого сина; Бог знає, чи верне, чи буде її носити.

Несміло взяв козак сорочку і надягнув.

– Не тратьмо часу, козаки, пошануймо батька, а хліба будемо їсти по дорозі. Ви ж знаєте, як ще нам далеко їхати, – сказав козацький старшина.

Почали співати.

Забриніли вікна, пісня поміж блеск сонця на склі вийшла надвір, побігла в село.

Жінки почули і ставали коло воріт, відтак коло вікон, а врешті несміливо входили до сіней і до хати.

– Маріє, що це в тебе? П'яні чи загулюют дівки співанками?

– Ні, це инші, другі…

– Які другі?

– Такі другі, що це наші; мовчи та слухай!

Марія отворила широко очі на козаків, подалася вперед, неначе б хотіла підбігти й не пустити їх спів з хати.

Пісня випростовувала її душу.

Показувала десь на небі ціле її життя. Всі зорі, які від дитини бачила; всю росу, яка падала на її голову, і всі подуви вітру, які коли-небудь гладили її по лиці.

Виймала ота пісня з її душі, як з чорної скрині, все чарівне і ясне і розвертала перед нею – і надивитися вона не могла сама на себе в дивнім світанні.

Десь там на горах сидить орел, пісня розвіває його крила, і подув цих крил гоїть її серце, стирає чорну кров з нього.

Чує, як сини держуться маленькими руками за її рукави, як ростуть з кожним звуком. Чує кожне їх слово, коли-небудь сказане, і кожну розмову за Україну. Всі невиразні і таємні назви випрядуються з волосся звізд і, як пребогате намисто, обіймають її шию.

Блискотять ріки по всій нашій землі і падають з громом у море, а нарід зривається на ноги. На переді її сини, і вона з ними йде на тую Україну, бо вона, тая Україна, плаче й голосить за своїми дітьми; хоче, щоби були всі вкупі.

Те голосіння вплакується в небо; його покров морщиться і роздирається, а пісня стає у Бога коло порога і заносить скаргу...

Як перестали співати, то Марія стала непорушно, як на образі намальована.

З купи жінок, яких богато зійшлося, одна, вже стара, приступила до стола.

– То ви наші? Богу дякувати, що ви вже раз прийшли,– говорила.

– Ой, ніхто, небожєта, нас не любить. Кілько переходило війська – всі нас не любять. А кілько вони напсували народу! Аби де було: чи в місті, чи на дорозі, чи вже в своїм-таки селі, все чужі і чужі ми, і ніхто нам не дає віри.

– Їй, чого ж ви хочете від них? Це ж не наше войсько. Вони такі, як у книжках писано здавна або мальовано на образах, як вони ще наші були. А тепер вони московські. Де вони годні нам помогти? Отак, потихонько, аби ніхто не чув, то забалакають.

– Ти молода, читати вмієш, то знаєш ліпше. Я гадала, що то наші.

– Це навіть не кажіть, бо за це може нам бути велика кара.

Старенька жінка скоро залізла в гурт жінок, що гляділи самою тугою і дихали розпукою.

Зате молода Катерина станула край самого стола.

– Оця Марія, що ми в неї, дивітьси, як задеревіла від вашого співу. Вона банує за синами, що два пішли до наших охітників, а найменшого взяли москалі на Сибір! Десь-то він серед таких, як ви, напастував вашого царя, що дуже мучить наш нарід. А вони лиш хап його – та й пропав. Учені були всі, маєток за ними пішов великий. В селі ні одна мама так не банує за синами.

– Небого, Маріє, небого! – шептали жінки.

– То таки саме перед війною було, як ми сипали могилу отсему Шевченкові, що перед вами на столі. Сипали другі села на пам'ятку – та і ми. Клопіт такий був, бо старі не пускали вдень сипати, робота в полі, а ми змовилиси і сипали ночами: одні кіньми, другі тачками, инші лиш рискалями. Таку могилу висипали, як дзвініця. І Марія з трьома синами помагала.

– Та що з того, що сипали? Лише біди селови наробили. Москалі прийшли та могилу розкидали, гроший шукали, чи чого, та й за ту могилу і мій Михайло пропав.

– А хоч би й на віки пропав ваш Михайло, то люди ніколи його не забудут. Не боявся він москалів, а сказав їм правду. «Ви – каже, – цілу Україну перерили, як свині, та ще й до нас прийшли рити?»

– Добре тобі, Катерино, говорити, а він лишив жінку та діти.

– Та й мій мене лишив з дітьми.

– З вас, відий, котрийс мусит бути письменний. Та напишіт, аби світ знав, як нас москалі з ярма випрєгают. Ми їм ту могилу не зараз забудемо. Як ми її досипали, то світало, роса нас припала, і ми посідали довкола, бо ноги боліли. А старший син Маріїн виліз на сам вершечок та й так ладно говорив до нас, що з цеї нашої могили будемо дивитиси на велику могилу на Україні, щоби ми були всі одної мислі. Дививси так дивно, наче б поправді на зорях бачив Україну. Потім ми повставали і співали такі пісні, як і ви тепер.

Тут наблизилася Катерина козакові майже до вуха і шептала:

– Ваші пісні такі самі, як Маріїних синів. Тому не будіть її, най їй здаєси, що це єї сини співают...».

Під впливом прочитаного у душі кожного спалахнули свої почуття, уявлення, думки, оціночні судження. Привертаємо увагу до високого художнього, винятково естетично змальованого сприймання української пісні, яку співали козаки. Такий психологічний стан, яким до глибини серця була захоплена Марія і односельці, психологи називають «АГА-переживанням» (здогад, відкриття, прозріння), тобто моментом раптового осявання, коли «несвідоме переходить поріг свідомого» і створюється надзвичайний морально-духовний, чуттєво-естетичний стан. Адже

українська пісня як публічна комунікація не тільки високохудожня і високомелодійна, підкреслював Іван Огієнко, а й завжди глибокозмістовна, пристойна, навчальна. Додамо, що українська пісня, як один з найпопулярніших і доступних видів мистецтва, потужно впливає на національне самопізнання, підносить до рівня соборної ідентичності.

Телебачення і радіомовлення покликані всебічно і фахово ознайомлювати глядачів і слухачів із скарбницею української духовності: народними і високопрофесійними піснями, класичними музичними творами, високохудожніми поетичними, прозовими і драматичними надбаннями, мистецькими кінофільмами, відео- та аудіодокументалістикою, створюючи позитивне емоційне середовище. Українська культура, як гарант національного майбуття, має займати визначальне, пріоритетне місце в теле- і радіоефірі, сприяючи естетично-пізнавальному задоволенню, глибокому духовно-національному самоусвідомленню, громадянській зрілості.

Однак «зловісна пухлина російської масової культури» (В. Кирейко), нігілістичне ставлення до української пісенної культури заволоділи багатьма теле- і радіопрограмами, серед яких «Голос країни» і «Голос. Діти» на телеканалі «1+1», де українськомовна пісня – рідкісне явище. Добре, що пісенний конкурс виявляє і підтримує непересічних, здібних, талановитих виконавців. Але це завдання має бути лише складовою найголовнішої мети – на високому національно-естетичному пісенному ґрунті сприяти морально-духовному вихованню патріотів нашої держави, формувати у дітей, підлітків, юнацтва, молоді українські національно-громадянські й загальнолюдські цінності.

У нинішній період російсько-української війни надзвичайно важливо допомагати українцям духовно єднатися, якнайглибше пізнавати своє національне «Я», щоби, як закликав Іван Франко, перед світом не слугою, а ґаздою стати, дати гідну відсіч московським агресорам. На жаль, є чимало прикладів, коли здібні люди різних професій, у тому числі й співаки, журналісти, свій талант продають за 30 юдиних срібняків, улесливо служать ворожому українцям «русскому міру». Фахівців, якщо вони талановиті, треба називати талановитими, але постійно наголошувати: на доброчинство, чи злотворення спрямований талант; морально відповідальні вони, чи керуються аморальними інстинктами; чи талановиті митці, журналісти позитивно впливають на розвиток й утвердження соборної української України, чи навпаки – своїми вчинками, талановитими творами, телепередачами сприяють деградації українського суспільства, виховують нищителів української

мови, культури, нації, насаджують бездуховність, вседозволеність, нігілізм, малоросійство, прислужництво нашим одвічним ворогам і водночас одвічним сусідам.

«Голос країни», «Голос. Діти» на «1+1» – це відкриті майданчики для розкошування антиукраїнської ідеології «русского міра». Відомі співаки, «зіркові» судді, вони ж професійні навчителі учасників конкурсів не є прикладом пошанування української мови і культури. І Наталя Могилевська, і Дмитро Монатік, і дует «Время и Стекло», Сергій Бабкін, Потап та інші лише інколи видавлювали із себе українськомовну фразу. Правда, одного разу Наталя Могилевська прочитала кілька українськомовних поетичних рядків, сказала, що вона їх автор. Але впродовж усього четвертого сезону у програмі «Голос. Діти» панувала російська мова і чужомовна пісня. Діти захоплені відомими співаками, обожнюють їх, вчаться у них. То покажіть їм високі українські національно-духовні якості, моральну відповідальність за долю українського Слова, мотивуйте їх глибоко пізнавати українську пісню, мову, щоби вони, коли виростуть, були за духом українцями, а не космополітами, перевертнями, малоросами, не підтримували московських агресорів, як це робили Ані Лорак, Лобода та інші гастролери за кривавим російським рублем.

Данелія Тулешова з Казахстану перед поїздкою на конкурс «Голос. Діти» вивчала українську мову, намагалася нею спілкуватися із вершителями конкурсу, але жодний з них – ні Могилевська, ні Монатік, ні «Позитив» (насправді у ставленні до української мови – це суцільний «Негатив»), ні Дорофєєва не підтримали, не заохотили Данелію розмовляти українською мовою. З українськомовними учасниками конкурсу вони також спілкувалися російською мовою, спонукаючи хлопчиків і дівчаток відмовлятися рідної, від української. Бо, бачите, набути визнання, слави можна й без державної мови. Наочний приклад – різні так звані «Позитиви», Дорофєєви, Могилевські, Монатіки, Потапи тощо. Має діяти золоте моральне правило та обов'язкова вимога – зі всіма учасниками пісенного конкурсу, якщо вони народилися і живуть в Україні, спілкування має бути тільки українською мовою. З вихідцями з інших країн мовою порозуміння має бути така мова, яку вони знають, або через перекладача.

Утвердження українськості в Україні буде тоді успішним, якщо на це буде цілеспрямована діяльність державних, суспільних, громадських інституцій і, зокрема, телебачення, радіомовлення, інтернету – вся система життєдіяльності країни. Важливою структурною складовою

виховання є також пісенні конкурси «Голос. Діти» і «Голос країни» (мала би бути назва «Голос України», чи під країною розуміють будь-яку державу, тільки щоби якомога менше звучала одухотворена назва «УКРАЇНА»).

Важливо, що 2016 року Верховна Рада України ухвалила закон про квоти пісень українською мовою для ефіру (35 %). У 2017 р. набув чинності закон, який встановлює обов'язкову частку україномовного контенту на телебаченні – 75 % від загального обсягу. На початках відбувалися позитивні зміни, але з 2019 р., коли на популістських і маніпулятивних гаслах до влади прийшли так звані «слуги народу» В. Зеленського, антиукраїнська п'ята колона не лише приховано, а й відверто брутально витісняє з теле- і радіоефіру національний за духом український контент. Доктор філософських наук, професор В. Андрущенко справедливо забив на сполох, що національні й загальнолюдські цінності з українських пісень відсувають на задвірки. Натомість в теле- і радіоефірі «більшість сьогодні крикливо, верескливо, хрипотно оспівує агресію, розбій, насильство, брутальність до гуманістичних ідеалів, до людини й людяності. А ще «співають», демонструючи секс, наругу над людським тілом, зневагу до дійсно духовних символів. Так звані нові естрадні співаки тотально заполонили концертні підмостки, руйнуючи святе й неповторне – духовність» [1]. Академік В. Андрущенко наголошує, що він не виступає проти естрадного співу. Адже «дійсна естрада» є загальновизнаним надбанням. Вона є такою ж високою естетичною культурою, як і народна пісня. Ми ж не сприймаємо фальшивого естрадного співу, який, на жаль, домінує в духовному єстві народу. Втягуючи в свою орбіту особистість здебільшого молоду і не зрілу, він руйнує її духовний світ, спотворює образ реальності до невпізнанності, формує хибні цінності, точніше антицінності, ядро яких агресія, злоба, ненависть і порочність» [1]. Формування естетичної культури та виховання моральної соборної особистості мають бути тісно пов'язані з утвердженням у суспільстві національної гідності, патріотизму, духовності.

Соціальна психологія свідчить, що духовна основа людини закладається до десятилітнього віку, а далі розвивається, утверджується. Однак духовна основа може бути різною, навіть діаметрально протилежною. Тому молоді душі і серця треба берегти від впливу низькопробного, примітивного, вульгарного, чужомовного, масового естрадного вереску. Потрібно пропагувати мистецтво високе, одухотворююче, чисте, правдиве, яке підносить національний дух, утверджує височінь помислів. Вчитаймося, вслухаймося, проймімося творчим злетом Євгена Гуцала:

«Вечеряли – з солов'ями,
спали – з солов'ями,
зоставалися до ранку
солов'ї із нами.
Зоставалися до ранку,
усю ніч співали
і, на груди сідаючи,
в губи цілували.
І, на груди сідаючи,
в губи цілували,
а ми до них усміхались
і їх обіймали.
Пригортали їхню пісню
до грудей безсонну,
таку щиру, довірливу,
таку безборонну.
Ніч минула, зійшло сонце,
солов'їв не стало,
Наче всю ніч поміж нами
вони й не літали.
Наче вони й не літали,
нас не цілували,
наче ми їм не всміхались,
їх не цілували.
Ти, здивована, дивуєш
дивними словами:
– Вечеряли – з солов'ями,
спали з солов'ями…
Я, здивований, дивую
дивними словами:
Зоставалися до ранку
солов'ї із нами… »

Правда, вражаюче?! Як можна «просто – не просто» сказати про вічно трепетне почуття – любов. Немає тут так званих «засобів» (метафор, порівнянь, епітетів), які ми звикли вишукувати в критичних аналізах чи на уроках літератури. «Однак за своєю художньою силою цей твір, – стверджує учитель, письменник Василь Латанський, – належить до вершин мистецтва, як і, приміром (не боюсь такого порівняння!), лі-

ричний шедевр Т. Шевченка, без отих так званих засобів, – «Садок вишневий коло хати».

Роздумуючи про телебачення, як особливий чинник естетично-виховного впливу на молодь (його видовищна специфіка «працює» не стільки на інформаційному, скільки на емоційно-почуттєвому рівні, який, навіть без слів, приречує на «продиктовані» екраном способи життя, стиль поведінки тощо), науковець, публіцист Тетяна Дейнегіна небезпідставно запитала: «Телебачення – засіб масової дебілізації?» Це запитання обумовлювала так: культура в житті будь-якої людини виконує роль імунної системи, особливо захисного механізму, а він сьогодні дає серйозні збої, бо, перш за все, порушилося співвідношення поміж мистецтвом і тією сферою, яку В. Бахтін називав «низовим контекстом» культури ... Існує поняття екології щодо культури як цілісної системи. Але, коли усі ніші цієї системи заповнюються тільки низовими видами, екологія її руйнується. Це аномалія. При цьому з маскультури витягуються не кращі взірці – вульгарність, дурний смак, чорний гумор тощо [12, с. 261–262].

У час потужної гібридної війни Росії проти України ситуація з функціонуванням телебачення загострюється до такого стану, що знак запитання у фразі «Телебачення засіб масової дебілізації?» може змінитися не лише крапкою, а й окликом – бути пересторогою, бо телебачення в антиукраїнських руках не менш небезпечна зброя, ніж коронавірус, коли мудро з ним не боротися. В Україні має запанувати така політично-правова воля, щоби телебачення і радіомовлення, всі платформи соціальних мереж стали сівачами правдивих, високоестетичних, світоглядно-духовних, національно-громадянських цінностей.

Моральний обов'язок журналістів щирим серцем почути академіка Івана Дзюбу, який наголошує, що в Україні, як мало де ще в Європі, збереглися глибокі джерела автентичної народної творчості (у пісні, слові, малярстві, ремеслах тощо), які завжди були рятівним резервом для професійної культури і генерували сукупний мистецький талант нації (не випадково ж на наших співаків та інших виконавців існував і існує неабиякий попит у багатьох країнах). Це обставина, що виходить далеко за межі самого лише мистецтва. Нині в Європі чимраз більше усвідомлюється негативний вплив на духовні аспекти життя і на культуротворчий потенціал народів – механічного засвоєння уніфікованих споживацьких стандартів. «Культурницький неоконсерватизм виходить з того, що життя в своїх природних основах і людська психіка та поведінка змінилися значно менше, ніж передбачали модерністські проекти, і що народи, які не занехаяли свій історичний досвід і не позбулися

своєї традиційної культури, більше здатні зберегти духовне здоров'я і відповісти на виклик майбутнього» [15, с. 33].

Отже, повноцінне естетичне задоволення і духовне збагачення глядачі і слухачі отримуватимуть тоді, коли телебачення і радіомовлення всебічно висвітлюватимуть культурне буття українського народу, творитимуть матеріали про конкурентоспроможність української культури, її здатність задавати тон інтелектуальному, духовному, естетичному життю в Україні, адаптуватимуть для українського суспільства культурну реальність світу.

3.7. Розважальна функція

Поняття «розважальна функція ЗМІ», «розважальні теле- і радіопрограми» походить від слів «розвага», «гра», «видовище». Підґрунтям будь-якої розважальної програми є гра. Словник української мови подає такі визначення лексеми «розвага»: 1) «Те, що розвеселяє, розважає людину; 2) Те, що заспокоює, втішає кого-небудь у горі, в нещасті тощо; втіха». Багато людей чекає від телебачення і радіо, як і від інших ЗМІ, інформації про соціально важливі факти, події і явища, а також задоволення потреб у розвагах, відпочинку та емоційній розрядці. Вони бажають за допомогою телевізійних- і радіопрограм хоч на мить відійти від складної, досить часто негативної круговерті буденності.

Науковець Роджер Блюм зазначив, що існують дві концепції того, як ЗМІ можуть виконувати розважальну функцію. «Одна концепція виходить з того, що ЗМІ віддають перевагу кожній темі, котра має розважальну цінність. Такий шлях обрали багато бульварних газет (popular papers), а також приватні телестанції. Інша концепція має на меті репрезентувати якомога більше матеріалів на політичну, економічну та культурну тематику, подаючи їх як розважальну інформацію. Саме звідси виникло поняття infotainment (інформація + розвага)» [2, с. 17].

Розважальні програми різних жанрів становлять в Україні до 70 % ефірного часу. До розважальних теле- і радіопрограм належить ток-шоу[1] (політичні, кулінарні, ігрові), реаліті-шоу, талант-шоу, музичні і гумористичні теле- і радіопрограми, світські хроніки, телесеріали, вікторини, програми інфотейнмент, ігри, розіграші, спортивні та дитячі програми, у яких присутні розважальні елементи.

[1] Детально про ток-шоу на телеканалах України мовиться у VII-му розділі підручника.

Безперечно, розважальні програми допомагають скинути втому, напруження, підняти настрій, загальний тонус, забезпечують відновлення фізичних сил, психічно розвантажують. Професійний рівень підготовки розважальних теле- і радіопрограм високий. Проте інтелектуально-духовна, національно-громадянська цінність багатьох програм досить низька, бо не формують у глядачів і слухачів морально-етичні норми поведінки, духовні орієнтири, здорові естетичні смаки, не формують любов і повагу до української мови, культури, позитивних звичаїв, багатих традицій, не сприяють утвердженню глибоко змістовного національного життєвого середовища.

Вивчаючи принципи і функції теле- і радіомовлення, студенти факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка вчаться професійно а) осмислювати розважальні програми, яким притаманні азарт-змагання, ескапізм (відволікання від реальності), релаксуючий зміст, тимчасове перевтілення (вживання в образ), розкриття таємного із життя відомих особистостей (сенсації), комфорт, задоволення; б) оцінювати і синтезувати зміст, спільні ознаки-характеристики, які об'єднують розважальні телепередачі: легкий змісту сценарію на сприйняття; дух змагання, співпереживання, залучення глядачів і слухачів до участі (смс-голосування, дзвінки у студію, участь у конкурсах тощо); задоволення глядачів і слухачів, релаксація фізичних сил; видовищність, несхожість між собою в організації проведення; індивідуальні особливості ведучого, його популярність і авторитет; в) аналізувати типи розважальних передач за такими критеріями: рейтингові показники телевізійної- і радіопрограми; тривалість в ефірі проекту; охоплення різнопланової аудиторії; емоційний вплив на глядачів і слухачів; видовищність; рівень професіоналізму команди, яка створювала телевізійну чи радіопрограму. У контексті цих методичних рекомендацій студенти готують різножанрові матеріали, зокрема огляди-рецензії на розважальні теле- і радіопередачі, адже журналістське критичне мислення розвивається у процесі творчої діяльності.

Чому я не дивлюся «Файну Юкрайну»

Україна – гарна. Файна, можна й так сказати. Однак чомусь у першому українському гумористичному скетч-шоу «Файна Юкрайна» Батьківщина виглядає не такою вже хорошою. Ні-ні, од співати нам не треба. Але б хотілося відчувати любов до України, а не суцільне висміювання.

Пам'ятаю старт «Файної Юкрайни». То була бомба. По-перше, ніхто нічого подібного ще не робив. Тож Притула і Молочний (актори шоу) стали мало не першовідкривачами на теренах вітчизняного телебачення. Люди прикипіли до екранів, регочучи з наївних і смішних героїв «Юкрайни». Суржик додавав гумористичного ефекту. Та й сюжети були доволі цікаві, життєві. Після занудних російських серіалів то було щось незвичне. Та ще й наше, українське. Я також була однією з «поціновувачів таланту» авторів скетчу. І сміялася разом із країною.

Та й загалом, ідея непогана. Показ українських реалій через призму гумору. Сміхом подолаємо негаразди – таке собі псевдогасло шоу. Однак, якщо придивитися, замість викорінення недоліків сміх сприяв іншій меті: показу українців як якоїсь недолугої отари, яка тільки те й робить, що хитрує та норовить аби вкрасти чи випити.

Початок шоу зроблений якісно, не маю претензій. Цікава музика, вступ стилізований під український дизайн. А потім диктор ідеальним голосом каже: «Тут (у Файній Юкрайні – А. Р.) живуть найкрасивіші жінки, найсильніші чоловіки та наймудріші у світі політики». І замислюєшся – це всерйоз чи іронія? Бо політики у нас явно не «наймудріші». Виходить, іронія. Значить, і жінки в нас не найгарніші, і чоловіки не найсильніші. Такі собі посередності. Якщо ж не іронія, то вступ взагалі суті немає. Отака-от нерозгадана таємниця.

А далі – набір скетчів (коротенькі сюжети про різних героїв). Почнімо з того, що усі без винятку герої балакають суржиком (за винятком геїв-націоналістів, що володіють українською, та продюсера Валентина і Савви Шустрого, повністю російськомовних). Непогане узагальнення. Оскільки автори шоу називають своє дітище народним – таким, що відображає життя українців, то значить ми – така малограмотна нація, що навіть мовою своєю розмовляти не може. Мусимо «позичати» словечка у сусіда аби висловити власні емоції.

Суржик використано з гумористичним ефектом, однак невже для того, аби розвеселити українців ми мусимо нівечити, спотворювати нашу мову? Таке каліцтво «язика» показує непрофесійність авторів. Однак більшість українців радо переглядають випуски «Юкрайни», навіть не помічаючи, як вони ганьблять українську мову та самих себе.

Наступні сюжетні лінії відштовхують від перегляду найбільше. Приміром: найпопулярніші герої «Юкрайни» – Марічка і Антон, закохана парочка, що живе у селі коло Жашкова (Черкащина). Антон – «успішний бізнесмен», має «ларьки» курей-гриль. Він щоденно читає Марічці, своїй сільській дівчині, свої «стіхі».

Отака-от пара. Ці герої, які здобули найбільшу популярність серед українських глядачів (коронна фраза Антона «Багіня!» стала крилатою), є водночас нашою найбільшою ганьбою. Вслухаймося у діалоги. Антон «пестливо» називає Марічку кобилою, а вона у відповідь заплющує очі на його «бухання».

Це – висміювання молодих закоханих українців. І це лякає. Невже для нас є типовою така поведінка – зневага партнерів, алкоголізм, обмеженість, неграмотність. Якщо так – то, звичайно ж, «Файна Юкрайна» – саме те, що треба. Однак, я вірю, що ми вищі за ці примітивні жарти.

Ще одна причина – ставлення до України й українців. Про геїв-націоналістів чули? Ні? А от у «Файній Юкрайні» такі є, ціла організація. Їх мета – «покарати геїв-москалів» цілком зрозумілим (для геїв) способом. Цікаве трактування національної ідеї. Виходить, бути патріотом – значить, бути геєм. Ні, я не гомофоб, але подібний сюжет ніби промовляє: ви, українці, нездатні до патріотизму. Він у вас може бути лише у найабсурдніших проявах. Хіба геям така дурниця в голову втрапить. Значить, бути патріотом – абсолютна сміховина, і ми навіть на неї неспроможні.

А решта скетчів… Даїшник, дід відун, депутат, олігарх…Всі побудовані за принципом : «Гроші». Українці у сюжетах так і норовлять обікрасти сусідів, заробити якнайбільше нечесним шляхом…Така собі нація бандитів. І, звісно ж, публіка позитивно реагує на це – так і має бути, хіба ні?

Скетч про західноукраїнських сусідів показує нашу «характерну рису» – заздрість, скетч про журналістів – продажність ЗМІ, скетч про продюсера та співака – бездарність наших музикантів…Чи варто продовжувати? А найсумніший скетч – про молодь. Два київських парубки щодня намагаються зробити якусь пакость. То, виходить, ми, молодь, отака? Бездарна, яка немає де подітися, та тільки й мріє про те, щоби довше посидіти у батьків на шиї? А про студента, який вчиться завдяки татовим грошам? Я стикаюся з такими «спудеями» щодня, однак суспільство сприймає їх як типове явище. Хіба це нормально?

Я не дивлюся «Файну Юкрайну» тому, що вона зомбує українців. Сміючись зі скетчів, ми ніби не бачимо негативу у тому, що роблять герої, сприймаємо як належне хабарництво, вульгарність, агресію, обмеженість. Це стає нормою. Але нормою воно бути не повинно. Я не дивлюся «Файну Юкрайну», бо не хочу стати однією з отих недолугих героїв шоу. Не дивлюся, бо бачу, що то злорадна насмішка над Україною та українцями, над нашою мовою. Це – не спроба вказати на недоліки з метою їх виправлення, а намагання нас примітизувати, деградувати. Бо діти вже ходять і називають одне одного «багінями» і «кобилами», соромляться бути патріотами аби не здаватися геями та не вважають, що це соромно – давати хабарі та купувати знання.

«Файна Юкрайна» створює негативний образ України як нації бовдурів, злодіїв та заздрісників. Крім того – вона нав'язує цю думку українському суспільству, змушує його думати, що так і є. Але найгірше те, що популярність шоу, здобута примітивними жартами, переконує українців у тому, що ці вади – цілком нормальні, і нема нічого дивного чи неприйнятного у такій поведінці. Даїшник в «Юкрайні» бере хабарі – та це ж цілком звичне явище. Всі даїшники хабарі беруть. Це природно. От стану я даїшником – і теж так

робитиму. А всі олігархи крадуть народні гроші. Що ж тут дивного?.. Грошей усі хочуть. І я собі крастиму.

Так міркує людина після перегляду сумнозвісного шоу. Таким недоукраїцем вона може стати після «Файної Юкрайни», яка маскується під скетч «народний та український». Однак нічого українського там нема, і ми, українці, маємо це зрозуміти та відкинути будь-які риси, що нав'язує нам ця передача.

Анна Романдаш

Відтворюймо реальність, а не потойбічний світ

У багатьох викликає захоплення програма «Паралельний світ». Телепередачі такого характеру дивиться здебільшого молодь, яка формує свою свідомість. Кожен має свій погляд, та я ставлюсь до таких програм скептично. Має існувати межа, яку безпосередньо всі мають бачити. Дорослі люди сприймають факти Валерія Савули на один день, ґвалту з цього ніхто не робить. Принаймні більша частина. Тоді виникає питання: «Що відбувається з молоддю?»

Беручи до уваги юнацький максималізм, можна одразу з'ясувати, що молодь не просто цікавиться, вона втілює факти «неосяжного» в своє життя. Ось чому варто фільтрувати інформацію телепередач такого типу. Мене, як молоду особу, турбує наше майбутнє. Майбутнє, в котрому має лишитися місце для доброти та таємниці. А ми занурюємось туди, куди не можна. Принцип океану: чим глибше занурюєшся, тим більша небезпека для життя. Хто, як не ми, ліквідує цю небезпеку?

Небезпека існує на підсвідомому рівні. Все починається так, як хвороба. Розвиток її внутрішній, та дію її можна спостерігати по зовнішньому стану людини. Так ЗМІ, впливаючи на свідомість, змінюють нас та наше покоління. Можливо, я б ніколи не говорила про цю передачу, якби не її зміст, який просто стимулює українців до нової придуманої віри. Всі ці пусті доведення, ворожіння, сеанси екстрасенсів – результат вседозволеності. Я не кажу, що сталінський режим треба повертати. Ні! Ні в якому разі. Не дай, Боже, пережити це вдруге. Не дарма XX ст. називають «століттям вбивці». Та чи не вбиває нас морально сучасне беззаконня? Якщо ж ми, четверта гілка влади, не захищаємо людину від поганого впливу, рано чи пізно, з'явиться ще одна, п'ята. І якщо та виявиться ні нащо неспроможною, таких гілок буде безліч. Кому ж тоді вірити?

Вірити собі – значить вірити в Бога. Нехай існує безліч статей, сюжетів, які інформуватимуть нас про все, що відбувається у світі. Адже цим ми збагачуємо свій інтелект та освіченість. Та тільки не варто робити з цих матеріалів спосіб життя. Варто замислюватись над сприйняттям публікою інформації.

Краще подати її об'єктивно, а ніж «приправити» словами, забарвленими сарказмом.

Можливо, від того ми і маємо низку проблем, що існують в нашій державі. Нас багато що не влаштовує: рівень життя, політика, влада тощо. Цей список можна продовжувати. Не буває нічого ідеального. Розібравшись із внутрішньою проблемою, а в цій ситуації, проблемою «душі» України, ми вилікуємо і зовнішню структуру. Існує думка про таку собі рівність між добром і злом, що всього має бути порівну. А нехай в Україні добро бере верх над злом. Будуть створюватись добрі, чуттєві фільми, радіо- та телепередачі.

Я проти таких передач, які дають відповідь на всі питання. Тепер з легкістю можна звернутись до людини-парапсихолога, яка за двадцять хвилин видумає «твою селяві». І що найстрашніше, ти настільки захопишся сеансами, що перестанеш вірити в святе. Здається мені, що такі люди мають специфічне виправдання: «Нащо стояти в церкві дві години, коли за 100 євро можна причарувати кохану тобі людину?»

Ви запитуєте: «А, можливо, мені цікаво дивитися передачі про потойбічний світ? Чому я маю відмовлятися від них?» Безперечно, всі ми рано чи пізно приходимо до однієї точки, перетину мільйонів життів. Навіть великий творець Микола Васильович Гоголь, який писав демонічні твори, прийшов до тієї самої точки – до віри в Бога. А хтось скаже: «Я хочу спробувати все». А можливо справжнє життя в тому і полягає, щоби не піддавати себе спокусам? Варто тільки спробувати щось новеньке, як ти моментально захопишся і вже ніколи не побачиш виходу. Чомусь в голові відкладаються рядки з романсу: «А Бог молчит, за тяжкий грех, за то, что в Боге усомнились». Сумніви з'являються тільки тоді, коли процес здається довгим. Хочеться, як у казці, махнув паличкою і все є. Ми – дорослі діти, котрі не перестають ставити під сумнів себе та свою життєву позицію. Хочемо побачити себе з усіх сторін, а у відповідь отримуємо одне єдине розчарування. Я таки налаштована на те, аби ЗМІ уважо стежили за своїми творами, адже глядачі та читачі не роботи. Вони живі люди, які відчувають, слухають та роблять висновки. Ми, журналісти, маємо піклуватись про них. Якщо вже настільки всім все одно, треба замислитись і зрозуміти, що серед глядачів, або слухачів може бути ваш друг, або ваш родич, якого ви цінуєте.

«Паралельний світ» не єдиний витвір цього жанру. Кальковане українцями реаліті-шоу «Битва екстрасенсів», телепередачі «Не з'ясовано, але факт», «ІНФОШОК» – всі вони покликані відтворити потойбічний світ у реальності. Я єдине не можу зрозуміти, для чого? Чи мало в житті важливих питань, які й досі потребують розв'язання, допомоги, підтримки. Найлегше створити легенду про ворожку, яка подовжує ноги. Всім цей факт здається безглуздим, та вже на наступний день будуть обривати телефонні лінії із запитанням про ціну цього дива.

> Переконання живе і буде жити. Вплив на людську свідомість змінює все навколо неї. Можна і на чорне сказати біле. З часом ви повірите в те, що чорнота чорного подібна на білизну білого. Отже, можна вважати білий колір чорним. Усе залежить від того, як подадуть інформацію і як, насамперед, будуть сприймати її. Прошу пильнувати за тим, аби білий колір був білим, реальність була реальністю, а ми лишалися людьми, а не створіннями, які вірять у «фіолетове небо».
>
> **Юлія Савун**

Отже, під час навчання студентів важливо сформувати у них глибоке розуміння і переконання, що виробники розважальних програм покликані дотримуватися принципів компетентності, правдивості, видовищності, цікавості, незвичайності, гуманізму, національної і громадянської гідності, професійної етики і загальнолюдських норм моралі. Розважальні телерадіопрограми стають високотехнологічними, складнішими. Навчальним завданням в сучасних умовах антиукраїнської інформаційно-психологічної війни – поліпшення якості розважальних теле- і радіопрограм у контексті якнайповнішого використання національно-духовного виховного потенціалу, впливаючи одночасно на емоційну й раціональну морально-психологічну складову глядачів і слухачів, створювати потужну перепону вестернізації – процесу некритичного запозичення цінностей азійської російської та гірших зразків західної культури.

Московські прислужники, зросійщуючи українців, мають конкретний інтерес: менше української мови і культури, менше української пісні, менше суто українських за духом розважальних програм, менше національної сутності, патріотизму, а більше особливої форми російської свідомості та нігілізму щодо здійснення української ідеї державотворення. Професор Петро Кралюк з тривогою написав, що дійства «95-го кварталу», «Ліги сміху», «Розсміши коміка» доносять своїм глядачам ідеї, що «Українська держава – це несерйозно» [30]. На те, щоби Українська держава не була за своєю суттю українською, спрямована «більшість різноманітних розважальних шоу, які розраховані на масову аудиторію, вони не те, що не гребують мовою держави-агресора й окупанта, а навпаки, ніби хизуються нею. І своєю «принциповою» позицією також. Мовляв, ось вам законодавство, і ваша мова, і все те, що називається національною ідентичністю, врешті-решт – гордістю українського на-

роду» [38]. Надто багато телепрограм, а також FM-радіопередач не спрямовані на підвищення здатності українців до опору зовнішньому московському агресору та внутрішнім п'ятиколонникам і сепаратистам з колоди В. Медведчука – В. Рабіновича, а навпаки – сприяють проникненню зловорожого «русского міра» в усі українські культурологічні щілини. «Дурні серіали, декоративний гламур і «ржачки» теж несуть пропагандивне навантаження, справно працюють на уніфікацію, сиріч, дебілізацію аборигенного населення» [56].

В одній із передач Львівського радіо заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка Олександра Сербенська наголошувала, що «екранний гумор» спрямований на те, щоби показати, якою недолугою, смішною, «сєльской», суржиковою є українська мова. Сміються з мови – найсуттєвішої сутності нації, з українськості, національної гідності. У підсвідомості дітей, підлітків, які скупчуються коло телевізора закодовується відповідна інформація, прогнозуються відповідні соціальні дії. Наприклад, постійно нав'язується думка, що у товариствах, де збираються україномовні і русофони, усі мають переходити на російську мову (інакше ти просто будеш смішним), вухо постійно має бути наповнене звуками мови «панської», «культурної», «вищої», тобто російської.

Олександра Антонівна розповідала про цікаві, важливі психологічні моменти, пов'язані з екранним образом Вєрки Сердючки. По-перше, поруч з тими, хто розмовляє гарною російською літературною мовою, Вєрка виглядає недолугою. Зверніть увагу: чи багато з її співбесідників говорить українською? І не треба ніякої агітації. Ситуація сама підказує, куди глядачі (серед яких багато «окрадених», «зневажених», «людським презирством вкритих») повинні іти, щоб стати «культурними». По-друге, Данилко не випадково став жінкою, шаржуючи образ певної соціальної верстви нашого жіноцтва. А якій жінці подобається, коли з неї сміються? За схемою, яку вже для неї розробили, все передбачивши, вона ставатиме «культурною» російськомовною і своїх дітей такими виховуватиме. Психологічно вдосконалений тип Тарапуньки! Це тільки один з багатьох прикладів вправного володіння методом маніпулятивної пропаганди вищості російської культури та мови і дискредитації української – давня тактика асиміляторів, перевірена на багатому досвіді. У всі часи завойовники прагнули підкорити не тільки силою. Вони використовували і застосовують різні способи та методи, щоб завойовані народи «добровільно» відмовлялися від свого, щоб чуже органічно входило в їхнє єство, а своє ставало осоружним. Це вже вищий етап асиміляції – самоасиміляція.

На самоасиміляцію українців спрямовано чимало сучасних розважальних теле- і радіопрограм, що призводить до морально-психологічного роздвоєння свідомості у дітей, підлітків, юнацтва, молоді, бо вони не критично, а з так званого розуміння вихованості не заперечують, не лише повторюють, а й чинять за глибоко законспірованим, хибним принципом, мовляв, «какая разница на каком языке говорить...». Письменник Володимир Захарченко, виходячи з позиції національної безпеки України, наголошував: «Дуже «большая разница. Судьбоносная». На мові все зав'язується – і ви, російськомовні, це дуже й дуже «четко знаете». Доки буде українська мова – буде й національна українська пам'ять, й українська церква, й українська культура. Отже, буде Україна, будемо ми – українці українцями (*бо тільки з українською мовою ми є українці*). Згадаймо, доки славний наш полтавець І. Котляревський не «навчив» Енея і троянців української мови, не було в нас сучасної української літератури, була мертва церковнослов'янщина.

Отож не стане української мови, замінить її повністю на нашій землі ваша «*какая разница*», не стане й нас, українців, зникне Україна під «сапогом России», якій «без разницы» все українське в Україні вже сьогодні, та вже вчора, позавчора, «отродясь», кажучи по-вашому, по-російському, – з болем у серці роздумує В. Захарченко і звертається до кожного з нас, шановний читачу. – Українцю мій, українцю! Бійся отієї «*какая разница*», як вогню, як установки «Град», як «безпілотника» (кажучи сьогоднішньою мовою воєнного часу).

Запам'ятайте, «*какая разница*», перекладається на нашу українську мову – як «*смерть Україні*», бо «*какая разница*», – це психотропна зброя проти України, паралізує нашу національну волю, роззброює національну душу.

Українськомовмось, україномовмо і на службі, і вдома, і на вулиці діалогічно, масово. Саме тут наше спасіння! У кожній вимовленій вашими устами фразі, у кожному рідному слові звертання і відгуку [22, с. 61].

Володимир Захарченко не звертався до хорватів, але вони самі добре розуміли, що їхня мова – захисна зброя. Адже свого часу для сербів і хорватів навіть було штучно створено спільну сербо-хорватську літературну мову. Ці споріднені народи усвідомлювали свою окремішність. Хорвати, утворивши свою державу після розпаду Югославії, на латиницю навіть перейшли, перекрили усі канали загрозливого впливу сербської мови на свій інформаційний простір.

Якби чехи після їхньої германізації, литовці, латиші й естонці не зміцнили позиції своїх національних мов, вони не мали б своїх само-

стійних держав. Ізраїль було б важко збудувати, якби кожен емігрант розмовляв мовою країни свого колишнього проживання, яка, по суті, стала для нього рідною. Ізраїльтяни ж доклали величезних зусиль, щоб зробити своєю розмовною мовою іврит – мову священних текстів, яку в побуті не вживали, і саме ця мова виконала консолідуючу роль державної в Ізраїлі.

Національні збори і Сенат Франції 4 серпня 1994 р. ухвалили Закон № 94-665, який підписали Президент, Прем'єр-міністр і всі міністри країни. У ньому держава, створена одним з авангардних етносів сучасності, нагадує: «Французька мова як державна мова, згідно з Конституцією, є важливою складовою частиною самобутності і національного надбання Франції... Знання французької мови і двох інших входить до основної мети навчання». За порушення цього Закону передбачено штраф 9 тис. американських доларів або шість місяців ув'язнення. Ось як має утверджувати національну самобутність, національну освіту, державну мову народ у добу суспільних інтеграцій, «спільних просторів», спільних ринків, глобалізаційних процесів тощо, якщо він вважає себе цивілізованим. Французи нагадують давню, але невмирущу, націєтворчу істину: *щоб націю визнавали інші, їй потрібна розвинена самоповага*.

Прикро, але правди ніде діти, у багатьох українців ще належно не «розвинена самоповага». Національна самоповага, «українська національна гідність» також відсутня і у деякої частини журналістів, теле- і радіопередачі яких не сприяють розвиткові національної самоповаги у глядачів і слухачів. Вони працюють на теле- і радіоканалах, що належать олігархам – Ахметову, Коломойському, Пінчуку, Фірташу, а також олігархічному кумові Путіна – Медведчуку, для яких Україна – це лише територія для безмежного, безцеремонно-злочинного збагачення. Їхня мовно-культурна зацікавленість, якщо така є, далеко поза межами українських духовно-національних потреб. Така інформаційно-психологічна ситуація також впливає на тематику пізнавально-розважальних програм.

«А в чистом поле система «град», за нами Путин и Сталинград». Так звучить приспів однієї з найновіших пісень, яка заполонила російський ефір. На щастя, не вистачило цинічної зухвалості, щоби це «чудо» імперського мистецтва транслював телеканал «Інтер» 9 травня 2018, 2019, 2020 років під час російсько-совєтського концерту «Победа на всех одна». Організатори цієї телевізійної програми – помітної складової інформаційно-психологічної війни Російської Федерації проти України – викликали справедливе обурення мільйонів українських громадян. Адже ведучі промосковського за духом концерту Анастасія

Даугуле та Андрій Доманський, спекулюючи на почуттях учасників Другої світової війни та чистоті помислів дітей, онуків, правнуків тих, хто віддав життя у бойні, спричиненій тиранами Гітлером і Сталіним, цинічно паплюжили українських патріотів, які героїчно воювали проти нацистсько-німецьких і більшовицько-російських загарбників. І жодним словом не згадали про нинішніх зловісних російських ворогів, які анексували Автономну Республіку Крим, загарбали частину Донецької і Луганської областей. Не виявилося в Анастасії Даугуле та Андрія Доманського жодної краплини людської совісті, щоби поклонитися нинішнім найкращим синам і дочкам, які героїчно захищають соборність і незалежність Української Держави від новітніх російських агресорів. Натомість із жовчною піною на устах вони «вещали» проти права українців називати вулиці міст іменами патріотів України, наліплюючи на них тавро «фашистські злочинці».

Дуже важливу думку висловив американець українського походження Аскольд С. Лозинський з приводу коментування 50-ма членами Конгресу США української історії та героїв нашого народу – борців за свободу і незалежність України. «Якщо євреї, американські чи інші мають проблему з Бандерою, Шухевичем, ОУН та УПА або будь-яким іншим українським утворенням або лідером, я би скерував їх до найбільш визначної єврейської книги про Голокост – Рауля Гільберга «Знищення європейських євреїв» – або до мільйона сторінок документів Нюрнберзького трибуналу. Жодне не містить обвинувального висновку проти цих людей або утворень». Аскольд С. Лозинський слушно наголосив, що в період трагічного часу, коли українців знищували численні іноземні гнобителі, загинуло близько 20 мільйонів українців. Українці боронилися за допомогою формування підпільних та військових об'єднань Радянської Армії, Української Повстанської Армії та інших. Ні Степан Бандера, ні Роман Шухевич не був звинувачений у військових злочинах або злочинах проти людяності будь-якою компетентною юрисдикцією або трибуналом, окрім совєтських. Степана Бандеру запроторили у німецький концентраційний табір, два його брати були вбиті польськими шовіністами в концтаборі Освенцім. Роман Шухевич допомагав своїй дружині під час війни переховувати єврейську жінку, надаючи їй підробні документи. Про ці та багато-багато інших фактів справедливої національно-визвольної боротьби проти більшовицьких і нацистських загарбників потрібно добре знати працівникам де-юре українських телеканалів, окремі з яких, на жаль, виконують роль рупорів московської маніпулятивної пропаганди проти України.

До цілеспрямованої антиукраїнської пропаганди належать брудні ігрища із так званим «Безсмертним полком». Під цією символічною назвою про людей, які брали участь у Другій світовій війні чи загинули, і їхній подвиг безсмертний, нині цинічно приховують імперську ідеологію і практику «русского міра», очільники якого подають московську агресію за межами Російської Федерації як своєрідне продовження антифашистської боротьби під час Другої світової війни. Концепт «побєдобєсія» путінського розливу, на кшталт, «Мы победили – можем повторить!», «Дело дедов – наше дело», «Россия сильнее всех стран», «Сокрушим фашизм и сегодня!» схвалюють і підтримують в Україні п'ятиколонники, опоблоківці, ОПЗЖівці, вілкулці, шарійці та інші різношерстні промосковські блудники. Вони на проросійські заходи за традиціями комуністичного режиму «зганяють» школярів.

Масове залучення дітей до концерту «Победа на всех одна» є не лише провокацією; у цей та інші подібні «благородні» акти організатори закладають глибокий ідеологічно-психологічний сенс – формувати в українських дітей російсько-совєтські імперські аморальні цінності. Чому б Анастасії Даугуле та Андрієві Доманському не оприлюднити трагічну правду про те, що в Одесі 2 травня 2014 року, по суті, були військові дії? Екс-полковник МВС, а нині адвокат Руслан Сушко ще раз нагадав, що 9 травня 2014 року в Одесі путчисти планували провести парад перемоги Росії над Україною. На їхню думку, до цього часу заколот повинен був перемогти. А одеська міліція вичікувала, хто переможе, Росія чи Україна, і готувалася приєднатися до переможця. Філософ Ігор Лосєв наголосив, що національно свідомі одесити дали рішучу відсіч ворогові, щоби не повторився Крим і Донбас. «Події 2 травня 2014 р. – це перемога України, – підкреслив одеський журналіст Сергій Дібров. – Трагедією була б перемога кремлівських маріонеток». На щастя, вороги України програли.

Засилля в ефірі різних типів розважальних теле- і радіопрограм, в яких відсутній українськоцентричний сенс, призводить до індивідуальної і загальної непритомності, паралічу свідомості, втрати глядачами і слухачами здатності до опору агресивній антиукраїнській інформаційній навалі, що породжує логоневроз, імпламентує у світогляд українців російський зловісний менталітет. Бездуховний комерційний інтерес намагається будь-що витіснити з інформаційного простору України програми, які сприяють підвищенню інтелектуально-естетичного рівня суспільства. Працівникам теле- і радіоорганізацій, матеріали яких наповнені українською автентичною сутністю з глибоким національно-ду-

ховним осердям, доводиться витримувати гостру конкуренцію в умовах російської інформаційно-психологічної і військової агресії.

Директор ТРК «Перший Західний» Ольга Цап висловила дуже важливу думку, яка характеризує високий моральний, професійний, естетичний рівень творчої діяльності телерадіожурналістів: «Шок, сенсація, «блискавка» – це зовсім не наш формат. Ми не прагнемо стати профі у клікбейті! Придумати інтригуючий заголовок, спотворити зміст за допомогою слів «Терміново!», «Ви не повірите!» та інших звернень, змінюючи при цьому сенс інформаційного приводу... Ні, це – не журналістика і це – не наш вибір. Недомовки на межі з дезінформацією, картинка, яка контрастує з текстом, а сама новина відсилає до теорії змови – це інтригує, але це тимчасово. Наше ж завдання – бути постійним і вірним супутником. Нам нічого вигадувати не треба, ми просто будемо чесними – цим, на жаль, зараз можна більше здивувати» [57, с. 135–136].

Отже, дотримуючись принципів утворення розважальних теле- і радіопрограм, їхні автори покликані враховувати особливості історії України, яку впродовж століть зросійщували, полонізували, мадяризували і румунізували, формували в українців почуття бездержавності, малоросійства, меншовартості, ущербності і рабської покори. В сучасних умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України функція розважальних теле- і радіопрограм має бути спрямована на формування української національної ідентичності, патріотичних переконань у боротьбі з російським агресором за соборну, незалежну, демократичну, соціальну, правову українську Україну.

3.8. Функція інтеграції

Інтеграція (від лат. integratio – поповнення, відновлення). Об'єднання в ціле будь-яких окремих частин [50, с. 286–287]. Професор О. Гоян слушно зазначає, що «функція інтеграції сприяє підтриманню життєдіяльності та цілеспрямованості функціонування суспільства, його входженню у світовий інформаційний простір» [10, с. 9]. Шведський парламент – Риксдаг – прийняв ухвалу про роль і завдання ЗМІ в сучасному світі, у якій серед інших функцій названо зв'язуючу. Інтегруюча і зв'язуюча функції ЗМІ за своєю суттю відіграють одну й ту ж важливу соціальну роль.

Зміст інтегруючої функції телебачення і радіомовлення, як і всіх ЗМІ (ми користуємося цим терміном), характеризується в Україні досить суттєвими особливостями, пов'язаними з дуже складним історичним розвитком нації, довготривалою антиукраїнською інформаційно-психологічною війною, яка в сучасних умовах переросла у військову агресію Російської Федерації, спрямованої на знищення відновленої незалежності України. На жаль, чимало громадян не лише в Україні, а й в європейських країнах досі не усвідомили, що «політика Росії стосовно України диктується московськими імперіалістичними інтересами і тенденціями, які є в прямому конфлікті з будь-якими незалежницькими прагненнями українського народу, – зазначав відомий публіцист Михайло Сосновський. – Україна стоїть перешкодою на шляху російського імперіалізму, і тому вона має бути знищена як самостійна одиниця, причому всі засоби, які ведуть до такої мети, для Москви добрі й сприятливі» [51, с. 317].

Чимало уже написано, що фальшива, отруйна версія «общерусского народа», «единого корня трех братских славянских народов», «малорусской ветви Великороссии», «общерусского языка», як і московський ненеославізм одурюють, зачумлюють, вигублюють українство [33, с. 96]. Особливо кривавим було 20-те століття за комуністичного режиму, коли московські інквізитори разом з доморощеними активними «будівниками світлого майбутнього» розгромили, вбили, розстріляли українську національну еліту, голодоморами вигубили українські села, заселили туди сотні тисяч чужинців, для яких все українське осоружне. Мільйонам українців було «ампутовано душі» (М. Слабошпицький). Морально-психологічні наслідки кривавих більшовицьких злочинів нині є однією з головних перепон, перешкод у розбудові української України.

Щоби оживити «закам'янілу свідомість» (Є. Сверстюк), телебачення і радіомовлення мають допомагати громадянам України «дбати не лише про створення, але й про відтворення, не лише про запозичення, але й про перенавчання, не тільки про рух уперед, але і про рух до першоджерел, багато яких занапащені, а то й забуті..., не тільки про засвоєння нового, але й про ретельне оволодіння минулим і занедбаним наявним» [9, с. 127].

Такий тематично-змістовий контент телевізійних і радіопередач «Історична правда» з Вахтангом Кіпіані, «Розсекречена історія», «Машина часу», цикл лекцій Віталія Портникова «Четверта влада: вплив, виклики, відповідальність», документальних відеоматеріалів про козаччину, січових стрільців, національно-визвольну боротьбу українців у 20 роках минулого століття, телевізійних фільмів Василя Глинчака про героїзм

і трагізм Української Повстанської Армії, авторських радіопрограм Володимира Качкана «Українське народознавство в іменах», Михайла Слабошпицького на радіо «UA Культура», «20 хвилин з Володимиром Яворівським» та ін. У цих та деяких інших передачах на телеканалах «Еспресо», «5-й», «Прямий», «24-й», «2 + 2» панує чесне, безальтернативне обговорення складного, неоднозначного українського історичного процесу, гірких помилок і обнадійливих успіхів стосовно найвищого ідеологічного принципу національного державотворення.

Опосередковане і безпосереднє спілкування («прямі ефіри») по телебаченню і радіо, обмін соціально важливою інформацією, поглядами і судженнями про історичні факти, події, явища, видатних особистостей сприяє розширенню гуманістичного світогляду, пізнанню про насильницьке відчуження українців від національних джерел одухотворення, інтелектуальному збагаченню і, як наслідок, розвитку здорових міжособистісних стосунків, позитивно впливає на «реставрацію українського характеру, українського національного життя» (Л. Івшина). Однак все ширшого розголосу набуває думка не лише серед різного штибу політиків, громадських діячів, «слуг» не українського народу та журналістів – прислужників олігархам-чужинцям, а й серед науковців, яку висловив Г. Почепцов так: «Через часті зміни політичних режимів ми в Україні живемо тільки тим, що постійно оглядаємося назад, в минуле. Для нас воно набагато важливіше за сьогоднішнє, не кажучи вже про завтрашнє. А для розвинутих країн краще дивитися в майбутнє, а не в минуле. Тому ми і вони – два абсолютно різних світи» [48].

Погоджуючись з професором Георгієм Почепцовим, що «краще дивитися в майбутнє», наголошуємо: без правдивого, всебічного, глибокого аналізу та осмислення історичного минулого України в європейському і світовому контекстах ми не окреслимо, не створимо міцного інтелектуально-духовного фундаменту для реалізації національної ідеї державотворення на споконвічних етнічних українських землях. Заклики, що треба «зшивати Україну», зв'язати, об'єднати два береги Дніпра залишаться пустим звуком, якщо не виробимо єдиної духовно-осяйної візії на чистих національно-громадянських засадах. Бо хаос думок і хибне уявлення про себе, своїх знайомих, свою власну країну, які ще побутують й нині в суспільстві, руйнують дорогу до злагоди, суспільної інтеграції. Щоби українці всіх регіонів, біографій, доль порозумілися, то треба прийти до пам'яті, до колективної пам'яті, до історичної пам'яті, спільної національної пам'яті.

Серед різних навчальних і виховних інституцій (сім'я, дитячий садок, школа, коледж, вищий навчальний заклад, церква тощо) особливо важливими візуальними і вербальними засобами володіють телебачення,

радіомовлення, соціальні мережі, щоби дійти до серця і розуму кожного українця, «зняти тисячам і тисячам людей полуду з очей, очистити їхні думки від брехні, неправди, яка насильницьки закривала очі, затуляла вуха найперше молодим людям, аби зростали в незнанні, в омані й стали врешті-решт безбатченками, жителями хіба-що з українськими прізвищами і бездомним «насєлєнієм», отакими собі обертасами, що в руках політиків-привладників завтра-позавтра стануть ким хочем, хай і «моголами» [46, с. 3].

Телебачення і радіомовлення, як і всі ЗМІ, соціальні мережі мають говорити глядачам, слухачам і читачам правду, бо хто не знає свого минулого, той не вартий майбутнього, хто не відає про славу своїх предків, той сам не вартий пошани (М. Рильський). У період нинішньої гібридної війни Російської Федерації найголовнішим покликанням журналістів – наближати дітей, підлітків, юнацтво, молодь, усіх громадян України до історичної істини. Тому не треба боятися професійно «оглядатися назад, в минуле» і водночас конструювати у свідомості українців національно-духовне, матеріально багате майбутнє. Сучасні інформаційні технології навстіж відкривають вікна, щоби цікаво, всебічно, ґрунтовно комунікувати з минулим і переконливо творити сучасну Українську національну державу, етнічне коріння якої (уже достеменно відомо) сягає у 838 рік а може й далі, коли давньоукраїнська держава Русь уже була відома в європейському і арабському світі. Про це свідчать новітні дослідження вчених Львівського національного університету імені Івана Франка – професора Ігоря Бойка і доцента Ольги Щодри. Залучивши зарубіжні джерела (візантійські, арабські та західноєвропейські), вони доказали, що під «Руською землею або Руссю» (давньоукраїнською державою) розуміли територію Середнього Подніпров'я, визначену містами Київ–Чернігів–Переяслав (землі полян, деревлян, сіверян). Тільки до цих земель і міст вживали термін «Русь». Ні Новгородська земля, ні Суздальська (як і решта приєднаних до Києва земель), Руссю не були. У першому Новгородському літописі можна прочитати про поїздки новгородців «у Русь» (тобто в Київ, Чернігів або Переяслав). Так само «в Русь» їздили із Ростова, Суздаля.

На 838 рік уже повноцінно існувала високорозвинута, як для того часу, рання українська держава Русь–Україна. Роси, русини, українці – це історичні етноніми одного народу, мовою якого є українська, яка відома ще з VII ст. Треба знати, що не було однієї давньоруської мови, як це нав'язували й нав'язують маніпулятори загальноросійської єдності. Справжніми спадкоємцями Русі, Київської Русі стала Галицько-Волинська Русь, а не протомосковське Владимиро-Суздальське князівство.

Коли укладали мілітарну угоду між Українською гетьманською державою і Московським царством 1654 р., Україна була цілком незалежною державою. Вона фактично володіла всіма тими ознаками, що загалом характеризують державу: територія, яку охоплювала державна організація; людність, яка не визнавала за собою іншої влади, крім влади свого гетьмана; гетьманський уряд, що здійснював владу на території України; збройні сили – козацьке військо; самостійні міжнародні відносини. Повсюдною потребою були церкви, школи, шпиталі. Ними опікувалися як окремі меценати, так і громадянство. Функціонували друкарні, де видавали не тільки духовні твори, а й навчальні посібники, наукові трактати, суто літературні й публіцистичні твори. Свобода слова була невід'ємним правом людини – як право на життя.

У Московському царстві у той час панували обскурантні погляди та зловорожа пиха: усе, несхоже з московськими звичаями, сприймалося як єретицтво й зрада православію, вважалося, що чужоземці наче й не люди, а якісь нечестиві істоти, з якими в піст і розмовляти не личить. «Тишайший» цар Олексій Михайлович вимагав од українців у своєму маніфесті «прежде нашего пришествия разделение с поляками сотворите как верою, так и чином; хохлы, которые у вас на головах, постригите».

За цією, на перший погляд, комічною претензією, почались брутальні порушення царськими чиновниками Переяславської угоди. Коли ж гетьман Іван Виговський став на захист вольностей українського народу, московський цар проголосив гетьмана зрадником. Український уряд в жовтні 1658 року відповів маніфестом латинською мовою, що був адресований усім урядам Європи. Гетьман Виговський пояснював причини, які спонукали Козацьку республіку вийти з-під облудної царської московської опіки. Адже «... цар не виправдав надій України, не давав їй допомоги проти ворогів, умовлявся з Польщею про поневолення козаків, наказав ставити фортецю в Києві, щоб держати нарід у ярмі; царські воєводи відмовляли пошани гетьманові, підтримували бунти, нищили край, фальшиво повідомляли царя про події в Україні. Та зрада підступної Москви видна у всьому: вона готує нам ярмо, насамперед внутрішньою війною, тобто нашою власною зброєю та без нашої вини. Все те ми виявили задля нашої невинності, а тепер вимушені підняти законну оборону та вдатися до сусідів з проханням по допомогу для своєї свободи. Не в нас лежать причини війни, що розгорілася...».

Надзвичайно актуальні ці слова й нині, адже не Україна порушила мир, так звану «братню любов», а Московія веде неоголошену війну проти України. Маніпулятивна інформаційно-психологічна пропаганда російських ЗМІ заполонила не лише Україну, а також Європу та й увесь світ.

Усі зусилля Іван Виговський з першого дня гетьманування спрямовував на утвердження самостійної України в колі приязних сусідів. Маніфест 1658 р. дає зрозуміти, що гетьман Іван Виговський був мудрим політиком, патріотом України, усвідомлював зловорожість Московії, режим якої виявив неймовірну жорстокість. Царський воєвода Баратинський влаштував лови на прихильників гетьмана. На шляхах до Києва поставив три тисячі шибениць. «Князь Баратинський, вирізавши на Вкраїні коло п'ятнадцяти тисяч душ українського населення, питався Московського царя дозволити йому «высечь и выжечь» всіх українців на 150 верст коло Києва…».

Упродовж кількох років царські опричники винищили майже усіх соратників Богдана Хмельницького. Знищено всю численну родину гетьмана Виговського. Гетьманського канцлера Немирича, тоді найосвіченішу людину у Східній Європі, забили його селяни, яких підбурили проти нього московські агенти. Навіть на цьому одному прикладі можна простежити особливу прикмету російського геополітичного месіанізму, який кривавими метастазами охопив нині Кавказ, Молдову, Сирію, Україну, пронизує Європу, Америку, а очільники цих країн, наче зачаровані, не розуміють, що московський месіанізм: це – вміліть зняти поневоленому народові голову так, щоб він цілував катові руку і дякував за визволення.

Тільки архіви і хроніка зберегли подробиці варварських мук, які вигадувала садистська уява Петра I під час війни зі шведами і козаками гетьмана Мазепи. У 1754 р. у французьких дипломатичних архівах знайдено «політичний тестамент» Петра I, у якому він заповідав: при кожній нагоді встрявати у справи європейських держав, особливо ж Німеччини; розділити Польщу, піддержуючи в ній внутрішні заколоти та постійні сварки; безупинно розширяти державні межі вздовж Балтики на Північ, а вздовж Чорного моря – на Південь; наблизитися, як тільки можна, до Царгороду й до Індії. Хто там запанує, той стане дійсним володарем світу; коли Швеція буде розібрана, Персія переможена, Польща підбита, Туреччина завойована, Чорне й Балтійське моря під охороною наших кораблів, от тоді треба дуже потаємно запропонувати кожному зокрема, насамперед урядові версальському, а потім урядові віденському, поділити з ним владу над світом. Як один із них прийме пропозицію, що станеться з певністю, коли підлестити їхні амбіції й самолюбство, тоді використати його на те, щоби знищити другого; в той же час два сильних флоти вирушають – один з Архангельського порту, а другий з Азовського моря. Посуваючись Середземним морем і океаном ті сили заллють Францію з одного боку, Німеччину – з другого.

А як ті дві країни будуть переможені, то решта Європи піде під ярмо легко і без супротиву; держати російський нарід у стані безперервної війни, відпочинок військовим давати лише для того, щоби поліпшити державні фінанси, скріпити армію і вибрати вигідну хвилю для нападу [34, с. 45–47].

Найсвіжіший приклад: 2014 рік, Путін – вірний продовжувач імперської політики Петра І, Катерини ІІ, всіх царів, а також Леніна, Сталіна, Хрущова, Брежнєва та інших комуністичних вождів – вибрав вигідну суспільно-політичну ситуацію і віроломно напав на Україну. Анексував Автономну Республіку Крим, загарбав частину Донбасу. Імперську, антиукраїнську агресивну позицію Путіна також яскраво було видно 9 грудня 2019 р. під час переговорів у Парижі лідерів нормандської четвірки. Фарисейськості, аморальності Путіна не було меж.

Дуже доречно для характеристики долі українців після Богдана Хмельницького, Івана Виговського та в інші часи процитувати Тараса Шевченка, який у поемі «Кавказ» писав, що «довелось запить з московської чаші московську отруту». Катерина ІІ підступно зруйнувала Запорізьку Січ, робила все для того, щоб «век и имя гетманов изчезло, не токмо б персона какая была произведена в оное достоинство».

Радянська історіографія завжди подавала Переяславський акт як благо для України, як поштовх до її економічного й культурного розквіту. Михайло Брайчевський переконливо показав, що ті події з 1654 року висвітлювалися у царській Росії, пізніше – в Радянському Союзі неправильно та тенденційно. «Виходило, що протягом багатьох століть український народ боровся головним чином ... проти власної національної незалежності. Що незалежне існування було величезним злом для нашого народу. І що, отже, всі ті, хто кликав його на боротьбу за національну незалежність, були ... найлютішими ворогами українського народу. Всі конкретні явища в історії України – події, тенденції, діяльність окремих осіб і самі ці особи – все оцінювалося з їхньої позиції щодо Росії. Якщо хтось обстоював ідею «возз'єднання» – здобував позитивну оцінку, незалежно від усіх інших умов; той же, хто брав цю ідею під сумнів або (боронь Боже!) брав участь у визвольній антиросійській, антицарській боротьбі, – одержував ярлик «мерзенного зрадника», «ворожого ставленика» і «найлютішого ворога».

В «Історії Української РСР» (т, 1), яка вийшла у світ 1953 р., найвизначніших діячів української історії від середини XVII ст. до початку XVIII ст. оцінювали так: Іван Виговський – «підлий зрадник»; Юрій Хмельницький – «нікчемність, маріонетка в руках пропольської групи української феодальної знаті», а до того ж «турецький ставленик

і людина, яка зрадила інтереси народу»; Павло Тетеря – «ставленик і слухняний агент польських панів»; Іван Брюховецький – «демагог», а за іншими відомостями – «зрадник»; Петро Дорошенко – «турецький ставленик», «зрадник», який прагнув «віддати Україну в рабство одвічним ворогам українського народу – султанській Туреччині і Кримському ханству»; Григорій Лісницький і Юрій Немирич – «намагалися відірвати Україну від Росії і відновити польсько-шляхетське панування»; Кость Гордієнко – «зрадник» і «демагог»; Іван Мазепа – «підлий зрадник, що продав Україну іноземним поневолювачам», який «зобов'язався перетворити Лівобережну Україну в провінцію польсько-шляхетської держави», який «допомагав шведам розоряти і грабувати українські землі»; «ненависний українському народу прихильник шляхетської Польщі» і т. д.; Пилип Орлик та інші мазепинці – «зрадники, агенти шляхетської Польщі і шведського короля».

Цей список можна продовжувати. «Серед названих були особи дуже різні за масштабом та характером своєї діяльності – і справді видатні діячі, як, наприклад, Петро Дорошенко, і нікчеми, подібні до Брюховецького або Хмельниченка. Різними були їхні програми і прагнення, – зазначав М. Брайчевський. – Однак у спільну компанію вони потрапили за однією ознакою: всі вони рано чи пізно змушені були виступити проти Росії». Саме це було основою для промосковських істориків у виборі дефініцій щодо українських діячів.

Події національно-визвольної війни українського народу пішли таким шляхом, що довели Богдана Хмельницького у 1654 р. до союзу з Московією у Переяславській угоді. Велику роль в цьому відіграла ідеалістична надія на єдиновірство Православної України з Православною Московщиною, сподівання на безкорисливу підтримку сильного єдиновірця слабшому, що знемагав у постійних війнах з католицькою Польщею та іновірними турками і татарами. Але, як виявилося, це була фатальна помилка для України та її Православної Церкви.

Московські патріархи вдавалися до найрізноманітніших способів, щоби підпорядкувати собі Українську Православну Церкву, яка мужньо відстоювала свою незалежність. Кульмінаційний момент переслідування Української Православної Церкви припав на 1685 рік, коли Московський патріарх, пославшись на псевдостаттю Переяславської угоди про підпорядкованість митрополита Київського патріархові Московському, без згоди Царгорода призначив митрополитом Київського єпископа Гедеона Святополка-Четвертинського. Це означало фактичне підпорядкування Київської митрополії Москві всупереч канонічній забороні втручання у справи іншої церковної сфери. Нововисвяченому

митрополитові дали титул «Митрополит Киевский, Галицкий и Малыя России». Особливо важким ударом по Українській церкві треба вважати те, що Київська митрополія була переведена до Москви. Віра українців у свого єдинокровного православного царя відіграла лиху роль: жодна військова сила не змогла б позбавити свободи український народ, але єдина з московитами віра дуже багато в цьому допомогла.

Фатального 1686 р. Константинопольський патріарх Діонісій, перебуваючи у сильній матеріальній скруті, за надану московським царем фінансову допомогу, зрікся зверхності над Київською митрополією, буквально продав Українську Церкву-доньку Московському Патріархові «за три сорока соболів і двісті червоних». Неканонічність цього акту визнав уже наступного року собор Константинопольської церкви, який покарав патріарха Діонісія позбавленням патріаршої влади. Однак *результатом ганебної оборудки стало перейменування Московської церкви у Руську та, відповідно, початок відліку її історії від часів Хрещення Русі. Для Української Православної Церкви скінчилась тоді 700-річна незалежність в юрисдикції Царгорода*.

З 1686 р. Українська Православна Церква майже 300 років «пролежала в російській домовині» (В. Липківський). Замість «пастухів», які б дбали про своє «стадо», які були б невтомними працівниками на ниві духовної освіти ввірених їм Богом душ, на Україну після «присоединения» почалася навала справжніх гнобителів і визискувачів у рясах і ризах, які відразу почали ганьбити місцеві християнські звичаї, називати все українське у православній церкві «богопротивним», «не благословенним», нібито зараженим «латинською єрессю». Із церковного ужитку витісняли українську мову; забороняли використовувати книжки київського та львівського друку; цькували українське іконне малярство; «святєйшій» Санкт-Петербурський Синод, який очолювали цинічні світські обер-прокурори, наклав заборону на українську храмову архітектуру.

Оскільки головним інтелектуально-науковим осередком українського православ'я був Київ, зокрема Києво-Печерська лавра, то Петро I саме сюди спрямував черговий «обрусительный» удар. Він формулює концепцію, що «москвитяне были и в козацкой земле». Відповідно до цієї концепції Петро I засилає під виглядом монахів своїх агентів, які наприкінці квітня 1718 р. підпалили лавру, подбавши про те, щоб спалити її «древлехранилище», тобто архів, де зберігалися українські літописи, акти ще з княжої доби. В Україну був організований справжній похід російського духовенства, якому роздавалися кращі церковні посади і яке фактично своїми доносами в центр імперії провокувало подальші кроки російщення українського православ'я.

Морально-духовне прагнення і боротьба українців за відновлення незалежності православної церкви від зловорожої Москви увінчалася геополітичною подією тисячоліття. 15 грудня 2018 р. відбувся Об'єднавчий Собор представників УПЦ Київського Патріархату, УАПЦ та групи Єпископів УПЦ Московського Патріархату, які заснували об'єднану Православну Церкву України. 5 січня 2019 р. у храмі Св. Георгія на Фанарі Вселенський Патріарх Варфоломій підписав Патріарший і Синодальний Томос про надання канонічно Автокефального церковного устрою Православній Церкві України. 6 січня 2019 р. тут же Варфоломій, милістю Божою Архієпископ Константинополя, Нового Риму і Вселенський Патріарх під час співслужіння святої Божественної Літургії вручив Томос Блаженнішому Митрополиту Київському і Всієї України Епіфанію. Помісна канонічно автокефальна Православна Церква України стала визначальним фокусом консолідації українського народу й еліти, утвердження національної незалежності, розвитку духовної соборності української України.

На превеликий жаль, досить багато українців ще не розуміє, що Українська Православна Церква Московського патріархату – це філія Московської (Російської) Православної Церкви (вона існує тільки з 1589 р.), яка є одвічним ворогом української духовності та незалежності. Блюзнірську позицію нині займає патріарх Московської Православної Церкви Кирил, який називає українців братами і водночас благословляє російських загарбників на війну проти України. Йому услужливо підспівує очільник УПЦ МП Онуфрій. Він разом зі своїми батюшками не засудили московську агресією, зігнорували вимогами карантину під час пандемії, наражаючи українців – вірних церкві – на захворювання від коронавірусу.

Цей логічно обумовлений фрагментарний екскурс в історичне минуле, з яким тісно пов'язане сучасне і сутнісно залежить від нього та окреслює шлях у майбутнє України дає підстави стверджувати, що без інтелектуальної інформації немає розвитку, прогресу, правдива інформація – синонім життя. Роздумуючи над особливостями комунікації, канадський філософ і публіцист Г. М. Маклюен звернув увагу на те, що спосіб передачі інформації не є суто технічним прийомом, а визначає зміст комунікаційних відносин.

Стосовно інтегруючої функції телебачення і радіомовлення в Україні, то насамперед мовиться про тематично-змістову наповненість передач, бо вона є своєрідним узагальненням інших функцій, характеризує універсальність впливу на свідомість і поведінку людей. Саме в сучасних українських суспільно-політичних реаліях у зіставленні із ситуаціями

у цивілізованих, демократичних країнах інтегруюча функція надзвичайно важлива.

Адже українці зазнають подвійного експансивного тиску: від зовнішніх ворогів, передусім – російських і внутрішньої п'ятої колони. Ліна Костенко висловила гірку правду: «Я ніколи не дозволяла собі думати, що в Україні є п'ята колона. Але ж вона вже йде потопом по моїй душі! Раніше ж принаймні ненависть до українців хоч якось камуфлювалася, а тепер тебе просто готові знищити: «Хотєлі свою нєзалєжность? Вот вам!» Виїли Україну зсередини, як лисиця бік у спартанця, ще й дивуються – чого ж вона така скособочена? Чого кульгає у Європу, тримаючись за скривавлений бік? Всю обгризують, як піраньї, і сипонуть врозтіч. Від України залишається тільки скелет» [29].

Таким «скелетом», знеособленим суспільством з «вимкнутою національною свідомістю» легко управляти за допомогою маніпулятивної пропаганди через найновіші комунікаційні системи (інстаграми, твітери, популістські відеозвернення, блоги, фейсбук тощо). Щоби відродити розірваний московськими колонізаторами зв'язок українських поколінь, спадкоємність і цілісність історичного процесу, телебачення і радіомовлення, як і всі ЗМІ, соціальні мережі мають давати дорогоцінну інтелектуально-моральну поживу з питань історіософії, геополітики, економіки, культури, розуміння, що українська мова – феномен незнищенності нації. Отже, визначальною, універсальною функцією телебачення і радіомовлення є творення в Україні національно одухотвореного життєвого середовища.

Запитання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте поняття «принцип».
2. На яких засадах формуються принципи?
3. Якими принципами під час своєї діяльності має керуватися журналіст?
4. Назвіть документи, у яких проголошено принципи журналістської творчості.
5. Які особливості дотримання принципів журналістської діяльності під час гібридної війни Російської Федерації проти України?

6. Охарактеризуйте сутність принципу «український націоцентризм».
7. На яких засадах треба розглядати модель захисту і розбудови соборної української України?
8. Що є основою функцій телевізійної і радіожурналістики?
9. Чому функції телебачення і радіомовлення мають історичний характер?
10. Як функції телебачення і радіомовлення пов'язані з принципами діяльності засобів масової інформації?
11. Чому функція інформування відіграє вирішальну роль у творенні людських спільнот?
12. Окресліть вимоги до інформаційних теле- і радіоповідомлень.
13. Чому теле- і радіоінформацію потрібно розглядати як духовно-інтелектуальну національну вартість?
14. Яке призначення пропагандистсько-просвітницької функції телебачення і радіомовлення в Україні?
15. Назвіть змістове наповнення антиукраїнської маніпулятивної пропаганди.
16. Чому в нинішніх умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України агітаційно-організаторська функція електронних ЗМІ набуває особливого значення?
17. Яка специфіка педагогічно-виховної функції телебачення і радіомовлення в умовах наступу на українське суспільство «русского мира»?
18. Охарактеризуйте поняття «індивідуальна і громадська думка».
19. У який спосіб телебачення і радіомовлення сприяють формуванню індивідуальної і громадської думки?
20. Яка сутність духовно-моральної вимоги до етичної функції телебачення і радіомовлення?
21. Яких принципів повинні дотримуватись виробники розважальних телевізійних і радіопрограм?
22. Окресліть взаємозв'язок і взаємозалежність розважальної та естетичної функцій телебачення і радіомовлення.
23. Чому інтегруюча функція телебачення і радіомовлення в Україні має виняткове значення?
24. Чому інтегруючу функцію вважають своєрідним узагальненням інших функцій телебачення і радіомовлення?

Завдання для самостійної роботи

Подивитися і послухати низку телевізійних- і радіопередач, проаналізувати їх на предмет дотримання принципів і функцій у контексті нинішніх складних суспільно-політичних ситуації в Україні, інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації.

Підготувати огляди телевізійних- і радіопередач, у яких окреслити зв'язок принципів і функцій телебачення і радіомовлення, схарактеризувати їхній історичний характер, розкрити особливості вираження політико-ідеологічних, соціально-економічних, духовно-культурологічних процесів в Україні.

Література

1. Андрущенко В. Пісенна культура українського народу / В. Андрущенко // Українська літературна газета. – 2020. – 14 лют.
2. Блюм Р. Журналістика у демократичному суспільстві: свобода преси, функції преси / Р. Блюм // Роль мас-медіа у плюралістичному суспільстві: Матеріали міжнародної конференції. – К., 1996. – С. 15–17.
3. Бондар Ю. В. Інформаційний простір: загрози національній безпеці. Відкритий лист Президенту В. Зеленському / Ю. В. Бондар, Л. П. Мужук та ін. // Літературна Україна. – 2020. – 29 лют.
4. Бочковський О. І. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) ; за ред. К. Костева й Г. Комаринського / О. І. Бочковський, С. Сірополко. – Мюнхен, 1993. – 204 с.
5. Вишневський О. Сучасне українське виховання. Педагогічні нариси / О. Вишневський. – Львів : Львівський обл. наук.-метод. ін-т освіти : Львівське обл. пед. т-во ім. Г. Ващенка, 1996. – 238 с.
6. Вовканич С. Духовно-інтелектуальний потенціал України та національна ідея / С. Вовканич. – Львів : Видавництво ЛБА, 2001. – 540 с.
7. Вовканич С. Ідея, що змінить Україну. Лише корінний народ має ексклюзивне право будувати національну державу / С. Вовканич // Україна молода. – 2019. – 16–17 серпня.
8. Голованова Н. Служити суспільству правдою / Н. Голованова // Журналіст України. – 2013. – № 11. – С. 15–19.
9. Гончаренко М. Життєвість національного / М. Гончаренко // Сучасність. – 1993. – № 2. – С. 116–127.

10. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіо менеджменту : підручник. – 2–ге вид., допов. / О. Я. Гоян. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
11. Дворянин П., Лизанчук В. Новини на регіональному телебаченні: навчальний посібник / П. Дворянин, В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. – 262 с.
12. Дейнегіна Т. О. Майстерність телеведучого: вступ до спеціальності : навч. посіб. / Т. О. Дейнегіна. – Луганськ : Вірт. реальність, 2010. – 332 с.
13. Дзюба І. Інтернаціоналізм чи русифікація? – Мюнхен : Сучасність, 1968. – 264 с.
14. Дзюба І. Потрібен міжнародний журналістський осуд / І. Дзюба // День. – 2014. – 15 лип.
15. Дзюба І. Україна перед Сфінксом майбутнього. – К. : «КМ Академія», 2001. – 35 с.
16. Доценко Е. Психология манипулирования: феномены, механизмы и защита / Е. Доценко. – М. : МГУ, 1996. – 344 с.
17. Журналістика: словник-довідник / автор-укладач І. Л. Михайлин. – К. : Академвидав, 2013. – 320 с.
18. Журналістська етика: вибрані документи та матеріали / Уклад. та відпов. за випуск А. Болкун. – Львів, 2013. – 31 с.
19. Загороднюк В. Є. Становлення соціально-комунікаційної технології «ед'ютейнмент» та перспективи її впровадження на українському телебаченні : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.06 «Прикладні соціально-комунікаційні технології» / В. Є. Загороднюк. – К., 2015. – 17 с.
20. Закон України «Про інформацію» / Українське законодавство: Засоби масової інформації. – К., 2004. – С. 61–82.
21. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» / Українське законодавство: Засоби масової інформації. – К., 2004. – С. 100–127.
22. Захарченко В. Чуєте, нене!.. Йдемо! / В. Захарченко // Дзвін. – 2016. – № 5. – С. 14–93.
23. Здоровега В. Вступ до журналістики : тексти лекцій / В. Здоровега. – Львів, 1994. – 80 с.
24. Івшина Л. Євген Головаха: «Все зміниться, коли навчимося бачити альтернативу» / Л. Івшина, Н. Ромашова, О. Яхно // День. – 2009. – 4 листоп.
25. Іщенко Н. «Інфодемія» та як з нею боротися / Н. Іщенко // День. – 2020. – 28–29 лют.
26. Камінський А. Динаміка визвольної боротьби / А. Камінський. – Мюнхен, 1973. – 237 с.
27. Когенс В. Політика, пропаганда, преса і публіцистика / В. Когенс // ЛНВ. – 1929. – Т. 99. – Кн. 5.
28. Комова М. В. Жанрові особливості використання фактологічного принципу подання інформації в ЗМК / М. В. Комова // Світ соціальних комунікацій: науковий журнал / Київ. міжнарод. ун-т., Дон. нац. ун-т. – Т.1.– К., 2011. – С. 141–143.

29. Костенко Л. Про п'яту колону / Ліна Костенко // Літературна Україна. – 2020. – 28 берез.
30. Кралюк П. «95 квартал: модель України без українців» / П. Кралюк // Українське Слово. – 2015. – 16–22 груд.
31. Крупський І. Безпекові імперативи інформаційного простору України / І. Крупський // Телевізійна й радіожурналістика. – 2007. – Вип. 7. – С. 189–198.
32. Курєнной В. Медіа: засоби у пошуках цілей [Електронний ресурс] / В. Курєнной // Ї. – 2004. – N 32. – Режим доступу: http://www.ji.lviv.ua
33. Лизанчук В. В. Завжди пам'ятай: Ти – Українець! / В. В. Лизанчук. – 2-ге доповн. вид. – Львів : Мальва, 2001. – 680 с.
34. Лизанчук В. В. Навічно кайдани кували: Факти, документи, коментарі про русифікацію в Україні / В. В. Лизанчук. – Львів : Ін-т народознавства НАН України, 1995. – 415 с.
35. Лизанчук В. В. Духовно-інтелектуальний світ Олександри Сербенської / В. В. Лизанчук // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2019. – Вип. 18. – С. 15–48.
36. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.
37. Лизанчук В. В. Так! Я – Українець! Вибрані публікації / В. В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 800 с.
38. Листопад О. Якою мовою говорить телевізор? / О. Листопад // Урядовий кур'єр. – 2017. – 30 груд.
39. Лосєв І. Українці у XXI столітті: новітня бездержавність? / І. Лосєв // День. – 2010. – 19–20 берез.
40. Маргуліс Д. В. О. Сухомлинський: «За будь-яких обставин я буду стояти прямо» / Д. Маргуліс // Літературна Україна. – 1988. – 3 листоп.
41. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: Вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. Харків : Прапор, 2008, 512 с.
42. Мономах Володимир. Поучення / В. Мономах. – Львів : Вид-во «Фенікс», 2001. – 37 с.
43. Москаленко А. З. Вступ до журналістики : підручник / А. З. Москаленко. – К. : Школяр, 1997. – 300 с.
44. Пахльовська О. Яку Росію я люблю? / О. Пахльовська // День. – 2009. – 27 берез.
45. Плахонін А. «Сім п'ятниць на тижні» / А. Плахонін // День. – 2014. – 18–19 лип.
46. Погрібний А. Передмова // Качкан В. А. Українське народознавство в іменах : навч. посібник. У 2 ч. Ч. 1 / за ред. А. З. Москаленка. – К. : Либідь, 1994. – 336 с.
47. Погрібний А. Про національні пріоритети і стратегію націєвбивства / А. Погрібний. – К., 2006. – 75 с.
48. Поліщук Р. Георгій Почепцов: «Те, що відбулось на виборах, – результат консенсусу олігархів» / Р. Поліщук // Українська літературна газета. – 2020. – 13 берез.

49. Сковорода Г. Повне зібрання тв.: у 2 т. / Г. Сковорода. – К. : Наукова думка, 1973. – Т. 2. – 576 с.
50. Словник іншомовних слів / за редакцією члена-кореспондента АН УРСР О. С. Мельничука. – Київ : Головна редакція УРЕ, 1974. – 775 с.
51. Сосновський М. Між оптимізмом і песимізмом: Вибрані статті і есе / М. Сосновський. – Нью-Йорк–Торонто, 1979. – 735 с.
52. Стеценко К. Українська пісня в народній школі : докл. на з'їзді учителів нар. шк. Ямпіл. повіту на Поділлю 25. IV.1917 р. / К. Стеценко. – Вінниця : Нова Друк. Пойлішера, 1917. – 8 с.
53. Сухомлинський В. О. Вибрані твори: у 5 т. / В. О. Сухомлинський. – К. : Рад. школа, 1977. – Т. 5. – 366 с.
54. Темех Н. Українське телебачення і формування духовності молоді теорія і практика : навч. посібн. / Н. Д. Темех. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 150 с.
55. Томак М. «Новини для барбоса» / М. Томак // День. – 2008. – 12 верес.
56. Ференц В. Що за російським фактором / В. Ференц // Українське Слово. – 2011. – 5–18 січ.
57. Цап О. Телеканал позитивних змін / О. Цап // Крізь роки і долі: львівська журналістика у фактах, коментарях, світлинах... / Упор. Я. Фейло; Львівська обласна організація Національної спілки журналістів України. – Львів : ПАІС, 2019. – С. 132–136.
58. Чічановський А., Шкляр В. Політика. Преса. Влада / А. Чічановський, В. Шкляр. – К.; М., 1993. – 68 с.
59. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. – К. : Грамота, 2010. – 568 с.
60. Штромайєр Герд. Політика і мас-медіа ; пер. з нім А. Орган / Герд Штромайєр. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.
61. http://osvita.telekritika.ua/material/172/

Розділ IV.

Основні методичні засади функціонування інформаційних радіо- і телевізійних жанрів

Кожний телевізійний- і радіожурналіст покликаний найефективніше реалізувати функції телебачення і радіомовлення, що тісно пов'язані з принципами діяльності телевізійних і радіоорганізацій. До передумов здійснення цього важливого суспільного завдання належать морально-громадянська, духовно-національна відповідальність і високий професіоналізм телерадіожурналіста.

Під журналістською відповідальністю розуміємо особливий стан свідомості, в якому інтегруються раціональність, чуттєво-емоційні аспекти функціонування його духовно-національного світу, знаходять своє відображення різноманітні суспільні відношення та оцінки, в контексті яких функціонує телебачення і радіомовлення і діє кожний журналіст. Соціальна відповідальність телерадіожурналіста спонукає його не забувати про національні та державницькі інтереси свого народу, здорові потреби кожної людини; сприяти розвитку морально-духовного, інтелектуально-естетичного потенціалу української нації, її мови, культури, освіти, науки; дбати про утвердження демократії, свободи слова, взаєморозуміння і поваги між людьми різних національностей, всебічної духовно-національної інтеграції українського суспільства.

Щоби працівники телебачення і радіомовлення успішно виконували свою гуманістичну, добротворчу місію, то повинні добре знати «зброю», за допомогою якої можна досягнути поставленої мети, тобто щоразу вибрати найоптимальніший жанр для висвітлення соціально важливих фактів, подій, явищ і майстерно володіти цим жанром.

В основі телевізійних- і радіожанрів є три способи відображення дійсності: 1) повідомлення фактів (новин); 2) інтерпретація фактів, подій, явищ; 3) художньо-публіцистичне розкриття фактів, подій, явищ. Ці способи відображення дійсності створюють відповідно три відносно стійкі групи жанрів телевізійної і радіожурналістики. Розмежовуючи жанри телебачення і радіомовлення, їх називають дещо по-різному: 1) інформаційно-актуальні; 2) аналітично-коментуючі; 3) художньо-документальні (М. Мінков); 1) інформаційні; 2) аналітичні; 3) документально-художні (В. Смірнов); 1) інформаційні; 2) публіцистичні; 3) художні (Ю. Бараневич); 1) інформаційні; 2) аналітичні; 3) художньо-публіцистичні (В. Здоровега).

Зазначаємо, що першоосновою як радійних, так і телевізійних жанрів були газетні жанри. До інформаційних радіожанрів належать радіоповідомлення, радіозвіт, радіоінтерв'ю, радіорепортаж, радіовиступ, радіоогляд преси. Аналітична група складається із радіокореспонденції, радіокоментаря, радіобесіди, радіоогляду. Художньо-публіцистичні:

радіонарис, радіофейлетон, радіокомпозиція, радіофільм, оригінальна радіодрама (радіоп'єса).

Важливим чинником виникнення телевізійних жанрів стало поєднання слухових і зорових особливостей сприйняття матеріалів з екрана. Вчені З. Є. Дмитровський [2, с. 54–112], А. В. Яковець [14, с. 18–119] у своїх працях характеризують такі інформаційні телевізійні жанри: усне повідомлення (воно може бути хронікальним, розширеним (або деталізованим і коментованим), відеоповідомлення, відеозамітка, відеосюжет (типи: репортажний сюжет, аналітичний сюжет, портретний сюжет, сюжет-розповідь, оглядовий сюжет, сюжет-розслідування), відеозвіт, відеорепортаж, відеоінтерв'ю, відеоогляд. До аналітичних телевізійних жанрів зараховують відеокореспонденцію, відеокоментар, відеобесіду, відеодискусію, ток-шоу, відеорозслідування (підвиди: розслідування-репортаж, розслідування-панорама, розслідування-стаття). Художньо-публіцистичні телевізійні жанри: відеозарисовка, відеонарис, документальний телевізійний фільм.

Зарубіжні телевізійні практики, теоретики і викладачі, зокрема, німецькі Даніель Мой і Мартін Ордольфф наголошують, що «головно телевізійний журналістський продукт називають телесюжетом. Сюжети можна виробляти в різних жанрах. Найпоширеніші жанри – новина у фільмі, кореспонденція, журнальний сюжет, нарис, репортаж, портрет, документальний фільм, а також інтерв'ю, іронічний коментар (ремарка) та коментар. Хоча раз по раз ці жанри перетинаються між собою, проте вони різняться власною манерою оповіді чи драматургією, спеціальними вимогами щодо змісту та структури й адаптованим стилем тексту» [9, с. 42].

В українського читача відразу виникає запитання: «Як розуміти вислів «новина у фільмі?» Даніель Мой і Мартін Ордольфф пояснюють так: «На відміну від фотографії, фільм завжди показує процес – неважливо, яка його тривалість. Це послідовність зображень і звуків» [9, с. 12].

Дослідники теле- і радіожурналістики, журналісти-практики слушно наголошують, що усталеність жанрової структури відносна. Доцент З. Є. Дмитровський, який тривалий час працював на Львівському телебаченні, зазначає, що далеко не завжди жанр існує «в чистому вигляді», особливо на телебаченні, де нерідко з певною метою практикують використання окремих елементів іншого жанру, де часто трапляється переплетення жанрів, скажімо, інформаційного відеосюжету і коментара, репортажу й інтерв'ю, і на стиках відомих раніше жанрів формуються нові, синтетичні, властиві лише телебаченню форми відображення дійсності [2, с. 61].

Окремі радіо- і телевізійні жанри мають «плаваючий» характер. Інтерв'ю зазвичай називають інформаційним жанром, але є проблемне інтерв'ю (публіцистичний діалог), у якому глибоко розглядають актуальні питання українського державотворення, (економічні, соціальні, культурологічні, політичні тощо), особливості імперської політики Російської Федерації щодо України, Європи, Америки. Метою такого аналітичного діалогу – з'ясувати істинні причини і наслідки того чи іншого явища. Унаслідок взаємодії двох осіб – інтерв'юера та інтерв'юйованого розкривається вся правда про факти, події, явища. Діалог має дослідницький характер. Радіослухач чує, а глядач чує і бачить народження слова, стає ніби співучасником важливої розмови. Таке інтерв'ю за своєю сутністю є аналітичним.

Залежно від мети радіо- і телевізійного коментаря, характеру матеріалу, про який мовиться у ньому, розрізняють: оперативні (конкретно-подієві) і проблемні коментарі. За способом використання теле- і радіокоментарів у програмах мовлення їх поділяють на два види: розширений, аналітичний коментар як самостійна передача або закінчена структурна частина програми; короткий коментар, що є складовою частиною (елементом) інформаційного радіо- чи відеоповідомлення. Радіо- чи телекореспонденція також виконує не лише аналітичну, а й інформаційну функцію. Межа між ними визначається глибиною узагальнення і висновків, які є обов'язковим елементом цього жанру і випливають з детального опису і показу суті та характеру події, її оцінки журналістом. Узагальнення і висновки у радіо- і телекореспонденції значно ширші і глибші, ніж у радіо- чи відеоповідомленні. З допомогою радіо- чи відеоповідомлення слухачі, глядачі довідуються передусім про те, що лежить, так би мовити, на поверхні. Автор аналітичної радіо- чи відеокореспонденції переходить межу суто «чистого» інформування.

Отже, ключ до розуміння особливостей формування і використання радіо- і телевізійних жанрів дають специфічні виражальні засоби, якими оперує мовлення. Особливості радіожанру визначаються слуховим сприйманням, специфікою радіокомунікації. «Основні її компоненти – звукове зображення дійсності, усна творчість, можливість безпосереднього впливу на слухача, передача інформації про подію у процесі її розвитку або після того, як звукова картина події і супроводжуюча її розповідь журналіста були записані на магнітну стрічку» [5, с. 225]. За своєю суттю радіоматеріал – це акустичне відображення дійсності мовленим словом, шумами, музикою тощо.

«Телебачення несе нам звукозоровий образ. У цьому його головна специфічна властивість і перевага над пресою та радіо, – зазначає

З. Є. Дмитровський. – Вчені-фізіологи дослідили, що функції двох півкуль головного мозку різні. Якщо ліва є центром логічних операцій, то права – образного, емоційного мислення. В такому разі можна стверджувати, що звуковий телеобраз одночасно діє на обидві півкулі, завдяки чому досягається найвищого ефекту впливу на людину» [2, с. 20]. Телевізійним журналістам добре відомо, що будь-який жанр журналістики живе завдяки аудіовізуальним подразникам – зображенню, звуку, монтажу, тексту, музиці, ефектам, графіці, голосу. «Зображення — це фундамент телевізійного сюжету. Звук — це шліфувальний матеріал для тележурналіста. За допомогою звуків автори створюють атмосферу, викликають емоції та згладжують переходи чи обривання візуального ряду. Текст — клей для автора телесюжету. За допомогою тексту журналіст може передати важливу інформацію, яка не передається зображенням. Текст створює переходи, з'єднує візуальні розриви часу та простору, вибудовує напругу, дає додаткову інформацію» [9, с. 21–22]. «Однак телеобраз однозначний, конкретний; радіо дає слухачеві широкий діапазон самостійності, що виявляється у можливості домислювання звукового образу» [2, с. 20], тобто розвиває асоціативне мислення.

Хоч радіо і телебачення впливають на слухача, глядача у двох сферах – логічній (раціональній) та емоційній, останнім часом учені все частіше говорять про те, що здебільшого управляє людиною права півкуля. «Емоції розглядаються не тільки як основна мотиваційна система організму, але і в якості фундаментальних особистісних процесів, що надають зміст і значення людському існуванню, – наголошує Керрол Е. Ізард. – Для організації особистості, для її соціальної взаємодії і для людського буття найважливішими є чотири системи: емоційна, перцептивна, когнітивна і моторна. Їхня взаємодія формує основу справжньої людської поведінки» [4, с. 74–75]. Людська поведінка ґрунтується на емоціях, вони активізують і організовують сприйняття, мислення та прагнення людини. Емоції безпосередньо впливають на перцептивні процеси, фільтрують інформацію, яку людина отримує за допомогою органів почуттів, активно втручаються в процес її подальшої обробки. «Емоції сповіщають людину про те, що події зовнішнього світу мають значення для самої людини – загрожують її життю або, навпаки, обіцяють задоволенню базових потреб» [3].

Отже, щоби телевізійний- чи радіоматеріал глядачі (слухачі) належно оцінили, як щось соціально важливе, потрібно його створювати таким, аби він провокував виникнення емоцій, викликав інтерес як головну мотиваційну складову сприйняття, уваги і пізнання. Інтерес

спрямовує і підтримує інтелектуальну активність людини. Плідна, творча праця у галузі телерадіожурналістики вимагає повного заглиблення, величезної самовіддачі, а це можливе тільки тоді, коли журналіст відчуває інтерес до вибраної діяльності. «Саме взаємодія емоцій інтересу і радості створюють мотиваційну основу плідної творчої діяльності» [4, с. 209] журналіста, від професіоналізму, морально-громадянської позиції якого залежить ефективність діяльності телебачення і радіо.

Головним чинником журналістського професіоналізму є свідоме володіння методикою створення радіо- і телевізійних матеріалів різних жанрів. Загальні методичні засади журналістської праці нерозривно пов'язані з принципами, функціями і нормами професійної чи службової етики теле- і радіожурналіста, його світоглядною позицією, національно-духовним переконанням, українським державницьким мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, компетентністю, здатністю завжди бути готовим до чесної праці. Таке розуміння національних, моральних, професійних засад методики журналістської праці входить до європейського і світового контекстів, але закорінене у національно-громадянській позиції видатних українців.

Телерадіожурналіст покликаний з лавини фактів, подій, явищ, якими насичена наша дійсність, безпомилково вибрати лише ті, що дійсно нові, вагомі, цікаві. Телевізійні та радійні інформаційні матеріали мають відповісти на вісім запитань: «що?» (сталося, відбулося), «де?» (місце події), «коли?» (щойно, вчора), «хто?» (здійснив щось), «чому?» (яка причина події), «як?» (трапилося, здійснилося, відбулося), «яке джерело?» (хто повідомив, розповів), «який наслідок?» (до чого може призвести факт, подія, явище).

Найхарактернішими жанровими особливостями новинного теле- і радіоповідомлення є оперативність, подієвість, актуальність, достовірність, неупередженість, конкурентність. Ці ознаки визначають особливості збирання матеріалу, методику його опрацювання, тематику, зміст новини. Радіо і телевізійне повідомлення має відповідати таким вимогам: характеризуватися новизною і свіжістю, бути точним і доказовим, правдивим та об'єктивним, повним і збалансованим, задовольняти людський інтерес, лаконічний стиль і бездоганність формулювань забезпечує чіткість висловлювання. Дуже важливо, щоби телерадіожурналіст про традиційне писав, розповідав нетрадиційно. Адже досить часто важливе за змістом теле- і радіоповідомлення не доходить до серця і розуму, бо не викликає емоцій і не дає задуманого ефекту. У телевізійному і радійному новинному матеріалі словам і зображенням має бути тісно, а думкам просторо. Для цього також використовують емоційно

забарвлену лексику: епітети, метафори, фразеологізми, порівняння, елементи гумору і сатири тощо. Яскравість мовностилістичних засобів забезпечує динамічність викладу телерадіоповідомлення.

Українські і зарубіжні фахівці розрізняють дві форми новин у телевізійній журналістиці. *Перша* – це вербальна новина. Її в етері зачитує диктор або ведучий. Зазвичай вербальну новину візуально доповнюють різноманітні статичні зображення. Через їхню оптимальну взаємодію зміст інформації стає доступнішим і зрозумілішим для глядачів. У віртуальному просторі студії вербальна новина часто вмонтовується в графічно анімовані «декорації» [9, с. 46].

Друга – це новина у фільмі (НУФ). «Це – найкоротша форма передання інформації за допомогою рухомих зображень. Загалом новина у фільмі триває від 20 до 30 секунд. Зміст відеозображень відповідає інформації, яку потрібно передати. Редактори повинні зважати на єдність тексту і зображення навіть у коротких новинних фільмах» [9, с. 46–47].

Для того, щоби переданий по радіо, показаний по телебаченню матеріал краще сприймався слухачами, глядачами, потрібно новинне повідомлення будувати таким способом, який дає можливість легше засвоїти закладену в ньому інформацію. Теорія і практика журналістики виробила низку таких способів, які застосовуються також на радіо і телебаченні.

Згідно з правилами «перевернутої піраміди», головну ідею або висновки формують на початку телерадіоповідомлення. Наголос всього матеріалу робиться на перше речення, або, як його ще називають «лід». Якщо «лід» містить відповіді на кілька запитань, то його називають узагальнюючим. Перше речення повинно бути простим, не дуже довгим,

Рис. 1. Модель «перевернутої піраміди».

але інформаційно насиченим, органічно пов'язаним із зображенням, коли мовиться про телевізійний матеріал. Отже, радіослухачі, телеглядачі з першої фрази чи двох-трьох і картинок можуть довідатися про суть повідомлення. Наступні речення розташовані за знижуваним ступенем важливості. Другорядні факти, додаткові деталі, пояснення вміщують у кінці матеріалу або просто упускають.

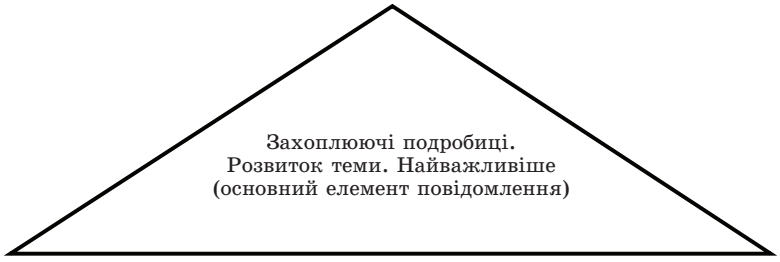


Рис. 2. Модель «звичайної піраміди».

Основний сенс «звичайної піраміди» полягає в тому, щоби привернути увагу радіослухача, телеглядача інтригуючим початком. Якщо вдалося зацікавити слухача, глядача, то розвиток, поглиблення змісту теми ненав'язливо підводить до самостійного висновку, узагальнення. Телерадіоповідомлення будується за принципом поступового нарощування емоцій і раціонального осмислення факту, події, явища.

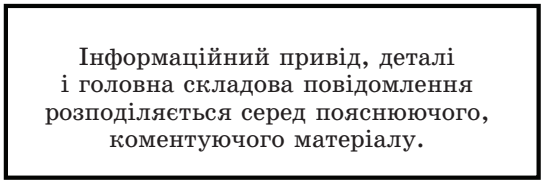


Рис. 3. Модель «прямокутника».

Створення телерадіоповідомлення за моделлю «прямокутника» головно застосовують під час його підготовки на неоперативну тему. Якщо весь матеріал і його складові рівнозначні за важливістю, то використовують схему «прямокутника».

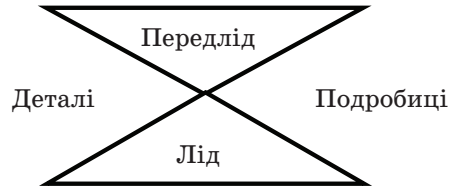
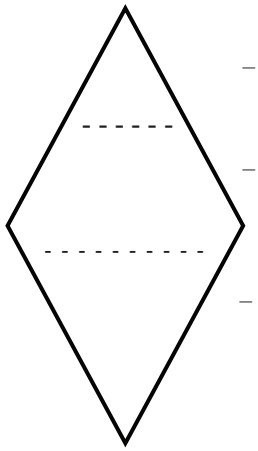


Рис. 4. Модель «піскового годинника».

У телевізійних і радійних повідомленнях застосовують також модель «піскового годинника» – фактично зістиковані обернена та пряма піраміди. «Така модель новинного повідомлення ввела в науковий обіг термін «передлід», який готує глядача/слухача до сприйняття безпосереднього ліду, – зазначає О. К. Мелещенко. – 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» [7, с. 21].

Набуває належного поширення також модель так званого алмазу [12, с. 229], яка в західних ЗМІ вже стала стандартом. Ця модель передбачає:

Знання схарактеризованих моделей побудови інформаційних радіо- і телевізійних повідомлень допомагає телерадіожурналістам, насамперед, молодим, швидше і ліпше створювати свої матеріали. Зрозуміло, що формули в журналістиці – річ умовна і часто навіть безплідна, оскільки мова йде про творчість, а творчість не завжди вкладається у



– проблему чи предмет інформування вводять у 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 у новинному сюжеті [10, с. 52].

Рис. 5. Модель «алмазу».

прокрустове ложе формулювань. Ці моделі – лише допоміжний засіб, і вони ще не дають можливості створити свій індивідуальний стиль. Оригінальний стиль можна виробити лише на основі знань, досвіду, національно-громадянських переконань, літературного та художнього смаку – словом усього того, чого вимагається для підготовки глибокого та яскравого матеріалу, який не можна створити ні за якими стандартними навчальними формулами.

Щоб зрозуміло писати, говорити, фахово знімати, то треба чітко, інтелектуально, творчо мислити. Для того, щоб оцінити, наскільки вдало підготовлене телевізійне чи радіоповідомлення, то треба собі відповісти на запитання:

- Яка головна думка цього повідомлення?
- Що я повинен (повинна) сказати радіослухачам, телеглядачам, щоб пояснити або аргументувати свою думку?
- Чи є у цьому повідомленні зайве, що не стосується головної думки?
- Чи є логіка у послідовності речень, зображень, і чи допомагає така послідовність пояснити або аргументувати основну ідею?

Дуже важливим є момент організації «сирого» матеріалу. Подія може відбуватися досить довго, а радійне чи телевізійне повідомлення про неї повинно бути гранично коротким. Отже, треба навчитися відбирати з події найтиповіше, вузлові моменти, щоби, умовно кажучи за 1 хвилину, слухачі, глядачі мали можливість отримати про неї яскраве і досить повне уявлення. Послідовність висвітлення цих моментів повинна бути найдоцільнішою, відповідати змісту, перебігу самої події. Тому телерадіожурналіст повинен володіти такими якостями, як спостережливість, допитливість, наполегливість, фахова вправність, ерудиція.

Методика створення будь-якого радійного чи телевізійного твору включає задум, вибір теми, концепцію, ідею. Ці етапи творчого процесу, зазначають Даніель Мой і Мартін Ордольфф, оператор і автор книги [15] Петер Керстан об'єднує терміном «бажаний меседж». «Термін «бажаний меседж» – це не тільки позначення якоїсь ідеї. Він означає і робочий етап у створенні фільму. Бажаний меседж – це, з одного боку, гіпотеза задля зрозумілості, але водночас і критерій при використанні власних зображальних засобів. У кожному плані, кожному епізоді, кожному реченні тексту я можу себе спитати: а вони відповідають моєму бажаному меседжеві?» Чітко сформульований бажаний меседж надзвичайно полегшує взаємодію між журналістом та операторською групою. Журналісти, які не мають чіткого уявлення про меседж свого сюжету, люблять знімати матеріал «про всяк випадок» [9, с. 13].

Водночас кожний жанр, як уже зазначалося, має свої особливості відтворення дійсності. На жаль, часто жанр звіт називають репортажем. Слід пам'ятати, що об'єктом зображення у радіо- і телевізійному звіті різного роду засідання – збори, конференції, сесії, з'їзди, симпозіуми, дипломатичні прийоми тощо, під час яких обговорюють актуальні питання виробничого, економічного, соціального, освітнього, наукового, культурного, політичного процесу. Телевізійний- і радіорепортаж динамічно, документально, яскраво, емоційно, оперативно відтворює події реальної дійсності в їхньому розвитку через безпосереднє сприйняття автора (будівництво, промислове і сільськогосподарське виробництво, культурні і спортивні заходи тощо).

Даніель Мой і Мартін Ордольфф наголошують: «Головна заповідь репортажу – писати мало тексту. Текст орієнтується на зображення, звуки та інтерв'ю, а не навпаки. Навіть без текстових пасажів репортаж має бути для глядача загалом зрозумілим. І все ж текст репортажу відіграє важливу роль. Він позначає просторові та часові переходи, які не можна сприйняти лише з візуального ряду» [9, с. 57].

Радіозвіт і радіорепортаж створює одна людина, узгодивши в редакції, про яку суспільно-політичну подію підготувати розповідь. Якщо звіт, то яким він має бути – коротким хронікальним чи загальним інформаційно розгорнутим. Тема і різновид радіозвіту (тематичний чи проблемний) може викристалізовуватися під час перебування на зборах, конференції, сесії тощо. Найновіші технічні засоби дають можливість радіо- і тележурналістові записувати, знімати весь перебіг вербальної події і водночас осмислювати, занотовувати найцікавіше, найважливіше, щоб звернути увагу на записане під час монтажу звіту. Щоби не трапилася якась помилка, журналіст обов'язково уточнює порядок денний, прізвище і посади виступаючих, цифри,факти, назви тощо. Не залишає поза увагою жодного нез'ясованого питання. Ґрунтовно ознайомлюється з доповіддю, ухвалою, бере інтерв'ю в учасників події, щоби виокремити головне і дохідливо про нього розповісти.

Залежно від ситуації, завдання і мети журналіст може готувати прямий ефірний радіо- і телевізійний репортаж (наживо), або радіо- і телерепортаж, змонтований у студії з попередніх записів і відеокадрів на місці події. Залежно від змістового наповнення події, її суспільно-політичної значущості, програмної концепції радіо- і телевізійної організації змонтований репортаж може бути суто інформаційним, проблемним або художнім. Скрупульозне ознайомлення з об'єктом, про який піде мова у репортажі, незалежно від його різновиду, допомагає знайти якісь цікаві, захоплюючі штрихи, вирішити, як найкраще використати акустичні за-

соби та відеокадри. Доцільно, щоби репортер, окрім точного передання сутності події, включав у репортаж цікаві, а то й смішні моменти. Це розряджає напругу слухачів. До того ж поєднання хвилювання і гумору робить репортаж привабливішим і цікавішим.

Класичний радіорепортаж, як і телевізійний репортаж, будується за законами драматургії. Якщо ці закони порушуються, то порушується і достовірність відображення дійсності. Проте закон сюжетної побудови не можна зводити до суми формальних прийомів. Дуже важливо зробити цікавий початок радіо- і телерепортажу. Не лише тому, що в ньому автор мотивує вибір теми, події, інформує про місце і час. Ці дані вводять слухача, глядача у курс справи, налаштовують на певні очікування. Є головніше призначення вступу – заінтригувати слухача, глядача, створити своєрідний внутрішній «гачок» зацікавленості, на якому слухач, глядач буде триматися до закінчення репортажу. Після інтригуючого початку настає кульмінаційний момент – журналіст розповідає про подію. При цьому важливо знайти свій, оптимальний кут (ракурс) подачі матеріалу. Мистецтво телерадіожурналіста полягає не в тому, щоб нав'язувати свою думку «в лоб», а в тому, щоб спонукати слухача, глядача відчути атмосферу, в якій перебуває репортер, створити враження присутності слухача, глядача на місці події (ефект присутності). Закінчується репортаж висновками, узагальненнями, які органічно випливають з канви розповіді і є невід'ємною частиною композиції репортажу, який захоплює слухача, глядача динамікою розвитку події, майстерними монтажними прийомами, індивідуальним мовним стилем, звуковим фоном, цікавими відеодеталями тощо.

Особливість створення телевізійного матеріалу полягає також у тому, що звіт, репортаж та інші жанри, зазвичай, готуються командою – насамперед, репортером і оператором. Правда, є уже приклади, коли телекомпанії користуються послугами однієї людини – відеожурналіста, який поєднує в собі всі етапи телевізійного журналіста. «У змаганнях за сучасні картини, захопливі історії, ексклюзивність та ефективність у висвітленні подій відео журналістика набула важливого значення, – зазначають Даніель Мой і Мартін Ордольфф. – Оснащені цифровими відеокамерами, штативами, звуковим обладнанням та мобільною станцією монтажу, відеожурналісти виробляють сюжети самостійно і часто незалежно від складної логістики великих каналів. Від новин через повідомлення і до репортажу вони надають телевізійним редакціям інакший погляд на події, ніж класичні репортери» [9, с. 189].

Доцент З. Є. Дмитровський слушно наголошує: щоби дати глядачам можливість постійно відчувати взаємозв'язок і причетність до подій, у

процесі підготовки звіту, репортажу треба дбати про візуальний матеріал не менше, ніж про текстовий, і завжди пам'ятати, що він має бути не просто ілюстрацією слів репортера, а й змістовно органічною частиною звіту, репортажу. «Журналістові потрібно не тільки зафіксувати головні моменти події, а й передати відповідний настрій людей, розкрити глядачеві їхній внутрішній стан – таке завдання відеознімання. Це завдання можна успішно виконати за умови детального вивчення висвітлюваних питань і оператором, який має пам'ятати, що зображення, як і слово, є тільки символом реальності, одним із видів телевізійної мови; що камера (скільки б ми не говорили про її об'єктивність!) сама не відтворює дійсності, а показує лише те, що хоче оператор. Глибоке взаєморозуміння оператора з репортером – запорука успішної співпраці, спрямованої, передусім, на правдиве відображення фактів, подій, явищ» [2, с. 87]. Отже, під час знімання потрібно об'єднати три рівні реалізації задуму: зміст, зображення та звук.

Телеглядач і радіослухач тоді проймається довірою до репортера, коли він завжди і скрізь залишається чесним перед собою і суспільством. Певна річ, високий професіоналізм досягається наполегливою, цілеспрямованою, систематичною, інтелектуальною працею. Навіть той, хто обдарований «божою іскрою», повинен наполегливо працювати над фаховим зростанням, повсякденно розширювати свої знання, світогляд, відточувати майстерність оповідача. Вимовивши фразу, репортер повинен подумати про те, яке враження справить вона на слухача, глядача, як він сприйме її. А головне – його глибокий журналістський професіоналізм повинен органічно поєднуватися з національною свідомістю, державницьким мисленням і переконанням, морально-громадянською позицією.

Важливим компонентом медійної сфери, яка породжує і тиражує певні меседжі в інформаційно-гуманітарному просторі, є радіо- і телевізійне інтерв'ю. На відміну від інших жанрів, радіо- і телевізійне інтерв'ю є результатом безпосередньої праці журналіста і співбесідника. Якщо оціночні судження про факти, події, явища висловлює авторитетна особа, чия компетентність і принципова громадянська позиція не викликає сумніву, то створюються передумови позитивного впливу радіо чи телевізійного інтерв'ю на формування українського державницького мислення, національної й загальнолюдської гідності, морально-духовних цінностей.

Головними методичними засадами створення радійного і телевізійного інтерв'ю є три нерозривно взаємопов'язаних і невіддільних на практиці етапи: загальний, конкретний, психологічний.

Загальна підготовка журналіста до інтерв'ю складається з інтелектуальних і професійних знань, національно-громадянської свідомості, морально-духовної зрілості, глибокого володіння рідною мовою: в Україні – українською, Італії – італійською, Німеччині – німецькою, Польщі – польською, США – англійською, Японії – японською. Ці засадничі чесноти телерадіожурналістської творчості здобуваються, нагромаджуються, усвідомлюються під час сумлінного навчання і цілеспрямованої практичної роботи.

Конкретна підготовка до інтерв'ю включає визначення мети і характеру спілкування, вивчення теми інтерв'ю і майбутнього співбесідника, попереднє обдумування змісту розмови, складання запитань для отримання потрібних відомостей, домовленість про час і місце зустрічі, добре володіння аудіо- та відеотехнікою.

Психологічна підготовка до інтерв'ю здійснюється як загальною, так і конкретною формами: добре знати життя, суспільно-політичні проблеми, вболівати за людей, уміти вибирати для журналістських матеріалів події, які в цей момент є найактуальнішими, найбільше хвилюють слухачів, глядачів.

З огляду на те, що розуміння сутності факту, події, явища, їхнє суспільно-політичне значення розкривається через повідомлення, аналіз, осмислення компетентної людини, то журналістам потрібно виробляти у себе потрібні морально-духовні якості, набувати знання про інтерв'ю як ситуацію соціально-психологічного спілкування, процес сприйняття людини людиною. Щоразу здійснювати «програмування» (прокручування) психологічної ситуації конкретного інтерв'ю, психологічне настроювання (мобілізація, готовність) на бесіду.

Прийнято розрізняти інтерв'ю як метод одержання різноманітної інформації для написання журналістських творів та інтерв'ю як жанру. Залежно від мети, змісту матеріалу, методу його освоєння і викладу у ЗМІ, ми розрізняємо такі різновиди інтерв'ю (безперечно, з певною умовністю): офіційні (протокольні), суто інформаційні, портретні (інтерв'ю-зарисовка), проблемні (публіцистичний діалог), інтерв'ю-анкета, прес-конференція, інтерв'ю-полілог (розмова за круглим столом).

На відміну від закордонного досвіду, наприклад, французьких журналістів, які не вважають інтерв'ю ні дебатами, ні дискусією, а завдання журналіста вбачають лише у тому, щоб ставити запитання, в українській журналістиці не тільки допускаються, а й бажані в інтерв'ю елементи дискусійності. Адже в такому випадку схрещуються різні думки – журналіста і співрозмовника. Від цього інтерв'ю стає експресивнішим та динамічнішим.

Німецькі журналісти розрізняють два основні види інтерв'ю – підготовлені та спонтанні (ситуативні). «*Підготовлене інтерв'ю* – це класика жанру. Головний герой до такого інтерв'ю готується. Він знає, що його питатимуть, і він зазвичай знає основні питання або ж спрямування інтерв'ю. *Ситуативне інтерв'ю* передбачає ефект несподіванки. Репортер розпитує свого візаві, виходячи із ситуації. Тут важливий фактор самого моменту» [9, с. 100].

Спонтанне інтерв'ю зазвичай складається лише з одного головного, і, можливо, ще одного короткого, уточнювального запитання. *Глибинне інтерв'ю* відкриває простір для розлогіших міркувань. «Істотна відмінність між спонтанним і глибинним інтерв'ю полягає в тому, що спонтанне шукає емоційні відповіді та ситуаційні реакції. Поглиблене намагається з'ясувати факти та приховані причини» [9, с. 101].

Журналістська практика німецьких журналістів виробила ще й такі способи інтерв'ю: *наступальне інтерв'ю* (важливо реагувати швидко і поставити запитання відповідній особі, як тільки з'явиться така нагода); *предметне інтерв'ю* стосується лише фактів; у *переплетеному інтерв'ю* йдеться про факти, що враховують взаємозв'язок між опитуваними та темою. Необхідно показати зв'язок між дією, позицією та фактами; *особисте інтерв'ю* зосереджується на переживаннях, досвіді та особливостях характеру опитуваного; під час *розслідувальних інтерв'ю* треба на камеру виявити певні факти або розкрити якісь порушення. Тому важливо, щоб інтерв'юер залишався наполегливим і невтомним. Він не повинен заходити в емоційне протистояння і дозволити інтерв'ю скотитися на особистісний рівень. Потрібно залишатися об'єктивним і розсудливим. «Незалежно від форми інтерв'ю, його змістовне спрямування – найважливіший критерій» [9, с. 100].

На радіо і телебаченні в ідеальному випадку інтерв'ю створюється у той самий момент, коли журналіст бесідує з людиною. Записане на відеозвуконосій інтерв'ю зберігає риси справжнього документа: голосу, стилю мови, інтонації співрозмовників. Зміст інтерв'ю у газеті відповідає на запитання: «**Що** сказав інтерв'юйований», а інтерв'ю на радіо, – «**Що і як** він сказав». І. Андроніков зазначив, що в усній мові те, як людина сказала, часто означає те, що вона сказала [1]. Специфіка документальності тут полягає у неповторності інтонації, своєрідності індивідуальної мовної манери людини.

Телевізійне інтерв'ю, на відміну від газетного і радіоінтерв'ю, дає змогу довідатися не лише про те, **що і як сказала людина, а й побачити процес народження думки, слова, фрази**. Тільки по телевізору ми можемо побачити миттєві душевні вагання, ледве вловимі рухи очей,

легку усмішку тощо. Перевагу телевізійного інтерв'ю над газетним і радіомовним забезпечують зорові компоненти: «реакція інтерв'юйованого, його міміка, жести, імпровізація під час передачі, зацікавленість темою розмови і низка інших чинників, що виникають у живому спілкуванні людей» [2, с. 71].

Журналіст-газетяр опрацьовує і готує матеріал інтерв'ю після того, як відбулася його розмова з інтерв'юйованим; радіо- і телевізійний журналіст, навпаки, скрупульозно готується до самого процесу інтерв'ювання, тобто значна частина його зусиль пов'язана з підготовкою до інтерв'ю. Відповідь на запитання, поставлені телевізійним- чи радіожурналістом, одночасно з журналістом отримують і слухачі, і так вони ніби стають учасниками розмови з компетентною особою, яка володіє важливою, потрібною і цікавого інформацією. Газетяр може на свій розсуд змінити порядок запитань у матеріалі, який готує для преси, упустити одні запитання і відповіді, детальніше, ґрунтовніше викласти інші, але не має права спотворити зміст інтерв'ю. Телевізійний чи радіожурналіст у випадку, коли інтерв'ю зразу передається в ефір, позбавлений такої можливості. Описовий текст, який широко застосовують у газетних інтерв'ю, на радіо і телебаченні використовується рідко, зазвичай, на початку інтерв'ю або у підсумковій частині, тобто за межами основного матеріалу.

Об'єктивною передумовою виникнення інтерв'ю є громадський інтерес до подій чи проблем, що в цей момент цікавлять аудиторію. Головне призначення інтерв'ю – задовольнити цей інтерес: виявити авторитетну думку про цю подію чи проблему, отримати інформацію, яка буде важливою і корисною для слухачів. «Інтерв'ю приваблює журналістів невичерпними можливостями для розкриття внутрішнього багатства людини – її думок, сподівань, передбачень, показу її політичних переконань, світогляду, ставлення до тих чи інших подій, проблем тощо» [8, с. 6]. Оскільки діалог перед мікрофоном чи телекамерою слугує для передачі по радіо і телебаченню, він помітно відрізняється від тих діалогів, які щоденно ведемо у побуті. У житті, як відомо, ми часто користуємося різними скороченнями, жаргонізмами, жестами, зрозумілими тільки для співрозмовників. Інтерв'ю ж для радіо і телебачення потребує граничної чіткості та ясності у поставлених запитаннях та викладі відповідей. Адже слухачі і глядачі не мають можливості уточнювати, перепитувати. Ця обставина змушує репортера бути дуже уважним під час інтерв'ю, пильно стежити за тим, щоб зміст його постійно залишався зрозумілим для слухачів і глядачів.

Доцільно зосереджувати увагу на меті інтерв'ю із людиною, яка володіє необхідною суспільно значущою інформацією, – тобто отримати і повідомити слухачеві і глядачеві:

а) нові, невідомі раніше факти про важливу, цікаву для багатьох подію;
б) проаналізувати, прокоментувати факти, події, явища, які викликали інтерес громадськості;
в) ознайомити населення з думкою офіційних осіб про ті чи інші суспільно вагомі питання, проблеми, роз'яснити їхню суть, порадити, як подолати труднощі, досягти намічених цілей [6, с. 73].

Телевізійне- або радіоінтерв'ю може бути як самостійною передачею, так і в складі інших передач і жанрів. Інтерв'ю як самостійна передача (найчастіше під рубрикою «Актуальне інтерв'ю») має композиційну й сюжетну завершеність. Інтерв'ю як складова частина іншої передачі (наприклад, випуску новин, ток-шоу, спеціальної програми тощо) здебільшого не претендує на композиційну та сюжетну довершеність. Коли ж інтерв'ю є елементом інших радіо- і тележанрів (скажімо, звіту, репортажу, нарису), то найчастіше складається із двох-трьох запитань і відповідей. Досить часто інтерв'ю складається з одного запитання і однієї відповіді. Таке інтерв'ю називають монологічним. До речі, у перекладі з англійської (interview) – це не лише бесіда двох або кількох осіб, а й зустріч з кимось. Під час неї може бути щось повідомлено і в монологічній формі (З. Є. Дмитровський). Змістовність, точність і витонченість висловлених інтерв'юйованим міркувань головно є результатом точності, зрозумілості запитань, заданих журналістом. Тривалість інтерв'ю залежить від багатьох обставин, але зазвичай воно триває 2–10 хвилин.

Діалогічний характер інтерв'ю дає у руки журналіста диригентську паличку. Він конструктор розмови. Від нього залежить, чи з'явиться у співбесідника бажання відповідати, чи вийде цікава розмова перед мікрофоном, відеокамерою. Телерадіожурналіст виконує кілька ролей: організатор зустрічі, автор запитань, значною мірою режисер передачі, виконавець завдання редакції тощо. Під час інтерв'ю журналіст повинен пам'ятати такі методичні вимоги:

1. Мати чітку тему й розуміти проблему, а також і відповідного гостя.
2. Досліджувати тему з нового ракурсу. Не говорити про те, що вже давно всім зрозуміло або відомо. Не бути банальним, не допускати, щоб інтерв'ю було схоже на інші. Для цього потрібно ознайомитися з попередніми інтерв'ю співрозмовника і знайти

теми й запитання, що найчастіше повторюються. І підготувати інші цікаві запитання.

3. Не запрошувати людину тільки тому, що вона «крута» (займає високу посаду). Пам'ятати, що журналіст іде до «джерела», а не до особи.
4. Ставити запитання, які б спонукали думати співрозмовника. Наприклад: «Які у Вас переконання?», «Що ви маєте на увазі?», «Як ви собі це уявляєте?».
5. Готуватися до інтерв'ю. Підходити до нього зі знанням теми й зі знаннями попередніх поглядів гостя (background). Знати так само багато, як і об'єкт інтерв'ю, щоб не ставити безглуздих запитань.
6. Обов'язково скласти план розмови, але не боятися від нього відступити. Нехай у розмові буде трохи джазу: основна лінія з імпровізаціями на яскраві теми.
7. Запитувати про професійне, а потім про особисте.
8. Не бути багатослівним. Якщо запитання довше за відповідь, журналіст перебуває не на своєму місці. Виняток: коли журналіст висловлює своє судження про зміст художнього твору чи пісні.
9. Заповнювати паузи запитаннями, щоб співрозмовник не почав повторювати сказане.
10. Поводитися відповідно до формату програми. Якщо журналіст поводитиметься якось інакше, його можуть не зрозуміти.
11. Стежити за часом. Якщо інтерв'ю в прямому ефірі – його тривалість 15–20 хв з перебивками й бліцами.
12. Неупереджено ставитися до своїх співрозмовників.
13. Стежити за суперечливими заявами. Тримати розмову у своїх руках.
14. Перепитувати, якщо співрозмовник ухиляється від відповідей на запитання. На Бі-Бі-Сі дозволяється тричі поставити одне й те ж запитання.
15. У жодному разі не давати всі запитання заздалегідь.
16. Сприяти розмові мовою тіла й жестів.
17. Якщо інтерв'ю подається в записі, то монтувати чесно, не висмикуючи фраз із контексту [14, с. 78–79].

Канадський репортер, письменник і викладач журналістики Д. Савотські написав, що основоположними принципами методу підготовки запитань є такі: запитання повинні бути відкритими, нейтральними і простими. Він склав список десяти «смертельних гріхів» журналіста під час роботи над інтерв'ю. На думку Д. Савотські варто заборонити такі запитання:

1. Запитання, що допускають односкладові відповіді («так» – «ні»).
2. Стверджувальне запитання замість запитального.
3. Два запитання в одному.
4. Перевантажені запитання.
5. Запитання, що підштовхують до відповіді.
6. Коментарі й особисті оцінки у запитанні.
7. Припущення й домисли у запитанні.
8. Навішування ярликів у запитанні.
9. Перебільшення у запитанні.
10. Занадто складні для розуміння запитання [13, с. 67].

На наш погляд, не з усіма цими «гріхами» можна погодитися. У публіцистичному діалозі повинна бути зрозумілою також позиція журналіста. Досвідчений журналіст, випускник кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка Роман Вінтонів (Майкл Щур) під час зустрічі з учасниками Літньої школи журналістики у газеті «День» висловився так: «Напевно, найважливіше – це не сам факт прояву або не прояву громадянської позиції, а щоб власна позиція не закривала очі на факти. Те, якою мовою ви пишете, це вже громадянська позиція» [11].

З огляду на те, що найціннішим інтелектуальним, просвітницьким матеріалом у телевізійному чи радіоінтерв'ю є думка, судження, тлумачення інтерв'юйованого, а не дані, які журналіст може отримати з інших джерел, то інформаційне навантаження повинні нести слова репортера, а оцінкове – слова інтерв'юйованого. Кажуть, культура – це те, що залишається, коли людина забуває все. Інтерв'юер може все забути, але не безкорисливу повагу до співбесідника – безвідносно до його посади, становища, популярності. Тільки власною національно-патріотичною, морально-інтелектуальною глибиною, професійно-громадянською зрілістю ми здатні виміряти духовну глибину, компетентність інтерв'юйованого і ознайомити з нею радіослухачів і телеглядачів.

З таких морально-професійних позицій розглядаємо основні вимоги щодо виступів по радіо і телебаченню політичних, державних, партійних, громадських діячів, представників ділових кіл, працівників народного господарства, освіти, науки, культури, спорту, тощо. Виступи по радіо і телебаченню поділяють на такі різновиди: виступ-звіт, виступ-коментар, виступ-відгук, виступ-спогад, виступ-звернення. Головні складники підготовки радіо- чи телевиступів – вибір теми і відповідного виступаючого, який би за 2–5 хвилин зумів змістовно, переконливо, правдиво, оригінально розповісти про сутність важливої події, актуальне суспільно-політичне явище. Кожний виступ по радіо,

телебаченню – це розмова з мільйонами різних за характером, віком, професією, освітою, світоглядом, смаками людей. Їх треба собі уявити, попробувати у думках звернутися до них, а вже потім записуватися у студії чи виходити прямо в ефір. Слухачам, глядачам не байдуже, хто і як з ними розмовляє, про що розповідає, які акценти розставляє. Млявий, інертний без зрозумілого змісту не викличе зацікавленості у слухачів і глядачів.

Монологічний виступ по радіо і телебаченню – це також самовираження людини, її національно-громадянської позиції, морально-духовних устремлінь, переконань, уподобань. Тому і вибір теми, і вибір виступаючого – дуже важливий підготовчий період. Можна відштовхнутись від ідеї, актуальності теми, а потім шукати людину, яка би її розробила і донесла сутність до слухачів, глядачів. Або навпаки – досвідчений політик, депутат, громадський діяч, учений, бізнесмен пропонує тему, журналіст її схвалює (або не схвалює, пропонує іншу), визначає обсяг, час виходу в ефір. Але за будь-яких умов журналіст сам повинен добре розуміти суспільно-політичну ситуацію, з'ясувати і визначити конкретну тему для людини, що буде виступати по радіо чи телебаченню.

Інформаційний привід формують у введенні до виступу. Введення, яке озвучує кореспондент або ведучий, і сам виступ – це два основні структурні елементи цього жанру. Може також бути використаний відеоматеріал чи аудіоінформація. Виступ по радіо, телебаченню добре сприймається, якщо мова образна, коли відчувається, що виступаючий вболіває за те, про що розповідає.

Отже, людина, яка опинилася перед мікрофоном, відеокамерою, покликана сказати таке і так, що знайшло б відгук у серцях слухачів, глядачів. Цю методичну вимогу повинен насамперед пам'ятати журналіст, коли добирає виступаючого. Він зобов'язаний, якщо є текст, уважно його вичитати, щоби українська мова виступаючого була літературною, простою, дохідливою до слухачів, глядачів. Якщо потрібно, то обов'язково нагадати виступаючому, що в Україні державною мовою є українська мова, і він, як офіційна особа, зобов'язаний із радіослухачами, телеглядачами спілкуватися тільки українською мовою або найняти перекладача. Якщо виступаючий записується без тексту, робить мовні помилки, то, не соромлячись, журналіст має його ввічливо зупинити і перезаписати ті чи інші речення, абзаци. Після запису виступ потрібно кваліфіковано змонтувати: вилучити обмовки, фактичні, мовні помилки, невиправдані паузи, підкреслити найсуттєвіше, щоби почуті слова глибоко проникли у свідомість слухачів, глядачів, спонукали до добрих

вчинків в ім'я утвердження демократії, морально-духовних цінностей, розбудови соборної української України.

Запитання для самоконтролю

1. Схарактеризуйте суть журналістської відповідальності.
2. До чого спонукає соціальна відповідальність телерадіожурналіста?
3. Які способи відображення дійсності в основі телевізійних і радіожанрів?
4. Чим визначаються особливості радіожанрів?
5. Назвіть важливий чинник виникнення телевізійних жанрів.
6. Чому телевізійний сюжет не можна вважати жанром?
7. Які радіо- і телевізійні жанри мають «плаваючий» характер?
8. У яких сферах радіо і телебачення впливає на слухача і глядача?
9. Що створює мотиваційну основу творчої діяльності теле- і радіожурналіста?
10. На чому ґрунтуються загальні методичні засади створення теле- і радіожурналістських матеріалів?
11. Назвіть і схарактеризуйте вісім запитань, на які мають відповідати радійні й телевізійні інформаційні матеріали.
12. Які ви знаєте дві форми новин у телевізійній журналістиці?
13. Які особливості моделей побудови телерадіожурналістської новини?
14. На які запитання треба відповісти, щоби оцінити наскільки вдало підготовлене телевізійне чи радіоповідомлення?
15. Порівняйте об'єкти й особливості створення радіо- і телевізійного звіту та радіо- і телевізійного репортажу.
16. За якими законами створюється класичний радіо- і телевізійний репортаж?
17. У чому полягає професійне мистецтво теле- і радіожурналіста?
18. Методичні вимоги до виступів по радіо і телебаченню.
19. Головні методичні засади створення радійного і телевізійного інтерв'ю.
20. Порівняйте особливості радійного, телевізійного і газетно-журнального інтерв'ю.

21. Яка мета радіо- і телевізійного інтерв'ю?
22. Які види інтерв'ю розрізняють німецькі телевізійні журналісти?
23. Основоположні принципи методу підготовки запитань для інтерв'ю.
24. Головні методичні вимоги до журналіста під час інтерв'ювання.
25. Назвіть запитання, які на думку канадського репортера, викладача журналістики Д. Савотські, варто заборонити під час інтерв'ю.
26. Що є найціннішим інтелектуальним, просвітницьким матеріалом у радійному і телевізійному інтерв'ю?
27. Схарактеризуйте особливості роботи відеожурналіста.

Завдання для самостійної роботи

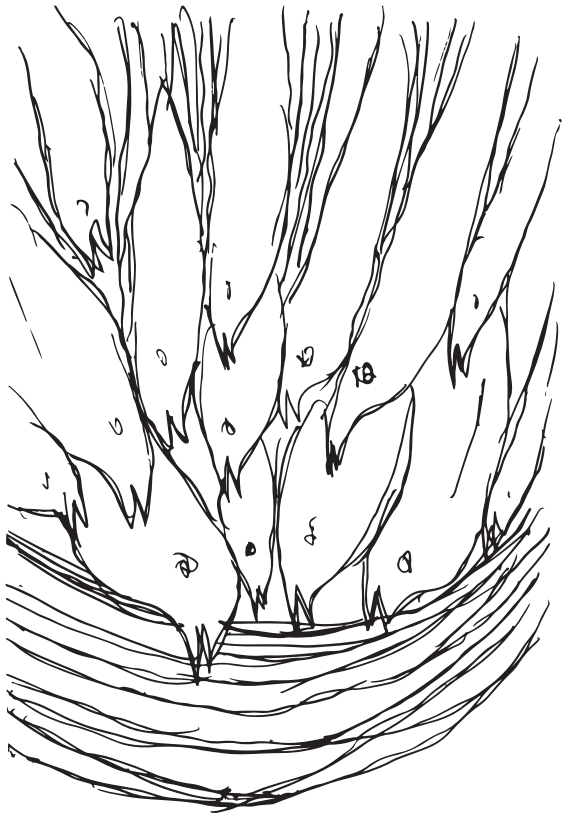
Студенти опрацьовують рекомендовану літературу до теми, слухають і дивляться інформаційні радіо- і телематеріали та їх аналізують під час занять.

Порадившись з викладачем, студенти визначають власні теми радіо- і телевізійних повідомлень, звітів, репортажів, інтерв'ю. Після їхнього створення слухають, переглядають, обговорюють та оцінюють.

Література

1. Андроников И. Л. Мыслить публично, мыслить вслух / И. Л. Андроников // Советское радиовещание и телевидение. – 1961. – № 3. – С. 70-72.
2. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник. Вид. 2-ге / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2006. – 208 с.
3. Іщенко Н. Правило обрання булочок, або Урок ірраціональності для політтехнологів та медійників / Н. Іщенко // День. – 2019. – 26–27 квіт.
4. Кэррол Э. Изард. Психология эмоций / Изард Э. Кэррол / пер. А. Татлыбаева, В. Мисник. – Изд-во Питер, – 2007. – 464 с.
5. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт диск.
6. Лизанчук В. Журналістська майстерність : підручник. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.

7. Мелещенко О. К. Актуальні питання журналістики : Зб. наук ст. і виступів офіц. опонента на захисті доктор. і канд. дис. / О. К. Мелещенко. – К. : Паливода А. В., 2012. – 112 с.
8. Мирончeнко В. Я. Діалогічні жанри радіомовлення / В. Я. Мирончeнко. – К., 1978. – 51 с.
9. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, Т. 62 / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
10. Недопитанський М. І. Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії : практ. посібник / М. І. Недопитанський. – К. : ДП «Газетно-журнальне видавництво Міністерства культури і туризму України», 2009. – 144 с.
11. Семенченко В. «Те, якою мовою ви пишете, – це вже громадянська позиція» / В. Семенченко // День. – 2019. – 9–10 серп.
12. Таггл К. Новости в телерадиоефире. Подготовка, продюсирование и презентация новостей в СМИ / К. Таггл, Ф. Карр, С. Хаффман ; пер. с англ. – М. : ГИТР, 2006. – 327 с.
13. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Э. Фихтелиус / Пер. со швед. Вероники Менжун. – М., 1999.
14. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : посібник. – 2-ге вид. доповн. і перероб. / А. В. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 262 с.
15. Kerstan Peter. Der journalistische Film. Jetzt aber richtig – Bildsprache und Gestaltung. Frankfurta. M., 2000.



Розділ V.

Як аналізуємо, плумачимо, роз'яснюємо факти, події, явища

В інформаційних радіо- і тележанрах здебільшого називають, повідомляють, відповідають на вісім запитань: «що?», «де?», «коли?», «хто?», «чому?», «як?», «яке джерело?», «який наслідок?». В аналітичних теле- і радіожанрах – анатомують, оцінюють факти, події, явища, обов'язково пояснюють, чому так сталося, які причини і наслідки події чи явища, що треба чекати і чого бажано уникнути за тих чи інших обставин. Аналітика належить до складних інтелектуальних процесів. Завідувач кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, професор О. Я. Гоян слушно підкреслює, що аналітичні жанри відзначаються вживанням публіцистичного стилю, який характеризується аналітично-порівняльним сприйняттям навколишньої дійсності та дозволяє інтерпретувати її щодо викладу актуальних повідомлень суспільно-політичної, соціально-економічної, науково-культурної, спортивної тематики тощо [1, с. 113]. Аналітичні радіо- і тележанри за хронометражем триваліші в ефірі, ніж інформаційні. Адже аналітична телерадіожурналістика порівняно з інформаційною вимагає від журналіста компетентнішого, глибшого проникнення в суть події, явища, критичного осмислення в контексті суспільно-політичного життя, а також прогнозування.

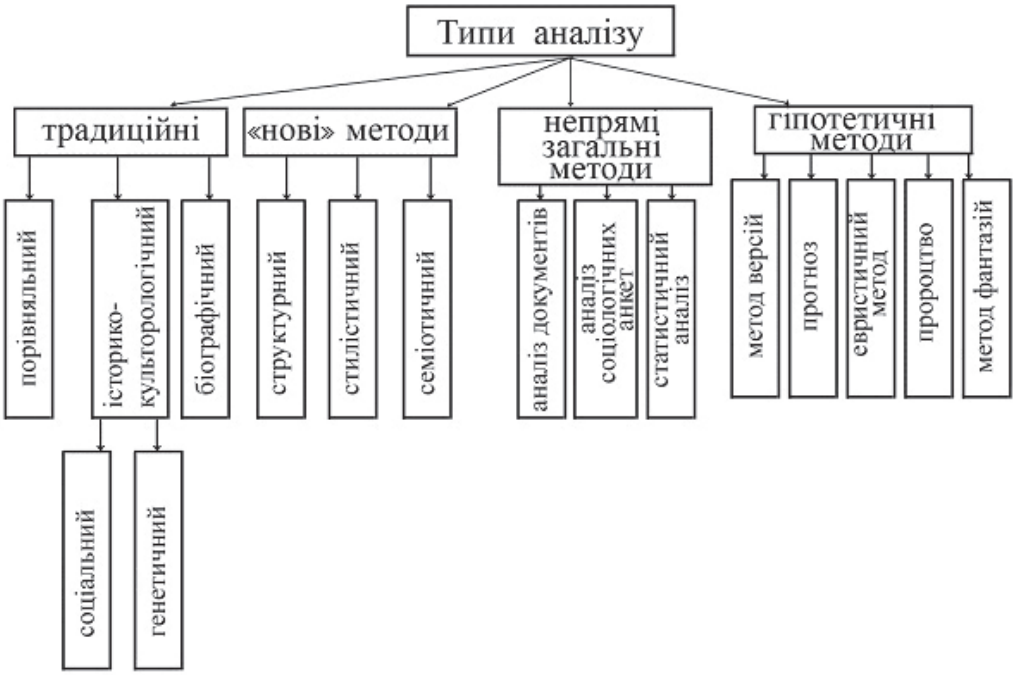
У перекладі з грецької слово «аналіз» означає розкладання, розчленування. «Аналізом називають процес мисленнєвого, а також частково реального розчленування предмета, явища (зокрема і відношення між предметами) на частини, з метою ліпшого, детальнішого їх розгляду. Протилежний аналізу синтез, тобто поєднання різних елементів, сторін, предметів, явищ у єдине ціле, систему» [2, с. 184].

Аналіз і синтез називають сіамськими близнюками. Адже це нерозривний аналітико-синтезуючий процес. «Аналіз як відтворення сприяє руху думки, є основою для синтезу, аргументації головної думки автора. Як метод відтворення аналіз виконує такі функції: сприяє оцінці фактів, їхньому розумінню, з'ясуванню і виявленню суті причин подій і явищ, встановленню зв'язків і взаємозалежності між фактами, подіями, виражає ставлення автора, формує думку читача» [4, с. 14]. Аналіз і синтез існують для переконування радіослухача і телевізійного глядача в істинності думок журналіста, учасників теле- і радіопередачі. Процес порівнювання, оцінювання передує узагальненню, синтезу думок, аргументованим висновкам.

Отже, аналіз і синтез здійснюються як у практичній діяльності, так і в процесі журналістського пізнання, які застосовуються для проникнення у сутність фактів, подій, явищ, щоби внаслідок логічного зіставлення, розмірковування з одного боку або кількох суджень вивести нове, таке, яке відповідає правдивій дійсності. У філософських словниках мовиться про три основні форми розмірковувань, умовиводів: 1) *аналогія* (встановлення подібності між різними фактами, подіями, явищами); 2) *дедукція* (тлумачення загальних положень конкретними фактами); 3) *індукція* (перехід від одиничних фактів до загальних положень).

Професори В. Й. Здоровега і О. Д. Кузнецова у своїх працях [2; 4] схарактеризували журналістські методи аналізу, до яких належать: 1) *традиційні*: порівняльний – зіставлення і протиставлення фактів, подій, явищ; історико-культурологічний – містить аналіз історичних і культурних подій, фактів; біографічний – здійснює аналіз життя і праці людини; соціальний – з'ясовує закономірності виникнення, функціонування й розвитку соціальних утворень; генетичний – аналізує розвиток об'єкта дослідження; 2) *«нові» методи* досліджують внутрішні зв'язки об'єкта аналізу: структурний – конкретне вивчення побудови об'єкту; семіотичний – дослідження різних систем знаків для передачі інформації; стилістичний – його найчастіше використовують у жанрах літературно-мистецької критики; 3) *непрямі загальні методи*: а) аналіз документів, творів літератури, періодики про об'єкт дослідження; б) статистичний аналіз – дослідження цифрових даних; в) аналіз соціологічних анкет; 4) *гіпотетичні методи* журналісти використовують для пояснення певних явищ дійсності: метод версій – це одне з пояснень, припущень, тлумачення фактів, явищ стосовно виникнення, характеру й взаємозв'язку виявлених даних. Версія гіпотетичного характеру виправдана, якщо передбачення містить реалістичну ідею, виходить із варіантів, один з яких містить істину; метод фантазій – це мріяння, уявне відтворення небаченого на основі попереднього сприйняття фактів, подій, це – створення нереальних публіцистичних образів; прогноз – точніший аналітичний метод передбачення стану, явищ у майбутньому на підставі об'єктивних даних, вивчення закономірностей їхнього розвитку, сторонніх впливів; пророцтво – цей метод найчастіше використовують у релігійних радіо- і телепрограмах, а також у матеріалах про ясновидців, екстрасенсів тощо; евристичний метод – особливий науковий, не подібний до жодного способу отримання нового знання. Це інтуїтивне осяяння, здогадка результату.

Аналітичні методи дослідження



Безперечно, телевізійна і радіоаналітика вимагає значно глибшої, ширшої, порівняно з репортерським відтворенням, компетентності, професійного вміння проникати у складну сутність фактів, подій, явищ, критично осмислювати їх, стверджувати, спростовувати, заперечувати, прогнозувати суспільно-політичний розвиток. «Журналіст, який зайнятий переважно аналізом, йде до людей за думкою. Сказане ним стисле, лаконічне – це не рідко переосмислений широкий масив думок інших, компетентних людей. Він шукає людей, які не тільки володіють певним обсягом достовірної інформації, а вміють продуктивно, небанально мислити» [2, с. 188].

Готуючи радіокореспонденцію, журналіст має обрати оптимальний композиційний варіант розповіді, щоби зацікавити слухача і втримати його увагу. «Використовувати «додатковий звук», тобто документальні записи авторитетних учасників подій або акустичні засоби, що характеризують атмосферу події, треба вміло, щоб не руйнувати плину, ритму переконливої оповіді радіожурналіста» [5, с. 387]. Адже радіокорес-

понденція насичена не лише описом фактів, подій, а певною системою суджень, міркувань на підтвердження думок, ідеї автора, ґрунтуючись на аргументації. Характерною особливістю інформаційної та аналітичної радіокореспонденції є індуктивний виклад думки.

Анатолій Яковець зазначає, що телевізійна кореспонденція це – «екранний еквівалент» газетно-журнальної, радійної кореспонденції. Але телевізійна кореспонденція не втрачає своїх жанрових ознак і в тих випадках, коли автор-кореспондент залишається за кадром, адже текст кореспонденції зазвичай читає сам автор. «У кореспонденції на телевізійному екрані два повноправних автори – журналіст і відеооператор. Їх обох справедливо можна назвати тележурналістами, бо зображальна сторона кореспонденції така ж важлива, як і словесна. Кореспондент не має права розповідати про щось, а тим більше оцінювати, не давши глядачеві можливість побачити [13, с. 99]. До речі, часто кореспонденцію плутають із репортажем, але від нього вона відрізняється узагальненням і ступенем аналізу. Зазначимо, що жанр радіо- і телевізійної кореспонденції наближається до розширеного радіо- чи телевізійного повідомлення. У кореспонденції також повідомляють факти, але з певним аналізом і узагальненням.

У німецькій радіо- і телевізійній журналістиці «кореспонденція – це щось на кшталт старшого брата новини» [9, с. 48]. В інформаційній програмі вона розповідає про **актуальний факт чи подію**, яка становить загальний інтерес. Її звичайна тривалість у таких програмах, як «Tagesschau» або «RTL aktuell», становить в середньому близько однієї хвилини 30 секунд. Однак тривалість кореспонденції може варіюватися залежно від важливості теми і поточної ситуації з новинами.

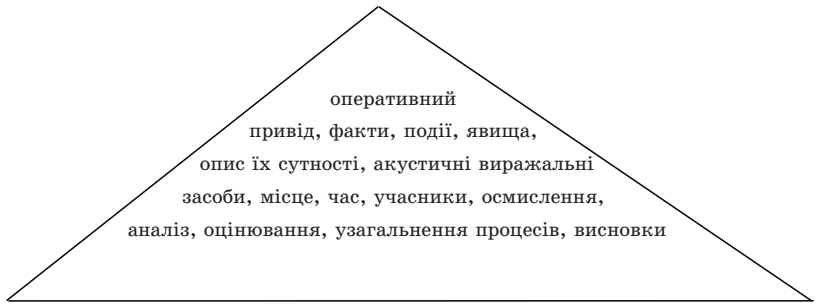
«Кореспонденція відрізняється від новин у фільмі передусім тим, що вона виходить за межі простого повідомлення фактів, – наголошують Даніель Мой і Мартін Ордольфф. – Кореспонденція висвітлює проблему з кількох ракурсів і надає глядачеві довідкову інформацію. Вона пояснює, описує, диференціює, уточнює, порівнює факти та думки і пояснює причинні зв'язки. Текст кореспонденції стислий та діловий; він містить інформаційні «місточки», які сприяють кращому розумінню зорового ряду та ведуть за собою глядача» [9, с. 48–49].

Розрізняють різні форми кореспонденцій: *кореспонденція про факти*, в якій узагальнюються факти. Вона не містить суб'єктивних оцінок; *кореспонденція про дії*, в якій ідеться про перебіг подій. У сюжеті

необхідно прозоро і чітко показати перебіг і наслідки відповідної події; *кореспонденція про пережите* має сильне суб'єктивне забарвлення, бо автор ставить у центр уваги свій власний досвід у поєднанні з предметом своєї оповіді; *кореспонденція на основі цитат* становить узагальнення виступу або пресконференції. Вона повинна містити квінтесенцію події. Хронологія перебігу поступається місцем оцінці важливості сказаного. «Мова кореспонденції, зазвичай, проста, коротка і стисла. Тексти треба писати так, щоб при першому прослуховуванні не виникало проблем з розумінням. Для довгих речень у кореспонденції немає місця. Найкраща форма – теперішній час» [9, с. 50].

Дослідники української журналістики зазначають, що головною особливістю аналітичної радіо- і телевізійної кореспонденції є аналіз актуальних фактів, подій, явищ з усіх сфер життєдіяльності українського суспільства. Журналіст аргументовано, компетентно, пристрасно викладає матеріал, його розповідь рухається від часткового до загального. Встановивши причинно-наслідкові зв'язки між фактами, подіями, явищами, осмисливши і проаналізувавши можливість впливу конкретного чинника на конкретну ситуацію, телевізійний- чи радіожурналіст досить часто висуває на розгляд громадськості насущну проблему, яка потребує розв'язання, тобто спрямовує радіослухачів, телеглядачів до активної громадянської, морально-духовної діяльності, ефективної праці заради розвитку й утвердження української України. Отже, аналітична теле- і радіокореспонденція ґрунтується на осмисленні, аналізі соціально значущих фактів, подій, явищ дійсності, відображенні різних поглядів, що зумовлює шляхи розв'язання проблеми, наближення до істини.

Архітектоніку радіокореспонденції і телевізійної кореспонденції можна схематично зобразити так:



Індуктивний виклад думки в радіокореспонденції

Індуктивний виклад думки в телекореспонденції

Аналітичний, оціночний характер притаманний радіо- і телевізійним коментарям. Адже коментар – це роздум, тлумачення, всебічне осмислення факту, події, явища з метою впливу на свідомість слухачів, глядачів, сприяння формуванню громадської думки. Хоч коментар належить до аналітичних жанрів, він завжди має подієвий привід. За способом використання коментарів на радіо і телебаченні їх поділяють на два види: 1) короткий коментар, що є складником (елементом) тієї чи іншої передачі (випуск новин, спортивний щоденник, огляд), у якому підсумовують події дня, тижня, місяця. Німецькі фахівці зазначають, що коментар на телебаченні не довший однієї хвилини і тридцяти секунд. Неодмінна умова – чітка і проста мова [9, с. 88]; 2) розширений коментар як самостійна передача або закінчена структурна частина програми. Його обсяг 5 хвилин і більше.

Радіо- і телевізійний коментар також трактують у вузькому і широкому розумінні. Досить часто телерадіожурналісти просять авторитетну, компетентну особу дуже коротко роз'яснити, розтлумачити та оцінити суть факту, події, явища. У такій ситуації коментар виконує підпорядковану роль, тобто він має обмежений, вузький характер. Широке розуміння коментаря зумовлене глибиною, всебічністю, проблемністю аналізу суспільно-політичних, соціально-економічних, національно-ідеологічних, морально-психологічних життєвих процесів. Отже, залежно від мети, характеру матеріалу, про який мовиться у коментарі, розрізняють: 1) оперативні (конкретно-подієві) і 2) проблемні коментарі.

Залежно від тематичного спрямування радійні й телевізійні коментарі поділяють на зовнішньополітичні та внутрішньополітичні. Якщо відбулася важлива політична подія, зміст якої важко зрозуміти з інфор-

маційних повідомлень, або подія, що досить складна для висвітлення в інформаційному телерадіоматеріалі, то вдаються до зовнішньополітичного коментаря.

Внутрішньополітичний телерадіокоментар зазвичай створюється, коли потрібно: а) прокоментувати Закон Верховної Ради України, Указ Президента, розпорядження Уряду, результати виборів, інші важливі суспільно-політичні документи, які є актуальними і викликають громадський інтерес. Зауважимо, що у подібних випадках існує небезпека перетворити коментар або в резюме, або в розширене повідомлення про документ, який розглядається. У цій ситуації найліпше із усього матеріалу вибрати найхарактерніше, найважливіше і саме цю частину документа прокоментувати; б) прокоментувати актуальні факти або події суспільно-політичного життя, привернути увагу громадськості до того, що в цей момент є дуже важливим у процесі українського державотворення.

Виокремлюють також дві модифікації коментаря: коментар-довідку і коментар-репліку. Зазначимо, що їм притаманний оцінно-констатуючий характер. За їхньою допомогою можна тільки посвідчувати або оцінювати події, але належно не аналізувати. Складається інколи ситуація, що ту чи іншу подію нема потреби аналізувати. Досить дотепним зауваженням у вигляді ілюстрованої довідки або репліки, торкаючись лише тієї частини факту, події, явища, на яку потрібно так чи інакше звернути увагу. Репліка досить експресивна, насичена гумором, іронією, сарказмом, нерідко в'їдлива. Обсяг відеорадіорепліки 1,5–2 хв. На німецькому телебаченні коментарі такого штибу називають «іронічними коментарями». «Іронічний коментар на телебаченні – надзвичайно суб'єктивний жанр. Тому від автора вимагаються широкі знання з тієї чи іншої теми. Лише тоді він у підкреслено полемічний спосіб зможе зайняти належну позицію щодо актуальних чи релевантних подій. На відміну від радіо – не тільки текст має бути внутрішньо узгодженим та оригінальним. Тут особливе значення має поєднання тексту, прямої мови та зображення. Важливий елемент іронічного коментаря – його «перчинка» [9, с. 71].

Отже, головним завданням радійного і телевізійного коментаря «не тільки пояснити певні питання, але й доповнити знання аудиторії про ту чи іншу подію або явище. Деталізація інформації підвищує переконливість коментаря, його аргументованість. Нерідко необхідним елементом доповнення інформації і, водночас, підсилення аргументованості викладу служать цитати й цифрові дані» [13, с. 95]. Додаткові факти, деталі, подробиці можуть використовуватися не тільки для збільшення

достовірності, переконливості матеріалу, а й для підвищення інтересу аудиторії до теми, що розглядається коментатором.

Структурну модель радіо- і телевізійнго коментаря можна зобразити так:

Введення, причина, мотивування, обґрунтування мети, теми коментування факту, події, явища, закону, іншого важливого документа, актуального висловлювання державно-політичного діяча, роз'яснення, тлумачення, аналіз їх в контексті суспільно-політичних, соціально-економічних, національно-ідеологічних, морально-психологічних процесів, професійне використання емоційно-раціонального багатства усних мовно- стилістичних, аудіо- і відеозображальних засобів, цитат, цифр для аргументації, достовірності, переконливості правдивої позиції, майстерності оповіді, поінформованості, компетентності, патріотизму, широти інтелектуальних поглядів, узагальнення коментованого питання або прогнозування.

Індуктивний і дедуктивний метод коментування

Педагогічна практика свідчить, що викладачі кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка рекомендують студентам різні теми для коментування та експериментують щодо методики підготовки коментарів. Наприклад, до 150-річчя від дня народження Івана Франка студенти роздумували, роз'яснювали, тлумачили життєдайність ідей Каменяра: «Не пора, не пора, не пора // Москалеві й ляхові служить! // Довершилась України кривда стара, – // Нам пора для України жить»; «Пора, діти, добра поглядати // Для власної хати, // Щоб ґаздою, не слугою // Перед світом стати!»; «Ми мусимо навчитися чути себе українцями – не галицькими, не буковинськими українцями, а українцями без офіціальних кордонів».

Диктор І: В ефірі Львівське обласне радіо

(Звучить пісня «Не пора, не пора, не пора москалеві й ляхові служить!», стишується, на її фоні оголошується).

Диктор ІІ: До 150–річчя від дня народження Івана Франка.

Диктор ІІ: Спільний проект студентів факультету журналістики під керівництвом завідувача кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка, професора Василя Лизанчука та Львівського обласного радіо

(Звучання пісні на декілька секунд підсилюється, а потім зовсім стихає, диктор оголошує прізвище автора коментаря, звучить коментар).

Диктор І: В ефірі радіокоментар «Соборність української нації» Світлани Радішевської.

Радішевська: Ідея соборності українських земель, проблема єдності українців Сходу і Заходу знайшла відображення у поглядах Івана Франка. Під час революції 1905 р. у Росії Іван Франко пише «Одвертай лист до галицької української молодежі». Він бачив те завдання, яке стояло перед українською інтелігенцією – «витворити з величезної етнічної маси українського народу *українську націю*, суцільний культурний організм, здібний до самостійного культурного і політичного життя, відпорний на асиміляційну роботу інших націй, відки б вона не йшла, та при тім податний на присвоювання собі в якнайширшій мірі і в якнайшвидшім темпі загальнолюдських культурних здобутків, без яких жодна нація і жодна хоч і як сильна держава не може остоятися».

Саме тому Іван Франко акцентує увагу на обов'язку галицьких українців допомагати наддніпрянській Україні: «Ми мусимо навчитися *чути себе українцями* – не галицькими, не буковинськими українцями, а українцями без офіціальних кордонів. І се почуття не повинно у нас бути голою фразою. А мусить вести за собою практичні консеквенції», тобто цілеспрямовану, сумлінну працю. Власне, тоді Іван Франко прагнув об'єднати Україну, яка була «роздерта» між Російською та Австро-Угорською імперіями. Сьогодні ж, як і в минулому, одним із основних суспільних, державних завдань є поглиблення соборності України, а не поділу її на федеративні регіони. На жаль, до цього закликають промосковські політичні діячі, зокрема Віктор Янукович.

Під час Президентської виборчої кампанії 2004 р. українці збагнули, що деякі політики намагаються ввести народ в оману, аби зайняти керівну роль у державі. Тому громадяни України свідомо сконсолідувалися навколо однієї ідеї – національної, духовної, морально-психологічної. Сама ж ідея, – її можна назвати національною соборністю і незалежністю, – народилася і викристалізувалася ще у XIX ст. Справді, ідея соборності невіддільна від української історичної долі, свідомості і навіть ментальності так само, як ідея державності, є актуальною і сьогодні. На думку О. Зайцева, події листопада–грудня 2004 р. є прямим продовження незавершеної української революції 80–90-х років, адже повного зламу старої системи Україна не досягнула у 80–90-ті роки. Під час національної революції українці показали світові рівень культури, толерантності, державницьке мислення, прагнення будь-що утвердити правду, справедливість, чесність у владних структурах.

Власне, національна революція, яку називають помаранчевою, сконсолідувала українську націю. Про це на повен голос заявили мільйони учасників мирних акцій протесту з різних регіонів України, які стояли

пліч-о-пліч на майдані Незалежності. Всупереч сподіванням влади та північно-східних суфлерів, мітингуючі не розкололися і утверджували свою національну єдність, свою національну гідність, захищали цілісність України, чого так прагнув Іван Франко у XIX ст., і чого прагне сьогодні українська національна еліта. На Київському та інших майданах України було не суттєво, хто є українцем етнічним, а хто має неукраїнське походження. Хто українськомовний, а хто – російськомовний. Мільйони наших громадян неукраїнського походження чи російськомовних, які відстоювали правду, чесність, людську гідність, разом із національно свідомими етнічними українцями від заходу до сходу, витворюють нині нову спільноту європейського ґатунку – українську політичну націю, об'єднану сповідуванням спільних ідеалів: неприйняттям тоталітаризму як форми суспільного устрою, прагненням бути вільними та жити за загальноєвропейськими демократичними стандартами, розвиваючи і утверджуючи українське національне життєве середовище.

У цьому контексті актуальним і нині є заклик Івана Франка «навчитися чути себе українцями». Український мислитель немов дивився у дзеркало майбутнього. Адже саме на Майдані громадяни України відчули справжню гордість за себе, відчули себе справжніми українцями. І не просто українцями, а Українцями з великої літери. А бути Українцем – це означає бути відповідальним за долю України і нести відповідальність... Тому Іван Франко виступав непохитним борцем за об'єднання українських земель та захисником інтересів українців.

Отже, звернувшись до власного, хоч і не легкою ціною здобутого досвіду, можемо ще раз задуматись над сьогоднішніми взаєминами між політичним проводом і українським народом, адже цей фактор для обох сторін є доленосним. Виникає запитання: чи колись вдасться нашій нації отримати правлячу еліту справді «найкращих»? Для цього нам, мабуть, необхідно навчитися «правильно вибирати», а кандидатам у парламент – щиро допомагати та «бути гідними» високого вибору. Кожен українець, незважаючи на своє місце в соціумі, повинен мати у своєму серці Україну, а політики змінити свій «пасивний спосіб думання, мовляв, Україна сама зробиться» – на «активний спосіб думання: що і як ми, українці, робимо для утвердження української України». Тобто, за зразок маємо брати титанічну працю великого Українця Івана Франка.

Диктор II: Ми передавали радіокоментар «Соборність української нації» Світлани Радішевської.

* * *

Диктор І: В ефірі радіокоментар «Формуємо нове обличчя нації» Ольги Процик.

Процик: Носієм повноцінної національної гідності може бути лише незалежний народ, незалежний не стільки адміністративно, скільки внутрішньо, духовно. Здобути зовнішню незалежність досить важко, а от відродити дух нації, який винищували віками, ще складніше. Духовне обличчя народу, його мораль, свідомість створюється тим інтелектуальним потенціалом нації, який надбає держава. Бо саме вона може забезпечити формування національної еліти – ядро інтелектуального потенціалу суспільства.

Питання формування національної еліти в українській історії привертало увагу дослідників не одного покоління. Іван Франко у праці «Поза межами можливого» слушно писав: «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*».

Сьогодні, коли ще свіжими є безцінні уроки Помаранчевої революції, а дух та ідеали Майдану консолідують український народ, гостро поставлене питання формування національної еліти. Еліта – від французького «elite» – кращі, обрані, відібрані. Найвидатніші представники тієї чи іншої частини суспільства, верхній шар суспільства, класу, групи. Кого, за якими критеріями, на яких засадах ми оберемо як свою політичну, правову, наукову та іншу еліту? Адже від цього залежатиме процес повноцінного духовного, національного, соборного утвердження української України.

У пошуках відповіді варто взяти до уваги теоретичні засади формування національної еліти дослідниками попередніх поколінь. Зокрема, Дмитро Донцов у праці «Дух нашої давнини» вважав, що репрезентувати націю має не «трудова інтелігенція», а лише верства «вусько елітних людей». Водночас не можемо погодитися із думкою, що «народ для всякої ідеї, чи в її становленні, чи в динамічному стані – чинник пасивний, той що приймає». Адже несправедливо було б характеризувати найважливіші повороти в історії українського народу з огляду на відсутність у ньому всякої енергії та самостійності. Адже нація як суб'єкт історії є не менш активним чинником, ніж її еліта.

Чи не найцінніші настанови щодо формування національної еліти залишив для нас Іван Франко. Він запевняв, що саме молодь повинна

стати основою української еліти. За його словами «молодь – основна рушійна сила поступу нації». Це яскраво підтвердила ситуація в Україні. Саме молодь – студенти розпочали хвилю протестів, що переросла у Помаранчеву революцію. Саме вони не шкодували свого здоров'я та життя, лягали під колеса автомобілів, БТРІв, обстоювали своє право на вибір, правду, свою свободу, вільне слово… Тобто, за словами Івана Франка «гартували свою волю», ставали «мужами», «повними любові до свого народу і здібних виявляти ту любов»… Тоді чому досі так мало молодих людей в управлінській еліті?

Головний науковий співробітник Інституту соціальної і політичної психології Олена Донченко вважає: проблема полягає у тому, що в українському суспільстві немає чітко сформульованих ідеологічних груп, які б представляли конкретну сучасну українську національну ідеологію. Адже практично всі партії залучені для виконання завдань правлячої еліти. Звичайно, у цих партіях є молоді лідери, однак пробитись до виборчих списків для багатьох із них було дуже складно. Наразі нагору ведуть лише грошові й посадові шляхи, а ефективний механізм зміни політичної еліти ще не створений. Тому нині, за словами Олени Донченко, у верхах потрібна не тверда рука, а тверде замовлення на оновлення.

Тож сьогодні, у час «великої історичної доби», коли «тріскає крига абсолютизму та деспотизму», як і передбачав колись славетний Каменяр, перед молодим поколінням стоїть непросте завдання – утверджувати розумне, побудоване на принципах християнської моралі, українське громадянське суспільство, яке повинне прислужитися тому, щоб у кожній клітині великого державного організму пульсувало відчуття україноцентризму. Адже від того, наскільки чітко молоде покоління уявляє собі майбутнє України, залежить його безпосередня участь у розвитку держави. Прислухаймося до натхненного заклику Івана Франка: «…До праці, молоді приятелі, до інтенсивної, невсипущої праці над собою самими! Здобувайте знання, теоретичне й практичне, гартуйте свою волю, виробляйте себе на серйозних, свідомих і статочних мужів, повних любові до свого народу й здібних виявляти ту любов не потоками шумних фраз, а невтомною тихою працею».

Диктор ІІ: Ми передавали радіокоментар «Формуємо обличчя нації» Ольги Процик.

У 2018–2019 навчальному році студенти коментували думу-казку Степана Васильченка «Ось та Ась».

Хто переможе ?

Чим корисна дума-казка? Як хочете зрозуміти суть московської нації, то прочитайте «Ось та Ась». Там все дуже коротко і влучно. Московія (Росія) споконвіків зазіхала на нашу територію, вела себе в Україні як господар, керувала корінними мешканцями. У москалів немає совісті, ніколи не було і хто-зна чи колись буде. Дума-казка написана ще у 1918 році, а зараз відбуваються абсолютно аналогічні події. Ась приходить на територію Східної України і каже, що він господар. Хіба може будь-яка держава посягати на територію незалежної та суверенної сусідки? Росія може. У неї немає ні моралі, ні совісті. Толерантність, демократія, повага – росіяни не знають значення і сенсу цих понять.

Угода, яку уклали між собою Ось та Ась дуже влучно передає те, як сотні років Росія укладала договори на папері, а на ділі їх безсоромно порушувала. У думі-казці Ось поважає дану ним обітницю, ставить її вище усього, бо ж він поклявся! Натомість для Ася обітниця нічого не варта, він присягнув лише для того, щоб обдурити Ося. Москаль весь час думає, як би спекатись козака. Посилає його світ за очі та навіть планує заживо поховати, а коли Ось хоче протистояти, то він до нього: «***А святую присягу помнишь?***». Ця фраза характеризує всю історію українсько-російських відносин. Російська держава укладала договори, перша їх порушувала, а потім звинувачувала Україну у зраді.

Намагання Ася заживо поховати Ося нагадують мені, як Сталін і його комуністична кліка у 1932–1933 роках хотіли зробити подібне – заморити голодом усіх українців. Тоді він мільйони людей залишив без крихти хліба і тільки чекав, коли українці вивмирають, аби таким чином навічно прибрати до загребущих московських рук Україну.

У думі-казці Ась вдає, що він брат Ося: «***Братец родненький, братец мой кровненький!***» Це дуже типово для Російської держави. У 1939 році більшовики підпорядкували Західну Україну під гаслами визволення від капіталістів і поміщиків. Після Другої світової війни німецька окупація змінилася на набагато жорстокішу – російсько-радянську. Вже в період незалежності України російські війська віроломно анексували Автономну Республіку Крим, загарбали частину Донецької і Луганської областей, мовляв, рятували місцевих жителів тому, що Україна «ущемляет права русскоговорящих». Російська влада завжди нахабно прикривається благородними намірами перед тим, як накинутися на когось і зжерти.

Дума-казка «Ось та Ась» викликала у мене думки про хворобливі якості українців. Це те, що він не готовий брати відповідальність за власне майбутнє. «***А де ж ти до того часу барилася, зрадлива доле, що зовсім про мене не***

дбала?» – сказав невдоволений Ось до власної долі, яка прийшла на його похорон. Сучасні українці теж багато нарікають на владу, чекають, коли вона побудує для них прекрасну країну, де нема корупції, бідності і злиднів. Ось забув, що сам винен в тому, що довірився Асю, а той, як виявилося, хотів його погубити. Так і сучасні українці забувають, що це ВОНИ дають хабарі. Вони винні в тому, що корупція процвітає. Даєте хабар на локальному рівні, а на масштабах державних хочете чесності! Такого не буває. Не було би тих, хто дає, то і не було би кому брати. Якби КОЖЕН українець перестав давати на лапу, то повірте, за деякий час ми би забули, що таке корупція.

Часто можна почути: «***Як у тій країні можна нормально жити? Влада думає тільки про себе, краде у власного народу, забирає наше майбутнє***». А хіба краде тільки влада? Будівельник Іван розкрадає у фірми будматеріали. Кухарка Олена працює в їдальні у військовій частині, готує їжу для наших захисників. Після кожної зміни чоловік зустрічає її після роботи на машині, бо в руках у неї величезні пакети, а там цукор, макарони, фрукти, йогурти та інші харчі, які вона сама додому не в силах занести. Можу навести таких прикладів багато, але сенс ви вже і так зрозуміли. **У нас краде не тільки влада, краде народ**. Всі хочуть змін, хочуть краще жити, але що вони для цього роблять? Та нічого. Вони, як Ось, нарікають на інших, думають, що доля їхня винна. Хоча насправді кожен повинен покладатися лише на власні сили. Отже, дума-казка «Ось та Ась» в алегоричній формі відкриває для нас вікно у великий світ, де панує брехня і правда, зло і добро.А що переможе – злорадість чи гідність – залежить від кожного з нас.

Софія Мінджоса

* * *

«Ось та Ась»: урок тривалістю в століття

Можна скільки завгодно інтерпретувати рядки думи-казки Степана Васильченка на сьогодення, та спочатку потрібно звернутися до умов, в яких вона була написана. На час написання, а це 1918 рік, автор, знаний письменник і педагог, вимушено перебував у Кам'янець-Подільському, адже боротьба за українську державність вже котилася до поразки саме від росіян. Тож неприхована ненависть до збірного образу росіянина (москаля в тексті) зрозуміла.

Перше, що напрошується одразу – проблема циклічності історії. Ми раз у раз набиваємо гулі. 1654, 1918, 2014 – скільки ще карколомних моментів повинна пережити наша нація, щоб усвідомити власну згуртованість та вод-

ночас окремішність від інших народів? Москаль, який приходить наводити порядок у нашій хаті – це звісно погано, але сусіди, що не приходять на виручку в біді – куди гірше. У 1919 році Акт Злуки підписували, вже потрохи втрачаючи території. У 2013 році Революція Гідності почалася не з посту Мустафи Найєма (початок мітингів на підтримку євроінтеграції), а з побиття беззахисних протестувальників, молоді, яка мирно в мирний час реалізовувала свої громадянські права.

А тепер завернемо туди, куди інші навряд чи й заглянуть. Тема алкоголю, як на мене, демонструє той факт, що проблеми набули масштабу такого, що навіть ідеалізований образ Ося автор розбавляє етиловим спиртом. Попри розвиток спортових товариств, судячи зі згадки цього епізоду у Степана Васильченка, проблема вирішеною не була. Сьогодні ситуація в дечому схожа: реклама алкоголю потрапляє нам на очі вкрай рідко через низку обмежень і заборон, а от продактплейсмент, спонсорування та прихована реклама напоїв процвітає. Кажуть, що в моду вже увійшов чи саме входить здоровий спосіб життя, та чомусь фразу «мабуть, перетренувався», чи «знаєш, от недавно травмувався на тренуванні/пробіжці/змаганнях» не чув практично ні разу, на відміну від «вчора набухався», «оце ми напилися», чи «та ні, то я їжею траванувся, горілка тут ні до чого».

Кажете – проблеми у нас з військовою агресією зі сторони Росії? Продовжуйте дивитися тільки поперед себе, не озирайтеся і зовсім скоро ні на оборону наших рубежів, ні в атаку проти московських загарбників йти буде нікому.

Дійшли ми, нарешті, переступивши через розрізнений народ та просто алкоголіків, до людей, яким очей в Сірка не позичати. Богдан Хмельницький помилився, коли повважав Московське царство рівним собі. Наступні декілька століть вселили східним нашим сусідам впевненість у тому, що російсько-український симбіоз – природній і руйнувати його смерті рівно. І от вже сто років москалі/росіяни, радянські люди «качають» нас за тим же сценарієм. XX століття: столиця у Харкові, Донецько-Криворізька Радянська Республіка; XXI століття: «зелені чоловічки», з'їзд депутатів Південно-Східних регіонів та Криму, бойовики в ОРДЛО. Наші гулі стали надто часто кровити та багряніти і не припиняють цього робити вже більше шести років. Можливо тому, що люди не читають історії чи бодай таких простих декодованих послань як у Степана Васильченка? Закінчу словами Тараса Григоровича Шевченка: «Не дуріте самі себе, // Учітесь, читайте, // І чужому научайтесь, // Й свого не цурайтесь. // Бо хто матір забуває, // Того Бог карає, // Того діти цураються, // В хату не пускають. // Чужі люди проганяють, // І немає злому // На всій землі безконечній // Веселого дому».

Тарас Жеребецький

* * *

Чи прозріють Асі?!

Уже з перших рядків думи-казки «Ось та Ась» відчуваю відразу до Ася, тобто москаля. Всі його репліки, всі його вчинки свідчать про те, що він налаштований діяти рішуче та агресивно. Він хоче присвоїти все собі, підпорядкувати всіх собі у той час, як козак Ось поводиться спокійно та стримано. Він не проявляє ніякої агресії та виглядає добродушним.

У цей момент одразу хочеться провести паралель з сучасною Україною та Росією. І мова зараз не лише про збройну агресію Російської Федерації проти України. Для простішого прикладу можна порівняти медіа та все, що пов'язано з висвітленням новин та подій у світі. У кожній своїй програмі російські журналісти та телеведучі намагаються передусім підкреслити негативні аспекти тієї чи іншої держави, або людини (якщо мова йде про конкретну особу), та порівняти їх із собою. Особливий негатив виявляють проти українців. Вони вважають, що саме росіяни та їхня держава завжди стояла, стоїть та буде стояти на одну сходинку вище за всіх інших. Російські журналісти-маніпулятори намагаються зачепитися за кожну дрібницю та роздути її до максимально можливих обсягів. Якщо серед них є ті, хто може не погодитися з думкою більшості, вони одразу намагаються його принизити, не вдаючись до якихось конкретних аргументів. Іноді, коли ситуація виходить з-під контролю, вони застосовують свою головну зброю – крик. Просто перекричати свого опонента, змусити його замовкнути.

Щодо українських аналогів, то тут все виглядає адекватно та тверезо. Хоч я і не є прихильником ток-шоу чи інших програм, але коли мені доводилося бачити фрагменти таких програм, я жодного разу не помітив, щоб ведучий починав відверто принижувати когось з присутніх у студії. Так, звісно, траплялися випадки, коли присутні у студії могли вступити у дискусію на підвищених тонах, але це ніколи не перетворювалося на конфлікт. Деякі українські телеканали у рамках своїх програм робили огляди на популярні російські шоу, такі як «60 хвилин», де показували всю абсурдність того, що там відбувається.

Але повернімося до думи-казки. Друга риса, яку можна помітити у москаля Ася – нездатність критично мислити. Він вірить у те, що бачить, і не хоче сприймати це по-іншому, навіть якщо це суперечить здоровому глузду. Особливо це було помітно у той момент, коли москаль намагався заживо поховати козака. Навіть розуміючи, що Ось не мертвий, він до останнього намагається довести зворотнє.

У цьому контексті також можна згадати російські медіа, які готові зробити все для того, щоб їхня аудиторія вірила у все, що транслюють на екрани телевізорів. Фейки та перекручені факти – ось основний зміст російських

телеканалів. Про це свідчить візит українських та російських журналістів до Парламентської Асамблеї Ради Європи. Було зрозуміло, що медіа кожної з країн будуть по-різному висвітлювати все, що там відбувається. Можна пригадати спробу журналіста каналу «Росія 1» взяти інтерв'ю у Петра Порошенка, який однією фразою дав відсіч головній пропагандистській машині Кремля, і намагання пропагандистки Скабєєвої показати українських делегатів фашистами та нацистами, які начебто відтворювали «нацистське вітання» (хоча насправді в тій ситуації представник просто виставив три пальці вперед, імітуючи герб України) та співали фашистські пісні (гімн України).

Якщо ми побачимо це у сюжетах російських телеканалів, нам стане смішно від того, наскільки абсурдним усе виглядає. Але якщо це побачать росіяни, які регулярно переглядають свої телеканали, більшість з них повірить і буде ненавидіти українців ще більше. Чому? Бо саме так їм показали. Вони не будуть перевіряти цю інформацію, бо їм вистачить того, що сказав російський кореспондент.

Найстрашніше те, що ми не знаємо, де край цього жалюгідного процесу зомбування людей. Коли в них вже закінчаться ідеї для їхніх пропагандистських меседжів? Відповідь: мабуть, ніколи. Кожного разу, коли в Україні будуть звучати правдиві фрази, які так чи інакше торкаються Росії, маніпулятори одразу візьмуться до роботи. Вони будуть до останнього розказувати всім, що українці погані, а росіяни – хороші. Навіть якщо це суперечить здоровому глузду.

Отже, дума-казка «Ось та Ась» за допомогою простих образів та ситуацій показує читачам, якими є відносини між двома державами. І якщо Україна прагне всіма способами відійти від багаторічного впливу свого сусіда, то Росія намагається всіма можливими способами зберегти важелі цього впливу, спричинити тиск на Україну та українців, посіяти хаос та порушити єдність народу. Звісно, можна заглиблюватися в історію та згадувати давніші конфлікти цих держав, але суть від цього не зміниться. Росії завжди замало територій, замало робочої сили, замало людських жертв, які вона неодмінно залишає після себе. Росія постійно хоче конфлікту, хоче довести свою потужність та силу, навіть якщо для цього немає підстав. А Україна лише справедливо протистоїть цій невиправданій агресії, захищаючи свої землі та своїх людей.

Незрозумілим залишається тільки одне: коли все це закінчиться? Коли вже наші сусіди вгамуються, зрозуміють, що не обов'язково заявляти про себе через агресію до інших, через бажання принизити інших і піднести себе, показати всім свою силу. Доки будуть вихвалювати себе, доки будуть говорити лише про свої здобутки на фоні нібито загниваючого Заходу. Московським правителям байдуже, що в їхній країні люди не доживають до пенсійного віку, що у глибинці Росії немає ніяких умов для нормального життя. Головне – щоби у росіян не згас імперсько-загарбницький дух. Але так вічно не буде. Асі таки колись прозріють!

Максим Білоконь

Зрозуміло, що у цих коментарях можна помітити недоліки. Але студенти, готуючи їх, набули певного журналістського досвіду, самі відчули різницю між жанрами, збагнули їхню особливість. Зрозуміли, що переконлива сила радійного чи телевізійного коментаря – у незаперечних фактах, які розкривають суть явища, у глибокій аргументованості авторських думок. Зрозумілість позиції коментатора забезпечує дохідливість викладу. Це органічна єдність творчого процесу ґрунтується на певних навичках аналітичного мислення. «Радіокоментатор, як і телевізійний коментатор, має володіти даром слова, журналістським і літературним чуттям, приємним тембром голосу, говорити розбірливо, розповідати образно, захоплено, переконливо. Тобто, не досить знати, що сказати, потрібно добре знати, як сказати, яким має бути відеоряд. Добрий радіо- чи телевізійний коментар звучить невимушено, як товариська розмова» [5, с. 123].

Отже, коментар має справу головно з одним фактом, подією, явищем тощо і з'ясовує, розтлумачує його сутність, *поєднуючи індукцію і дедукцію*. У радіо- і телевізійній кореспонденції, як уже мовилося вище, *індуктивний виклад позиції автора*. Зважаючи на те, що радіо- і телевізійна бесіда – це синтетичний жанр публіцистики; у них науково-дослідницький підхід до життєвих явищ логічно розвивається, викладається чітко визначена думка про певне питання, проблему, то інтелектуально-наукове, аргументовано-емоційне обґрунтування думок здійснюється здебільшого *дедуктивним методом у поєднанні з аналогією*.

Тому методика роботи журналіста над радіо- чи телевізійною бесідою має специфічні нюанси. Скажімо, у репортажі, виступі, кореспонденції висвітлюють конкретні факти, події, явища, а у бесіді домінує дослідницька думка, логічно-абстрактне мислення. Головне в радійній чи телевізійній бесіді на громадсько-політичні, соціально-економічні, історико-культурологічні, науково-освітні, міжнародні теми – широке теоретичне і практичне узагальнення на основі популярного, чітко визначеного роздумування, розсмислення, співвідношення певних фактів, подій, явищ, поглядів про ту чи іншу проблему. Саме цим, насамперед, телерадіобесіда відрізняється від телерадіокоментаря. Тривалість бесіди 15–20, а то й 25 хв.

Під час бесіди (монологічної чи діалогічної) відбувається такий інтелектуальний процес її учасників, що слухачі, глядачі на підставі тих чи інших уже наявних знань здобувають нові знання від автора (авторів) бесіди. До загальних методичних засад підготовки телерадіобесіди належить розуміння автором (авторами) її специфіки, яка має

поєднувати логічне й образне мислення, глибину аналізу і синтезу, вміння відокремити головне від другорядного, дохідливо, правдиво, компетентно пояснити причину проблеми, визначити шляхи її розв'язання в інтересах української людини, родини, громади, суспільства, української незалежності, соборної Держави. Бесіда (крім прямоефірної) відрізняється від безпосередньої живої бесіди тим, що слухач, глядач не може перервати того, хто оповідає, щось його запитати, перепитати, уточнити. Той, хто бесідує повинен передбачити можливі запитання і відповідати на них так, як він би відповідав «живій аудиторії». Для того, щоб контакт того, хто спілкується по радіо чи телебаченню був справді міцним, стійким, корисно застосовувати форми прямого звернення до слухачів, глядачів. Ця, на перший погляд, формальна методична вимога психологічно вмотивована.

Важливою умовою ефективного сприймання радійної чи телевізійної бесіди в умовах потужної гібридної війни Російської Федерації проти України, агресивного наступу «русского мира» на українськість є глибока ясність викладу матеріалу. Довірлива розмова зі слухачем, глядачем забезпечується високим інтелектуальним рівнем правдивих історичних знань, розумінням інформаційних потреб людей, професіоналізмом і українським патріотизмом. Саме тому надто актуальними й нині є думки Тараса Шевченка, висловлені у «Передмові» до «Кобзаря» (1847 р.), яка, до речі, вперше була опублікована тільки у 1906 р. у журналі «Былое». Звертаючись до письменників, Тарас Шевченко писав: «Щоб знать людей, то треба пожить з ними. А щоб їх списувать, то треба самим стати чоловіком. А не марнотрателем чорнила і паперу. Отойді пишіть і дрюкуйте, і труд ваш буде трудом чесним. А на москалів не вважайте, нехай вони собі пишуть по-своєму, а ми по-своєму. У їх народ і слово, і у нас народ і слово. А чиє краще, нехай судять люди» [12, с. 315]. Це глибокодумне осмислення Тарасом Шевченком творчого процесу, історичної ситуації має безпосередній стосунок до кожного журналіста, який причетний до створення радійної чи телевізійної бесіди. Адже радіо- чи телевізійна бесіда – це правдиве історичне осмислення минулого, всебічна оцінка сучасного, наукове прогнозування майбутнього розвитку української спільноти на засадах людинонацієцентризму.

Журналістська практика свідчить, що найліпше розвивається і сприймається слухачами, глядачами бесіда, коли має полемічний характер, а тема повинна бути суспільно значущою, цікавити слухачів, глядачів. Щоби добре реалізувати задум, тобто всебічно розкрити тему у монологічній чи діалогічній бесіді, то потрібно запрошувати у студію авторитетних, компетентних людей, які здатні вільно, довірливо ви-

словлювати свої думки, займають патріотично-громадянську позицію, щиро вболівають за долю Української Держави. Тому журналіст, який організовує радійну чи телевізійну бесіду, повинен ґрунтовно знати предмет обговорення, продумувати перебіг бесіди, щоб з допомогою відповідних аргументів донести до слухачів, глядачів сутність української національної ідеї, утверджувати в їхній свідомості державницьке мислення, патріотичні переконання, високі національно-гуманістичні, морально-духовні цінності. «Діалогічна, «багатоголоса» подача матеріалу не тільки легше сприймається, але безпосередньо сприяє відображенню різних поглядів, різних думок і концепцій, – зазначав В. Й. Здоровега. – А це неодмінна умова успішного функціонування аналітичних матеріалів у сучасних мас-медіа» [2, с. 190].

Отже, структурну модель радіо- і телевізійної бесіди можна зобразити так:

Дедуктивний виклад думки в радіо- і телевізійній бесіді

Щоби збагнути складність роботи над телевізійною чи радіобесідою, опанувати основні засади створення, студенти готували бесіди, які оприлюднювали по «Франко-TV» та обговорювали їх. Подаємо одну зі студентських бесід.

Велика непоборна сила

Оксана Харченко у листі «Розбуди в собі націоналіста», який опублікований у газеті «Українське Слово», висвітлює низку проблем, які перешкоджають «по-справжньому творити майбутнє нашої держави». Авторка переконана, що «шлях до вирішення більшості проблем нашої держави лежить у вмінні поєднувати у собі все, що може принести розквіт і процвітання України. Українцям потрібно, нарешті, по-справжньому полюбити свою Батьківщину. Спробувати розбудити в собі націоналіста, патріота».

Є багато різних слів, значення яких нібито зрозуміле, але дуже часто наповнене неоднаковим змістом. Те саме можна сказати й про націоналізм, адже впродовж тривалого часу наполегливої та копіткої праці дослідники так і не дійшли до спільного, єдиного розуміння цього явища. Спочатку слово націоналізм належало до англійської політичної термінології, де воно означало прагнення ірландців до автономії. Згодом воно набуло ширшого значення. «Великий тлумачний словник української мови» дає кілька пояснень цього слова. По-перше, це ідеологія і політика, яка сповідує зверхність національних інтересів над загальнолюдськими, панування однієї нації завдяки пригніченню іншої. (Саме таке трактування націоналізму подавала марксистсько-ленінська ідеологія). По-друге, це рух, спрямований на боротьбу за незалежність нації. По-третє, це рух за збереження і розвиток національних традицій, культури, мови і мистецтва. Якщо поцікавитися значенням цього слова в етнічному довіднику, то матимемо ще розмаїтішу картину. Націоналізм – це не лише процес утворення й становлення нації, але й мова та символіка нації, її почуття національної приналежності. Однак усі визначення зводяться до одного – ідеології, яка ставить у центрі націю і прагне сприяти її розквіту.

На думку Олександра Потебні, націоналізм – це передусім усвідомлення своєї відмінності, самобутності у світі, що ґрунтується на мові, як на вістрі культури. Націоналізм є характерним для кожної нації, оскільки він допомагає ступити державі на той шлях розвитку, який найбільше відповідає національним інтересам. Микола Міхновський назвав український націоналізм великою непоборною силою, під натиском якої ламаються непереборні кайдани, розпадаються великі імперії та з'являються вільні народи. Для українців він же став інструментом створення державності. На думку Миколи Плав'юка, голови проводу ОУН, сьогодні перед українським націоналізмом стоять три основні завдання, які потребують негайного вирішення. По-перше, слід викорінити з менталітету нашого народу рештки комуністичного впливу, які заважають нормальному функціонуванню української нації. По-друге, в жодному разі не можна піддаватися тиску з боку Росії, яка сьогодні окуповує

нашу культуру, мову, церкву тощо. У сліпому прагненні повернути минуле Росія стає дедалі небезпечнішою. По-третє, тільки належна підготовка до інтеграції з Європою прокладе українцям шлях до світової спільноти. Звісно, дехто посміхнеться і скаже, що українців і так забагато у світі. Йдеться не про окремих людей, а про українську націю загалом, про ту еліту, яка може репрезентувати нас у світі, продемонструвати, «що Українська держава й українське суспільство відбулися як окремий національно-культурний та історичний організм» [3].

На думку В'ячеслава Липинського, коли ми хочемо, щоб Українська держава була, «ми мусимо бути патріотами». Це означає передусім, що наш націоналізм має спиратися на любов до людей, а не ненависть до них. Ми повинні бути справжніми патріотами своєї держави, а не продажними людцями, котрі готові об'єднатися з чужинцями проти свого земляка, «втопити його в бистрих водах Дніпра». Бути націоналістом – означає бажати всіма силами своєї душі створення людського, державного і політичного співжиття людей; це означає шукати задоволення не в тім, щоб бути просто українцем, а в тім, щоб було честю носити ім'я українця; це насамперед вимагати від себе гарних учинків, як від українця [8, с. 10].

Але можна багато говорити про те, яким повинен бути націоналіст-патріот. Однак цього не досить, бо «України, якої ми прагнемо, ще нема» і від нас залежить, чи буде вона завтра. Я погоджуюся з думкою Оксани Харченко, що справжні націоналісти – це відважні, впевнені в собі люди, котрі не байдужі до проблем Батьківщини, які володіють якостями наших славних предків – козаків. Але питання лише в тому, як сформувати морально здорове, правове, гуманістичне суспільство. До цієї роботи варто нині активніше залучати сім'ю, дитячі садки, школу, профтехучилища, технікуми, ліцеї, гімназії, вищі навчальні заклади та ЗМІ, яким належить важлива роль у складному процесі духовно-національного відродження України. На жаль, серед цих інституцій є такі, що зовсім забули про свою основну функцію – виховання українського суспільства на засадах любові та поваги до всього українського. Нині комерційні структури електронних ЗМІ відверто зневажають інтереси держави та народу, засмічують медіа-ринок безнаціональною, бездуховною, навіть антидержавною «масовою культурою» – цинічною, брехливою, агресивною, насильницькою, порнографічною, пропонують аудиторії недоброякісні та шкідливі для морального здоров'я інформаційні товари.

Напевно журналісти не до кінця розуміють, яким небезпечним, ганебним і смертельним для нашого люду є «тривалий спочинок» та «міцний сон», в який нас поступово заганяють. «Схаменіться, недолюди, діти юродиві!» (Тарас Шевченко). Невже вони не бояться залишитися без Нації та мимоволі перетворитися на «байстрюків людства»? Звісно, причина цинічного ставлення до національних ідеалів, які створювались впродовж багатьох віків та передавалися нам у спадок, полягає у зневажливому ставленні очільників нашої

держави до самих себе. Якщо влада скорочує тиражі справжніх українських видань, популяризує дешеві російські фільми, «ставить на п'єдестал» російськомовні, то про яке культурно-духовне оновлення нації можна говорити? Чому руйнуємо рідну культуру, батьківську мову та при цьому твердимо про свої національно-патріотичні почуття? На мою думку, ми заплуталися в глобалізаційних процесах і втратили здоровий глузд. Як наслідок, не знаємо, як вирішити національне питання.

Нині мас-медіа, котрі мали б сприяти вихованню людей, утверджувати морально-етичні цінності, виконувати педагогічну, освітню та культурологічну функції, втрачають свою провідну роль у суспільстві. Вважаю, ми самі винні в тому, що не хочемо бачити на сторінках преси публікацій, які порушують глобальні українські проблеми. Якщо проаналізувати передачі сучасних телеканалів, то навіть не віриться, що ми могли таке допустити. Замість культурно-мистецьких, літературно-наукових програм майже весь інформаційний простір насичений нікому не потрібними «окнами», «домами-2», «шоу-маніями», «ексклюзивами», навіть «аналізом крові».

Звісно, якби усі наші видання працювали на українську націю, а не на власну кишеню, жили за принципом «національної користі та духовного збагачення», а не за принципом «купівлі-продажу», тоді б мас-медіа виконували свою основну функцію – виховання українського суспільства. А для цього вони повинні викинути на смітник зі своїх телерадіопрограм, «стерти зі своїх сторінок» будь-які нісенітниці, брехню, «злісні антиукраїнські випади»; захищати український інформаційний простір від «вторгнення чужорідних тілець»; обстоювати права української мови та державності; повертати до українського національного коріння кожного, хто забув, якого він роду та племені. Унаслідок узгодженої діяльності всіх державних і громадських інституцій можна сформувати українця-державника.

Виховання справжніх націоналістів варто починати в сім'ї. Свого часу Едмунд Берк запевняв, що «наші громадянські зобов'язання починаються в родинному колі, оскільки саме тут людина отримує те, чого найбільше бажає її серце». Саме любов до маминої пісні, до важкої праці, до рідного слова – це ті ідеали, які закладають батьки своїм дітям на все життя. А коли сини й дочки виростають, то самі вирішують, як «розпорядитися цими національними багатствами». У цьому їм допомагають різноманітні державні інституції – від дитячого садочка до вищого навчального закладу. Основне для справжнього патріота своєї Батьківщини – йти правильною дорогою, сіяти «зерно правди за собою» та збирати щедрий урожай з власної праці. Щоб сформувати українського націоналіста, потрібно змалечку відкривати вікно в світ правдивої історії, вливати у юні серця дух вольності, свободи і братерства; працювати на рідній ниві; горнутися під рідний стяг; дарма не волочитися й не валятися гнилою колодою по світу.

Лише справжній українець завжди і всюди зберігатиме «цивілізоване обличчя» – людське, культурне, духовне. А що ж вимагається від журналістів? Журналіст завжди повинен пам'ятати, що він – це передусім особа, яка сама вихована та й інших повинна виховувати; якщо сама розумна, то й інших «до голови по розум посилає»; сама культурна й некультурності від інших не терпить; сама активна у суспільному житті й усіх до продуктивної співпраці закликає. Лише така особистість має право писати про національні проблеми та радити, як з ворогом на боротьбу стати. Лише такий журналіст, який не боїться пожертвувати власними інтересами, силою та дорогоцінним часом заради інших людей, має право називатися журналістом. Усі інші, хто джинсує, проводить час у пошуках лише «сенсаційної сенсації», не заслуговує на добре слово.

Тому сьогодні молоді патріоти повинні інтенсивно працювати над собою, «здобувати знання теоретичні й практичні, гартувати свою волю» (Іван Франко) для утвердження української України, «бо нам ні на кого надіятись і нічого озиратись назад!» (Микола Міхновський). Для цього ми повинні розбудити у собі націоналіста, найпалкіші гуманістичні поривання, ставити перед собою найблагородніші цілі та крізь терни іти до зірок українського самоствердження.

Світлана Коваль

Перед тим, як готувати свої бесіди, студенти ознайомлюються з бесідами, які транслюють по радіо і телебаченню. Тривалий час по Українському радіо звучали бесіди на дуже важливі мовно-культурологічні теми талановитого вченого, лауреата Шевченківської премії Анатолія Погрібного «Якби ми вчились так, як треба». Великий інтерес у слухачів викликають бесіди під назвою «20 хвилин з Володимиром Яворівським», які звучать щотижня у суботу і неділю по першій програмі Українського радіо.

20 ХВИЛИН З ВОЛОДИМИРОМ ЯВОРІВСЬКИМ

Диктор І: 20 хвилин з Володимиром Яворівським.

Диктор ІІ: Що ж ми за народ такий? Запитує себе і нас, українців, Володимир Яворівський – відомий народний депутат України шести попередніх скликань, один із борців за відновлення української державності, знаний

романіст, лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка, політик і публіцист, зрештою, громадянин, якому гостро болить доля України та кожного українця. Без відповіді на це найважче запитання ми не означимо нашого національного обличчя і тому залишимося нецікавими і самим собі, і світові. Отож, чесні і сміливі відповіді Володимира Яворівського, а також ваші відповіді на це запитання у авторській програмі «20 хвилин з Володимиром Яворівським».

В. Яворівський: Хай все складеться з нами якнайкраще цього тижня. Мені видається, що сьогоднішня наша розмова буде цікавенною. Тема, яку я обрав для вас, вчора ще була небезпечною, мінним полем української історії, за неї полетіло безліч мислячих, патріотичних і благородних голів впродовж кількох століть і поколінь. Повторюю, не лише істориків, а допитливих, україноскерованих людей. Трагічний парадокс полягає в тому, що ми повинні були б вивчати ці сторінки, якщо не в середній школі, то принаймні у вишах. Я в Одеському університеті на лекціях з марксизму і ленінізму, який нам втовкмачував сліпий фронтовик, котрого не лише водила його дружина, а й часто підказувала, що говорити, мав би знати це, а не знав.

Час розкрити інтригу. Хвилини збігають, а тема велика. Покійний Іван Плющ іноді хвалився, що, навчаючись в Московській політичній академії, всесоюзна ВПШ, він від безділля читав усього Карла Маркса і Леніна. Я не міг тоді йому заперечити, а зараз би спростував стосовно Карла Маркса дуже легко. Книгами Карла були забиті бібліотеки аж до глухоманного села, тракторної бригади, але одна єдина його праця «Секретна дипломатія 18 віку» ніколи ні в Росії, а то більше в СРСР ніколи ніким офіційно не перекладалася і звісно не видавалася. Чуєте? Ніколи. Хоч це сам Карл Маркс. Є лише лондонське видання 1899 року. Зараз з'явилася можливість ознайомитися бодай із окремими головними тезами цієї донедавна забороненої роботи, набридлого кільком поколінням гомосовєтікусів, класика марксизму-ленінізму, котрі цікавлять більшість українців, дай Боже, щоб хоч декого із росіян.

Що ж таке писанув Карл Маркс – основоположник, котрим було задурманено одну третину людства на планеті Земля, і яке сьогодні спливло у ріку забуття, наче ніколи й не існувало. Вчення кануло, а ось ця заборонена Росією понад століття праця ввійде в свідомість і у вжиток українців назавжди. Цим Маркс, про якого його рідна мама якось сказала: «стільки часу він згаяв на своє вчення про капітал, що краще б за цей час робив справжній свій капітал». Але запам'ятається він нам саме цією забороненою працею. Ось ці головні тези у моєму стислому викладі з принагідними коментарями чи доповненнями, які підказує сьогоднішня ситуація. Уникатиму публіцистичних емоцій, лише рафіновані факти і такі ж коментарі.

Цитата Карла Маркса: «Чудь і чудь довкола. Росія – це Московія, що виникла після розпаду Золотої Орди». Ще одна цитата зі вступу: «Колиска Московії – це криваве болото монгольського рабства, а не сувора слава норманської епохи». Головна теза: політика Росії продовжувала політику не давньоукраїнської держави Русь (її згодом через кілька століть кон'юнктурні російські історики назвуть Київською), а Золотої Орди. Московія була престолонаступницею не Русі, а Орди. Так Маркс збагнув брехню і нахабство імперських істориків і сформував із авторитетних тодішніх джерел власний погляд на російську історію.

Погляд перший. Поява Русі. Русь як державу з центром у Києві створили племена полян. Поляни давно жили на правому березі Дніпра в середній його течії. Київську землю полян задовго до створення Київської держави називали Руссю. Полянські міста: Київ, Чернігів, Переяслав. З часом поляни об'єдналися з іншими слов'янськими племенами: поляни, древляни, сіверяни, дреговичі, радимичі, в'ятичі, кривичі, ільменські словени, об'єднавшись, асимілювавшись, ці 8 племінних союзів стали основою Русі. Оцю спільноту пізніше стали називати русинами. Руси або русини були основою Русі з центром у Києві. Як би зараз сказали: стали центром титульної народності Русі.

Погляд другий. Русь імперська. Русь із центром у Києві була свого роду імперською державою. Був центр, це – Київ та Київщина, були колонії, що платили русинам данину. Серед тих, хто платив данину, були і литовські племена, і фіно-угорські. Наведу доречний фрагмент літопису Нестора: «Дань Русі дають: Чудь, Меря, Весь, Мурома, Черемись, Мордва, Перм, Печера, Ям, Литва, Зімігола, Корсь, Норома, Либ, що мають свої наріччя і живуть у країнах північних». Завойовані землі тривалий час теж вважалися Руссю, але мешканці цих колоній не були етнічно руськими. Вони були руськими людьми. Набагато пізніше, наприкінці XII століття русинами стали жителі Галицько-Волинського князівства, що також стало Руссю. Наголошую і прошу українців принципово це запам'ятати назавжди: крім земель Київської, Чернігівської, Переяславської та Галицької, що утворювали державу Русь, іншої якоїсь Русі ніде крім цієї не було. Руссю дуже довгий час вважалася тільки Київська земля. Потім ще додалися Чернігівська та Переяславська, що етнічно стали Руссю, а іншої не було, не було!

Погляд третій. Чудь, фіно-угорські племена. Фіно-угри, що платили данину Русі, проживали між Волгою і Окою та в Приураллі. У самій Русі ці території називали Заліссям – це центральна частина сучасної Росії. Залісся до Русі приєднали в X–XI столітті. На той час Русь вже існувала два століття і сформувалася як етнос. Наприкінці XI століття в Заліссі сформувалися окремі

князівства: Ростово-Суздальське, де було два центри: Ростов і Суздаль, у XII столітті з'явився ще один центр – Владімір. Ще раз наголошую, що була тільки одна Русь, бо ні в літописах, ні в житті інші не згадувалися і їх не було. Не було Русі Київської, Ростово-Суздальської, ні Владимиро-Суздальської, ніякої іншої. Була єдина, класична, неповторна Русь з центром у Києві. Київською вона себе не називала.

Пишу зараз історичний роман про княгиню Ольгу, X століття, коли остаточно формувалася Русь, вивчив безліч історичних джерел, готовий твердити: тодішня новоутворювана держава називала себе просто Руссю. Це придворні історики Російської імперії XIX століття вигадали поняття Київська Русь, щоб була можливість доліплювати інші, фальшиві, сфабриковані Русі, що ніби існували на території нинішньої Росії, і тому Московщина ніби має право називатися справжньою Руссю, вона, а не Україна. Ще раз повторюю, справжня Русь була тільки одна і називалася Русь, так стверджує Маркс, не його бездарні учні: Ульянов, Брєжнєв, а він сам – Карл Маркс, заборонений ними.

Погляд четвертий. Формування московитського етносу. У X столітті Ростово-Суздальська земля була здебільшого населена фінськими племенами. На цих землях і почав формуватися сучасний російський етнос. Як і будь-яка митрополія, Київ, звичайно, впливав на завойовані народи. Слов'янські переселенці до Залісся змішалися з фінськими племенами, та й фіно-угри з часом обрусіли, як і інші племена. Так вони переймали і віру православну, і до сьогоднішнього дня російська глибинка зберігає історію та звичаї фіно-угрів, а не слов'ян. Російський народний костюм нічого спільного зі слов'янським одягом не має, фольклор московський нічого спільного із фольклором слов'янським не має, стверджує Маркс. Міста на фіно-угорських землях лише зрідка називаються руськими назвами, одначе ріки та поселення до сьогодні зберегли фінські назви, багато річок та приток мають фінське закінчення, що означає вода.

Погляд п'ятий. Залісся. Залісся перебувало на задвірках Русі. Народи, що заселяли цей північний край, через важкі умови існування дуже бідували і були напівдикими. Ліси, болота, відсутність торгових шляхів, ось чому київські князі не мали до них реального інтересу, просто брали з них данину. Отож Залісся, згодом Московія ніколи не були руськими. Московський етнос сформувався десь всередині XII віку. Русини, руси як етнос із окремою державою і окремою назвою існували в X столітті. Чуєте, братове українці? Це не українські буржуазні чи соціалістичні, чи вже незалежні націоналісти, не історики Грушевський, Дорошенко,

Крип'якевич, Наталя Полонська-Василенко, Наталя Яковенко, Брайчевський, Кульчицький, Плохій, Палій, Поправко, Петровський, Радченко, Семененко, Войтович, Сушинський, Брицький стверджують, а мимовільний фундатор комуністичного режиму, ідол, якому поклонялись, бо змушені були поклонятися мільйони радянського простолюду, Маркс науково обґрунтовує.

Погляд шостий. Хто старший. А зараз наголошую на архіважливій тезі, котра глибоко заборонялася в Росії і в Союзі: Сучасні росіяни – наймолодший східносучасний етнос. А я форсую цю істину ще раз для пам'яті українців. Запам'ятовуйте Маркса: «Московити, пізніше самозвані росіяни – є наймолодшим у східній Європі етносом», – стверджує Маркс. Отож, поцупивши наше історичне, справжнє ймення він не став від того старшим, він – набагато молодший і не брат, а сусід по планеті, не старший і не брат, а крім того, дуже поганий сусід.

Погляд сьомий. Русь і чудь. Самі фіно-угри, чудь Руссю себе не називали. Навпаки, у своїх літописах вони завжди протиставляли себе Русі. Це очевидно зі сторінок Лаврентіївського та Іпатіївського літописів, де описані події XII–XIII віків. Отож у XII–XIII столітті ні Новгород-Суздальська земля, ні Ростово-Суздальська, ні Рязань, ні Смоленщина, ні Владимирська землі не вважалися Руссю, не були нею. Руссю були тільки землі полян, тобто митрополія на київських землях, де Київ – матір городів руських, на землях полянських, які Московії ніколи не належали. Велетенська містифікація, брехня, облуда в тому, що теперішні осліплені шовінізмом росіяни офіційно вважають, що їхня перша держава появилася на 400 років раніше, ніж вони самі. Чуєте? Держава появилася на 400 років раніше, ніж нація, що мала створити цю державу. Яка планетарна брехня, на якій побудовано московську історію, на руїні нашої історії.

Погляд восьмий. Завоювання Русі татарами. На початку XIII століття через міжкланові війни ослаблена Русь впала під натиском татар, що завойовували Русь, Польщу, Угорщину та Північні Балкани. Повернувшись із цього тріумфального походу татари створили власну державу, так народилася Золота Орда на Нижній Волзі. Землі Русі не ввійшли до Золотої Орди, але стали її васалами. Тепер Русь сама змушена була платити данину. Розпад Русі ще більше віддалив Залісся від неї. Вони фактично стали чужими.

Погляд дев'ятий. Московія чи Московська держава. Звідки взялася Московія. Фіно-угри спершу були під Руссю, потім під татарською Ордою. В Русі вони обрусилися, а під впливом Орди отатарились, причому етнічно – дуже сильно, глибоко отатарилися. Отож, вплив Русі російські історики свідомо перебільшують, а вплив Орди свідомо применшують, стверджує Маркс.

Доходить до смішного – московіти заперечують вплив Орди на Московію, і це тоді, коли під Золотою Ордою московіти та їхні землі були майже 300 літ. Це як ми з вами, українці, під Росією. І хіба що, не видно, які ці 300 років? Тільки з розпадом Золотої Орди сформовані Московія, Казанське ханство, Касимовське ханство, Кримське ханство, Астраханське ханство, Сибірське ханство. Москва, як невелике поселення з фінською назвою, згадується у документах, що збереглися тільки з середини XII століття. У XVI столітті це ім'я поширилося на всі московські князівства. Для того часу, це було природно. Рим дав назву Римській імперії, Москва – Московській. Саме тоді Московське князівство вперше з'явилося на міжнародній арені, і нікому в голову не заходило, що колись цей новоявлений, агресивний, напівдикий малючок дуже швидко стане монстром, котрий навіватиме жах не тільки на сусідів. Лише в XVI столітті починається російська державність. Цитую Маркса: «Здивована, спантеличена Європа на початку царювання Івана III, ледь помічаючи існування Московії, затиснутої між Литвою і татарами, була приголомшена несподіваною появою велетенської держави на її південних кордонах».

Отже, у Москві, Московії, Московській державі після хана через тривалий час з'явився князь, а тоді цар. Центр перенесли до Москви, але знать і політика залишалися цілковито татарськими. Московська політика була скопійованим продовженням політики Орди, про що писав у своїй праці Карл Маркс. А я від себе додам: Петро, а тоді і Катерина перед цим нахабно, позлодійському одібравши в України державність і свободу, викрали собі нашу історію і назву нашої країни. Глибоко засекречена група під орудою Мусіна-Пушкіна по-злодійському переписувала українську історію, конфісковуючи у монастирях, соборах, церквах старовинні літописи, історичні документи і велика, благословенна, висококультурна знаменита в світах Русь-Україна стала Малоросією, російською колонією. Московське князівство стало спадкоємцем Владимиро-Суздальського князівства, яке саме майже 300 років було у повному володінні Орди, просякло ординським духом, звичаями, стилем життя і стилем ведення політики.

Московія стає не лише спадкоємцем, а й копією Орди. Московія просто не могла б бути спадкоємцем нашої з вами Русі ні етнічно, ні генетично, ні історично, ні територіально, ну ніяк, братове українці. Ось що писав знаковий росіянин Трубєцкой, цитую: «Московское государство возникло благодаря татарскому игу. Московские цари, не закончив собирание своих земель начали силой окупировать земли западного улуса великой монгольской монархии. Москва стала сильным государством лишь после завоевания Казани, Астрахани, Сибири. Русский царь явился наследником монгольского

хана. Так называемое «свержение татарского ига» свелось к замене татарского хана православным царем и к перенесению ханской ставки в Москву». Підбираючи під себе ординські землі, Московія так зайшла у загарбницький азарт, що почала захоплювати і землі Русі. Оце і стало головною рисою Московії – «собирание земель». Досі збирає і наїстися не може. Ми продовжимо з вами цю, як мені здається, дуже цікаву для українців тему.

Друга радіопередача «20 хвилин з Володимиром Яворівським»

В. Яворівський: Продовжу нашу попередню розмову про російську, викрадену у нас, історію Московії, яку розвінчав Карл Маркс у своїй, глухо забороненій царською, а потім і совєцкою Росією, роботі «Секретна дипломатія 18 віку». Головний ідеолог комуністичної імперії завдав колосального удару по трьохсотлітній брехні Росії саме у цій праці, і тому вона була під стома замками. Ми докопалися до неї і знайомимо вас із головними постулатами у ще одній, вже другій, нашій програмі. Ось так один раз, всього один раз нам став у життєвій нагоді Карл Маркс своєю забороненою в Росії та в СРСР працею «Секретна дипломатія 18 віку», яка видана в Лондоні ще в 1899 році.

Я оприлюднив і прокоментував головні постулати цієї роботи Маркса, якого використала як політичну маску тоталітарна Московія, окупувавши на початку XX століття кілька десятків чужих земель і народів. Яке глобальне фарисейство. Але, повертаємось до історичних фактів, якими користується Маркс у своїй забороненій царатом та комуністами роботі класика марксизму і ленінізму. Я уникатиму публіцистичних прийомів, які використовую чи не в кожній своїй програмі. Намагатимусь бути більше фактографом, ніж публіцистом. Зрештою, це стиль Маркса і я недалеко відходитиму від цього стилю.

Після першої, вже озвученої програми, маю на увазі головні тези Маркса, у мене залишилося чимало неоприлюдненого матеріалу на тему російської історії і нашої з вами також, яку так педантично він вивчав і виклав у своїй праці. Отож, Московія оголосила себе спадкоємницею і Русі, і Золотої Орди одночасно. Вона розкотила свою імперську загарбницьку губу чи не на весь світ, і до сьогодні цю губу підтягувати не хоче.

До 1721 року офіційно вживалася лише назва Москва або Московська держава. До цього офіційно не було ніякої Росії, нібито спадкоємниці Київ-

ської Русі. Тому що на той час московіти ще не встигли вкрасти ні імені, ні історії нашої з вами, українці, Русі. Згодом, свідомо ім'я Московської держави було змінено. Московське царство захопило землі Русі, захопило ім'я Русі та саму історію Русі. Тобто, у 1721 році вкрали назву праісторичної Русі і перелицювали її в назву «Росія». Ця назва штучна, не народжена історією, а створена в царському дворі Петра. І саме з цього почалася брудна міфотворчість так званої Великої Росії або Великоросії. Гидко, коли приховує своє походження окрема людина, але в тисячі разів гидотніше, коли приховує, перебріхує своє походження кількісно велика, впливова у своїй історії нація московітів. Тільки через століття Московію стали називати Росією, а московітів іменувати великоросами. В результаті цієї маніпуляції наші предки, а згодом і ми з вами, русини-українці, раптом стали малоросами, маленькими такими росіянами. Несподівано, із великих русичів, котрі вже в X столітті на рівних розмовляли з могутньою Візантією і прибивали свій щит на брамі Царгорода, котрі першими охрестилися, першими спорудили християнські храми на київських пагорбах, впровадили освіту і культуру, мали високоосвічених князів, княгинь і князівин, що ставали жонами видатних іноземних правителів і вчили їх грамоти, ми, які народили унікальну, першу в світі волелюбну демократію у вигляді козацтва, раптом перетворилися на маленьких малоросів, без історії, без власної держави і власної влади. Ця нахабна брехня на імперському рівні повторювалась так багато разів, так вперто, нав'язливо і грубо, що почала здаватися правдою. Але, слава Богу, не стала нею.

Ця цинічна риса є традиційною і для сьогоднішньої Росії. Чого варте хоча б висвітлення Росією подій у Криму, на Донбасі, в Україні. При цьому виник парадокс: хіба могло бути «братське» завоювання Русі Московією? Яке завоювання? Вони ж самі товкли, що ми з ними нібито один народ, одна земля. Хіба можна завойовувати власний люд? Сьогоднішній Донбас – трагічне повторення ситуації. Брехня, що має початок, але є безкінечною. Підлість, яку в світовій історії важко знайти. Коли Московія змінила свою назву, українці-русини змушені були змінити не лише своє ім'я, а й назву своєї землі. Русь стала називатися Україною, і ми себе стали називати не русинами, а українцями.

Багато літ нам, русинам-українцям, втовкмачували, що нас взагалі не було, що назви нашої не було, що держави українців-русів ніколи не існувало. Звідки взявся самозваний старший брат? Він як з табакерки вискочив лише у XX столітті в трагічні для України 30-ті роки. Сталін – батько, а Росія – старший брат. Цьому «старшому братові» лише 70 років. Росіяни є старшим братом не лише для українців, а й для всіх нацменів Радянського Союзу. Радянська маніпулятивна пропаганда

оголосила три східнослов'янські народи: росіяни, українці, білоруси – братськими, ніби рівноправними народами. Але росіяни все ж були старшими і рівноправнішими. Здається, що п'ята графа про національність була впроваджена тільки для того, щоб легше було депортувати той, чи інший народ.

Тому й зараз Росія намагається виправдати військову агресію проти нас нібито захистом прав росіян. Байдуже, що в Криму штучно завезених етнічних росіян лише половина, байдуже, що на Донеччині етнічних росіян набагато менше, ніж українців. Інші нації їх не цікавлять, їх не існує зовсім – етнічний непотріб, сміття. Міф про нібито першість, вищість московітів-росіян активно, силоміць нав'язується нам і світові путінською Росією і сьогодні. Сьогодні особливо агресивно. Іншого способу реанімувати імперію на ім'я Радянський Союз, звісно, що лише за абсолютного домінування Росії, не існує. Адже Україна не хоче добровільно чи політично-силувано повертатися в московицьку кошару. Тоді починає діяти ординський принцип завойовувати, неволити силою зброї. Наші предки – це племена, що жили на території сучасної України: поляни, волиняни, древляни, білі хорвати, уличі, тиверці, сіверяни. Вони нікуди не переселялись, нікуди колективно не мігрували. У X столітті вони сформувалися як окремий слов'янський етнос. Племена, що займали територію нинішньої Білорусії: дреговичі, кривичі, радимичі змішалися з балтами, які поселились тут раніше, стали предками білорусів. Ільменські словени сформували окремий псковсько-новгородський етнос, який лише в XV–XVI віках був почасти знищений, а почасти асимільований Москвою.

На землях Залісся, що стало базовою територією Московії і сьогоднішньої Центральної Росії, поселялися і невеликі слов'янські групи, що влилися у фінські племена, і з цього конгломерату сформувався наймолодший східнослов'янський етнос московітів, пізніших росіян. Орієнтовно, це була друга половина XII століття, коли Русь із стольним Києвом існувала вже два віки. Московія платила данину кримському ханові, своєму суверену і хазяїну, правонаступнику Золотої Орди аж до 1700 року. Цар Московії зустрічав кримського посла, зважте, не самого хана, а лише його посла на «поклонной горе», садовив його на свого коня, сам ішов пішки, ведучи коня за вуздечко до Кремля, садив його на свій трон і падав перед ним на коліна. Це – незаперечніші факти, котрі використав Маркс у своїй забороненій в Росії та Союзі праці «Секретна дипломатія 18 віку», видана в Лондоні в 1899 році, що відразу потрапила під російську цензуру на понад століття. Державу, що іменувалася Московією, цар Петро I перейменував у Росію, вкравши наше з вами найменння Русь тільки у XVIII столітті, в 1721 році.

Плем'я мокші назвало свою річку Москвою, що мовою мокші означає брудна вода. Ніякою іншою мовою опріч мокші слово Москва не перекладається. Кремль – слово татарське, і означає укріплення, навзвиші. У середні віки всі картографи проводили кордон Європи вздовж кордонів Русі, де й сьогодні лежить територія нашої держави. Московія – це Улус, зі своїми фінськими народами – завжди була складовою частиною Орди, і Європа її справедливо відносила до Азії. Хоч путінська Росія сьогодні дуже принижує і ганьбить навіть саму Азію. У 1610 році в Московії на Борисові Годунову (Мурзагудун) закінчилася династія Чингізідів, рідня Чингісхана. На московський трон сідає Алексей Кошка з фінського роду Кобила, а при благословенні його на царство церква дає йому прізвище Романов, який начебто прибув із Риму правити Московією. Катерина II після окупації України-Руси та Великого Князівства Литовського в 1795 році своїм наказом звеліла назвати угро-фінські племена якимись великоросами, а істинних русичів-українців якимись малоросами. Тоді це виконувалось без обговорень, ніхто, ніколи, ні під яким електронним мікроскопом не бачив Переяславської угоди, ніби підписаної Богданом Хмельницьким та царем Алексеем Романовим. Якби вона була, її давно вже б опублікували московіти, а якщо вона колись існувала, то зміст її був зовсім інший, ніж нам розповідали понад 300 років.

Уже кілька століть археологи Московії шукають докази, артефакти, що могли б підтвердити факт Куликовської битви. Все довкола перерили, а нічого не знайшли. Зате байкою про якусь легендарну перемогу Дмітрія Донського над Мамаєм в Куликовому полі досі дурять голови самих росіян та довірливих іноземців. Псковська, Новгородська та Смоленська області сьогоднішньої Росії – це колишні слов'яно-руські князівства, що до угро-фінської Московії не мали жодного відношення, поки Московія-Орда не окупувала їх. Спершу в 1462, потім в 1478 і, нарешті, в 1654 роках. А в інших областях Московії-Росії ніколи не мешкали слов'янські племена і народи, ніколи. Золота Орда і її дочка Московія – це єдині країни в світі, котрі власний народ мали за рабів і культивували рабство. Саме це і пояснює вічну відсталість від цивілізації, таку багату на корисні копалини Московію, обділених на такі багатства європейських країн. В цьому, мабуть, і основна причина майже звіринної агресивності у ставленні до інших народів.

Першим самозваним великоросом став Андрій Боголюбський, який в 1169 році знищує Київ – матір городів руських, знищує жорстоко, садистсько, вогнем і мечем, полоном. Так знищують лише чужі, ворожі міста і жителів цих міст, чужі, а не братні. Русь і її столиця Київ були і чужими, і ворожими князеві Боголюбському із Залісся. Між іншим, церква Путіна і Гундяєва нещодавно

визнала цього жорстокого варвара своїм святим. Ломоносов, Міллер, Соловйов, Покровський, Ключевський та багато інших чесних, високоосвічених росіян стверджували, що етнічним фундаментом народу Московії стали фіно-угорські племена чудь. А дехто з російських вчених говорив, що взагалі в жилах росіян лише 1/5 слов'янської крові. От вам і головний перший в світі слов'янський народ в ролі не лише нашого брата, а ще й брата старшого.

Цитата Маркса: «Чудь і чудь довкола. Росія – це Московія, що виникла після розпаду Золотої Орди». Це йому, Марксу, належить цитата, що колиска Московії це «криваве болото монгольського рабства, а не сувора слава епохи норманів». Він стверджував, що політика Росії ще у XVIII столітті продовжувала політику Орди, а не політику Русі, яку маємо законне право називати Древньою Україною. Сьогоднішня політика путінської Росії не лише продовжує політику та поведінку Орди, а й войовничо «удосконалює» її на своїх сусідах, яких підло іменує хоч і меншими, але братами.

Маркс викрив лукаву брехню, підміну фактів, історичних подій, явищ російськими царями і їх придворними істориками, щоб приховати від світу своє фіно-угорське, а головно ординське походження. І Росія пішла відверто злодійським шляхом, просто викрала нашу з вами українську історію. Петро розпочав, Катерина завершила, створивши таємну суворо засекречену комісію крадіїв на чолі з Мусіним-Пушкіним, яка просто викрадала в українських монастирях наші літописи, історичні документи і наспіх, теж таємно, по-злодійському переписувала їх.

Український історик Володимир Білінський майже все своє життя присвятив тритомному дослідженню цього періоду російського бандитизму, наводячи приклади незграбного переписування, закреслення, виривання сторінок, а то й знищення дуже багатьох історичних документів, припарування літописів, зводів, літописних списків історичних творів. Отож, братове, завдяки Карлу Марксу із штучного небуття і підлого забуття повертається до нас істинна Русь із київським престолом, Русь в образі Древньої України, яку в нас уже ніхто не одбере.

Диктор І: Ви слухали радіопередачу «20 хвилин з Володимиром Яворівським», яка прозвучала по Українському суспільному радіо 22–23 і 29–30 вересня 2018 р.

Матеріал підготувала **Юля Янковенко** – студентка факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

Отже, у бесіді по радіо, телебаченню головне емоційно-пізнавальне напруження зосереджується навколо запитання «Чому?» й обґрунтова-

ної відповіді «Тому». При цьому важливо не відходити від суті теми, а розмовляти у визначеному руслі, щоби всебічно розглянути проблему, зробити належні висновки, тобто досягнути поставленої мети. Ця вимога стосується як монологічної, так і діалогічної бесіди з таким наголосом: до діалогічної бесіди однаково наполегливо, цілеспрямовано мають готуватися і журналіст, і його співбесідник.

Методика проведення телевізійної і радіобесіди «за круглим столом» (не плутати з інтерв'ю-полілогом!) передбачає обов'язкове налагодження психологічного контакту між журналістом та запрошеними у студію співрозмовниками. І цей морально-психологічний контакт має ґрунтуватися насамперед на прагненні максимально розкрити заявлену тему, донести її сутність до слухачів, глядачів. Журналіст (ведучий) координує розмову, вміло впливає на дискусію представників різних поглядів, стежить за рівновагою бесіди. Учасники бесіди повинні вільно висловлювати свої думки, але не одночасно, а почергово, дотримуючись визначеного обсягу часу. Журналіст під час бесіди «за круглим столом», на відміну від інтерв'ю-полілогу, є рівноправним учасником бесіди. Він уважно слухає своїх партнерів, критично оцінює їх висловлювання й обстоює власну точку зору, спільно із учасниками бесіди намагається знайти відповідь на запитання, які виникають. Особливо напруженою є робота журналіста й учасників бесіди під час прямого ефіру. Адже потрібно одразу ж вичерпно, толерантно відповідати на будь-який телефонний дзвінок.

Телерадіобесіда «за круглим столом» створює можливість для розкриття індивідуальних якостей та особливостей людей: інтелект, поінформованість, політична заангажованість, позиція щодо вирішення проблем державотворення, захисту національних інтересів, української мови, культури, духовності. Один здатний охопити явище в загальних рисах і допомогти іншим не поринати у деталі, другий вміє коротко сформулювати суть проблеми, третій – відшукати потрібний факт для ілюстрації важливої тези. Усі ці індивідуальні риси разом сприяють досягненню мети бесіди «за круглим столом».

Сприйняття складного матеріалу полегшується, якщо автор використовує вдалі порівняння, взяті із життя приклади і якщо він уміє викликати у слухачів зорові уявлення того, про що йдеться у радіобесіді. А телевізійну бесіду доповняти потрібним, цікавим, захоплюючим відеоматеріалом. Чим складніша, специфічніша тема, тим яскравішими повинні бути приклади, тим більше ілюстрацій потрібно залучати для роз'яснення. Найкраще сприймається усна бесіда. Чи схвалює він те, про що говорить, або осуджує, сумує чи радіє, висміює,

чи по-дружньому жартує – особисте ставлення автора до мовленого повинно бути зрозумілим зі змісту і тону бесіди.

Отже, основою діалогічної бесіди є форма усного розмовного спілкування людей. Предмет бесіди всебічно розглядають компетентні особи, а слухачі, глядачі стають свідками процесу, під час якого досліджується й з'ясовується предмет обговорення. При цьому вони мають можливість відчути атмосферу дискусії, побачити всю різноманітність шляхів, якими учасники бесіди доходять якогось певного висновку. У цьому саме і полягає основна виховна цінність діалогічної бесіди по радіо і телебаченню.

Хоча бесіді як жанру притаманні широкі узагальнення, вона зазвичай буває вдалою лише тоді, коли в ній розглядається одна основна, наскрізна тема. Взаємозв'язок подій нерідко викликає спокусу показати цю широку взаємозалежність. Але тут автора підстерігає небезпека багатотемності, а отже, поверхової, поспішної, побіжної розмови про все потрохи. У бесіді доцільно послідовно розглядати нові факти, події і явища. Кожний новий термін, який може бути невідомий радіослухачеві, глядачеві, треба пояснювати з допомогою понять, які йому вже відомі. Допускається мінімальне використання цифр за умови їх порівняння. Отже, бесіда, як і коментар та інші жанри, повинна бути не лише актуальною, цікавою, композиційно оригінальною, а й насиченою позитивною енергією української національної гідності й духовності.

Близьким за жанровими ознаками до бесіди по радіо і телебаченню є радіоогляд і телевізійний огляд, у яких розглядають, аналізують, оцінюють найхарактерніші, найтиповіші життєві факти, події, явища. Їх об'єднують одною темою, часом (тиждень, місяць, рік і т. д.) або географічним місцем (територією) з метою дати слухачам, глядачам правдиву і цілісну картину, панораму тієї чи іншої сфери життєдіяльності людей. Телевізійний, як і радіоогляд, ґрунтується на розгортанні думки автора. Факти, події, явища зіставляють, осмислюють і на цій основі визначають характерні, загальні тенденції їх розвитку. За змістом телевізійні і радіоогляди поділяють на тематичні та загальні. До тематичних належать огляди на політичні, економічні, освітні, наукові, соціальні, культурні, мистецькі, спортивні та інші теми. Загальні огляди характеризуються тим, що в них розглядається сукупність проблем у певний проміжок часу.

Анатолій Яковець визначає такі специфічні риси цього жанру: 1) огляд суворо фактологічний, причому факти в ньому відбираються та групуються залежно від авторської мети; 2) оглядач розглядає факти в їхній взаємодії, намагається віднайти зв'язки, що їх поєднують; 3) огляд характеризується масштабом охопленого матеріалу; 4) матеріал огляду

обмежений хронологічними рамками. «Зображально-виражальні засоби досить різноманітні. В огляді використовують не тільки оперативний матеріал, але й історичний, архівний, навіть уривки художніх фільмів. Але основу огляду становить саме мовлення, а зображення відіграє тут лише допоміжну роль» [13, с. 98].

Щоб підготувати змістовний, глибокий, цікавий телерадіоогляд, автор повинен бути інтелектуально розвиненим, усебічно поінформованим, володіти аналітичним мисленням, уміти про складні, абстрактні речі говорити компетентно, грамотно, переконливо і дохідливо. Слушною є порада Іржі Томана: «Цікава розповідь має такі особливості: тема повинна бути цікавою і щоразу новою; початок розповіді має привертати увагу слухачів; розповідь повинна бути стислою, невимушеною і зрозумілою; думки логічно впорядковані» [10, с. 284].

Особливість журналістської роботи над радійним і телевізійним оглядом полягає в тому, що автор повинен не лише визначити цікаву і важливу тему та знайти різні матеріали. Потрібно застосовувати оптимальні композиційні прийоми телерадіоогляду, виявити і вибудувати у тексті логічні зв'язки, що з'єднують факти сучасної складної дійсності стосовно проблем українського державотворення, розширення смислової агресії Російської Федерації проти України, яку вона здійснює за допомогою агентури та «п'ятої колони» в інформаційно-психологічній, мовній, культурній, історичній та конфесійних царинах. У такий спосіб Росія прагне зруйнувати українську цивілізацію і забезпечити «остаточне розв'язання українського питання» в контексті традиційної московської=російської імперської ідеї.

Зрозуміло, що за тиждень, місяць чи семестр навчального року неможливо стати кваліфікованим телевізійним чи радіооглядачем. Але студенти, які здобувають фах телерадіожурналіста, перші, важливі спроби роблять. Подаємо деякі їхні огляди.

«Ух радіо» – еталон української радіохвилі

Я слухаю тернопільське «Ух радіо» уже багато років з великою зацікавленістю, задоволенням та гордістю. Адже «Ух радіо» – це патріотичне, справжнє українське радіо,яке транслюється виключно українською мовою і випускає в ефір тільки українські пісні та розмовні радіопередачі.

Це радіо, на жаль, звучить тільки на території Тернопільської області, але, завдяки удосконаленню новітніх технологій, кожен бажаючий в Україні чи за кордоном може послухати радіо в інтернеті в онлайн-режимі.

Цікаві та амбітні ведучі не дають сумувати слухачам і впродовж усього ефіру спілкуються з ними через повідомлення, які кожен може надіслати на електронну пошту чи на пейджер радіо і які, обов'язково, будуть прочитані в ефірі. В такий спосіб можна замовити улюблену композицію, виконавця,передати вітання чи замовити музичне поздоровлення своїм рідним, близьким, друзям, іменинникам. Тут працюють такі радіоведучі, як Світлана Соліляк, Мар'яна Маєвська, Зоряна Краєвська, Наталя Даниленко,Оксана Солодка, Роксолана Котляревська та Ганя Полупанцова.

Слухачі «Ух радіо» завжди в курсі всіх подій Тернопілля. Починаючи з 9:00, через кожні 3 години ефірі можна почути тернопільські новини,що говорить про інформаційну збагаченність радіо. Однією з «родзинок» «Ух радіо» є галицька весільна музика – пісні такого жанру не транслює жодна радіостанція України. Сумувати слухачам не дає також Ганя Полупанцова – весела українська бабуся, яка щогодини тішить всіх своїми анекдотами.

Щоранку на «Ух радіо» відбуваються прямі трансляції Святої Літургії з кафедрального собору Непорочного зачаття Пресвятої Богородиці у Тернополі. Всі християни, які не мають змоги піти до церкви, можуть послухати ранкову Літургію та помолитися разом з радіо.

Радіопрограми мають різний характер: хіт-паради, розважальні, пізнавальні, вітальні. Наприклад, програма «Говоримо правильно» вчить нас правильної української мови. Тут кожного дня подають невеличкі правила з української мови та приклади, які легко запам'ятовуються і допомагають людям збагатити свої знання з рідної мови.

Ще однією «смачною» програмою на «Ух радіо» є «Галицьці пляцки». Ця програма не залишить байдужою жодну жінку, оскільки всі ми знаємо, що «шлях до серця чоловіка лежить через його шлунок», то саме ця програма своїми кулінарними рецептами,порадами та секретами допомагає жінкам знайти і опанувати цей шлях.

Але не варто думати, що чоловікам на цій радіохвилі робити нічого. Багато програм тут розраховано і на аудиторію сильної статі. Однією з них є «Правильна автомобільна програма», яка допомагає водіям більше дізнатися про свій автомобіль, його примхи та правила поводження з ним на дорозі.

В ефірі також звучать програми «Українська забава», «Галицька десятка», «Старий бамбетель», «Сурми звитяг», «101 секрет краси», «Народний хіт», «Галицька масниця», «9 місяців життя» та ін.

Вважаю, що всі українські радіоорганізації мають брати приклад з таких станцій, як тернопільське «Ух радіо». Це сприятиме утвердженню українського національного життєвого середовища.

Світлана Черемшинська

На телеканалах України не повинно бути місця для реаліті-шоу

Українське телебачення переповнено реаліті- та ток-шоу. Якщо телевізійні жанри такого варіанту є українським авторством, то ідея та тема залишаються скопійованою з американських, російських чи (зрідка) європейських каналів. Такий формат українцям спочатку був не дуже зрозумілий – ми іншої крові. Але згодом призвичаїлись і стало начебто до шмиги. Та з такими телепрограмами не те, що отупіти можна, а й взагалі забути про моральні цінності.

Ми кожен день споглядаємо на екранах «Хто хоче заміж за мого сина?», «Міняю жінку», «Вагітна у 16», «Матуся у 17», «Врятуй нашу сім'ю», «Хата на тата» – це що високоякісні проекти? Це лише маленький перелік телепрограм-руйнівників моралі. Або ж українці вже зовсім не мають язика, чи то дружніх стосунків з родичами та близькими, або ж не мають до кого звернутись та вилити душу, чи то не довірливі до всіх, окрім себе, що свою трагічну історію життя викладають на показ та посміховисько всій країні. Чи то так хочеться їм на екранах телевізорів похизуватися? Ці питання мене турбують кожен день, коли у вечірній час телеканали пускають в ефір програми-релаксації. Розумію, що люди приходять додому втомлені і знервовані після важкого робочого дня, і їм, звичайно, хочеться відпочити, побачити на екранах щось «легке», яке не змушує думати, переживати. Та виникає запитання: невже десятки років тому люди важче виживали без цих «низькоякісних» продуктів медіа? Невже вони не знали куди себе подіти вечорами, бо по телевізору не було що дивитись?

Реаліті-шоу «Міняю жінку» транслює телеканал 1+1, виробляє за британським форматом WifeSwap. На один тиждень дві сім'ї міняються своїми мамами. Участь беруть дуже контрастні за способом життя, соціальному становищу, рівнем прибутків сім'ї. Жінки три дні живуть за правилами сім'ї, в яку потрапили, а інші 4 дні вводять власні правила та привчають до них «чужих» чоловіка і дітей. На перший погляд це здається принадно, весело і навіть пікантно. Насправді, з цього починається справжня сімейна катастрофа.

Засновники проекту стверджують, що не використовують жодних постановок, жодного моделювання ситуацій, жодних підставних артистів і декорацій. Усе – справжнє. Звичайні сім'ї, звичайні люди, звичайні мами. Все просто тому, що режисери гарно планують кожний випуск, спираючись на головні засади психології людського сприйняття. Якщо придивитись та проаналізувати, то кожний ефір побудований на одному сценарії, хіба дещо додається, або навпаки забирається, але то так, дрібнички.

У кожному випуску обов'язково є гучний скандал. Куди ж без нього? А без нього якраз і буде нудно. Роздувається скандал і глядач у пастці, він вже не перемикне на інший телеканал, бо він хоче додивитись, як все буде

відбуватись, чи буде перемир'я, чи вибачиться головний герой, а може він на коліна перед нею стане чи хоча б букетик подарує? Або навпаки, вона вибачиться тощо. Тому скандал ставиться обов'язково на початку ефіру. Потім нікуди не дітись без ревнощів. Як так, жінками обмінялись і не поревнуємо? А потім ще якась каламутна водичка з дітлахами. Або вона не вкладає душу у «чужих» дітей, або вдарить дитя, або взагалі «наплює» на них і буде займатись своїми справами. Звичайно тато-герой того не буде терпіти, а ще й дітлахи скаржаться на нову чужу маму, тому він починає грати справжнього чоловіка. А в кінці все також за давно спланованою й очікуваною схемою. Пари розуміють, як сильно кохають одне одного, яка в них чудова сім'я і там ще якась мильна опера.

Кожний ефір гучно рекламують на каналі за тиждень до трансляції. «У складних ситуаціях кожен із нас потребує поради. Хтось біжить до друга, хтось до сусіда, хтось звертається до Бога. Усі способи мають право на існування, аби лиш дали результат. Герої проекту «Міняю жінку» зі Львова та Харкова звернулись за порадою до нашої програми», – ось так рекламували один з ефірів, в якому, звичайно, є складна сімейна драма. Чоловік з жінкою перестали розуміти одне одного, в сім'ї сварка на сварці і тут проект «Міняю жінку». Звичайно помінялись, пожили так тиждень і що? Зовсім не очікувано. В сім'ї все пішло на лад, а хто допоміг? Телепередача. І якби вони без неї прожили, напевно б сім'я зруйнувалась.

Гарна робота піарників, котрі добре знаються на психології. Підготовили влучний текст на три рядки і українці купилися. Нам з екранів втовкмачують, що без цих шоу ми не знайдемо вихід з важких життєвих ситуацій, що все піде прахом. Впродовж трансляції кожного випуску те саме; ми чуємо піднесену мову того, хто озвучує з давно відомими фразами: «Якби не наша програма…», «Завдяки нашій програмі…», «За допомогою нашої програми…» тощо. Мовляв, ми без них не змогли б прожити.

Та що ж це? Українці, отямтесь! Ми ж сильні, які шоу, які проекти? За порадою до друзів, до батьків зверніться. Допомоги в церкви попросіть. А худнути, чоловіка або жінку шукати треба своїми силами, а не за допомогою «Інтерів» та «1+1». На українських телеекранах не повинно бути місця для реаліті-шоу чи ток-шоу подібного формату, нехай росіяни чи американці в них беруть участь, а ми будемо дивитись й посміхатись. Всі ці шоу спотворюють нашу націю та вбивають моральні цінності в людині. Якщо й далі реаліті-шоу заполонять все телебачення, наші діти, наступне покоління, не буде знати, як правильно жити й яку дорогу обирати. Головним порадником стане телевізор зі своїми «шоу-допомогами». Склався стереотип: якщо ти хочеш одержати пораду, відповідь на хвилюючі питання, показати свій талант, стати суперзіркою, втримати чоловіка, зберегти сім'ю, знайти другу половинку, то тобі пряма дорога на екран телевізора.

Анна Ковальова

Український контент на радіо «Країна ФМ»

В Україні налічується не один десяток радіостанцій, деякі з яких локальні, інші – всеукраїнські. І як не дивно, вони дуже різні: починаючи від музичного наповнення, кількості та напряму програм, манери ведучих, та закінчуючи мовою. Саме тому, виокремлюю радіостанцію «Країна ФМ», адже – це повністю українське радіо, що веде мовлення у 29 містах України. Контент виключно український за змістом і мовою.

Пізнавальним та інтектуально й емоційно насиченим, на мою думку, є авторський проект історика та заслуженого журналіста України Данила Яневського під назвою «Слава України». Це – розповіді про видатних українців та особистостей різних національностей і віросповідань, які впродовж століть створювали Україну. Завдяки таким людям ми, українці, можемо пишатися своїм корінням та нашими героями.

Особливої уваги заслуговує рубрика «Дрімайко» – перший повноцінний, великий, соціальний україномовний проект для дітей та їхніх батьків, що виходить щодня о 20:30. Тут можна почути казки від Сашка Лірника, колискові та віршики від Тоні Матвієнко, чарівні українські пісні, розповіді про українські традиції, цікаві історії та поради, байки та історії від талановитих українських діточок. А також моя улюблена щогодинна програма «Антисуржик», у якій, за допомогою міні-тестів, кожен з нас може викорінити вживання суржику зі свого лексикону. Як правильно говорити? Як наголошувати? Як позбавитись кальки з російської та легко запам'ятати правила українського правопису? Відповіді слухайте на радіо «Країна ФМ».

Окрім щоденних радіопередач, є й такі, що виходять двічі або тричі на тиждень, зазвичай, вони тісно пов'язані з музикою. Наприклад, «Ритмотека» – годинний ефір танцювальних версій драйвової україномовної музики, що звучала в продовж цілого тижня. «Танцюємо, співаємо, радіємо» – слоган, що звучить у радіоефірі щоп'ятниці о 22:00 та щосуботи о 14:00. Під рубрикою «Слухоманія» щотижнева добірка нової української музики. Також тут виходять свіжі інтерв'ю із відомими молодими музикантами, новини зі світу українського шоу-бізнесу. Звучить програма під назвою «Відголос країни». Це – розповіді про українську музичну історію. Адже наше коріння – це те, що дає нам силу сьогодні. Народні звичаї, обряди та традиції, безумовно, знайшли відголос у сьогоденні. Тут йде мова про автентику та сучасну творчість українських музикантів, що використовують фольк-мотиви у своїй творчості. «Відголос країни» виходить тричі на тиждень – вівторок, четвер та неділю – із прекрасною ведучою Ганною Заклецькою – солісткою гурту «VRODA», що виконує українські народні пісні в сучасних аранжуваннях.

Найсвіжіші релізи та новини зі світу української музики у програмі «Топ-10. Важка ділянка» з Вадимом Карп'яком. Її можна слухати щопонеділка, щосереди та щоп'ятниці о 20:00. Авторський проект Наталії Плугіної – колишнього Президента федерації риболовного спорту – «Країна рибалок» приваблює тих, хто любить природу, мандри, пригоди та риболовлю. Авторка передачі розповідає про те, як правильно ловити рибу кожного виду, ділиться секретами приготування риби для споживання тощо.

Раз на тиждень також виходить програма «Футбольна країна» з віце-президентом «Динамо» та журналістом Олексієм Семененком. До речі, це не стандартна програма з великою кількістю термінів та характеристик. Це розповіді про цікаві факти, події, пов'язані з футболом. Щосереди на «Країні ФМ» проходить «Бізнес-середа»; щогодини фахівці розповідають про актуальні економічні теми. Звучать такі рубрики: «Мова грошей» з головним редактором журналу «Гроші» Олександром Крамаренком, «Життя у прозорих умовах» з фахівцями системи електронних закупівель Prozorro, новини українських компаній в проекті «Бізннес центр» з Віктором Дібровим та «Кухня бізнесу» – інтерв'ю з представниками українських і міжнародних компаній та брендів!

«Зірковий четвер» – щотижнева рубрика з Максимом Назаровим про український шоу-бізнес. Тут можна почути великі інтерв'ю у форматі 100 хв – 100 запитань, особисте представлення нових хітів, афішу цікавих подій та кінопрем'єр. Завершує блок тематичних днів «Кулінарна п'ятниця», де київський кулінар Олена Мироненко розповідає про тонкощі кулінарного мистецтва та авторські рецепти, а також дає практичні поради про те, як тримати себе у формі та вести здоровий спосіб життя, не відмовляючи у смачненькому.

Важливо – щогодини із 7:00 до 20:00 у будні звучать «Головні новини країни» про соціально важливі події із життя в Україні. Метеорологиня Наталка Діденко розповідає про погоду, а також про те, що чекає автомобілістів на дорогах країни, чи доцільно ошатним українським паннам і паням виходити «на світ» у взуттю на високих підборах, чи сприятимуть погодні умови рибалкам тощо.

Отже, «Країна ФМ» – гідний приклад створення якісного продукту зі 100 % українськомовним контентом. Безумовно, такі радіопередачі сприяють формуванню української національної свідомості, громадянської гідності. Кожний з нас, журналістів, покликаний навчатися і працювати так, щоби утверджувати в Україні українське за духом і формою життєве середовище.

Тетяна Корочанська

Процес мислення перед мікрофоном, телекамерою охоплює не лише аналіз (розкладання предметів на окремі ознаки, виявлення їх зв'язку з іншими предметами) та синтез (відтворення предметів і явищ, розчленованих у процесі аналізу за окремими ознаками, подання їх як системи виділених властивостей і відношень), а й порівняння (виявлення подібностей і відмінностей між предметами), узагальнення (об'єднання предметів за їхніми подібними рисами) та абстрагування, тобто формування образів реальності (уявлень, понять, суджень).

Отже, аналітичні жанри містять оціночний і суб'єктивний елементи, що, залежно від позиції телерадіожурналіста, створює «можливість маніпуляції свідомістю» [2, с. 186] слухачів, глядачів. Це антигуманне явище найбільше проявляється на телеканалах «Наш», «ZIK», «Інтер», «NewsOne», «112», «Україна», «Україна-24». На цих телевізійних каналах бракує глибоких, кваліфікованих аналітичних передач про справжню, правдиву сутність російсько-українських відносин. Різними витонченими маніпулятивними способами нав'язується фальшива теза, що, мовляв, спадкоємницею давньої слов'янської держави Русь є Московія – нинішня Росія, а не Україна. Потрібно знати правду: русини=українці та московити=росіяни не одного роду-племені, це – різні етноси, і продовжувачкою, послідовницею Руси (Київської Руси) є Україна, а не Московія=Росія. Але як сусідам – треба жити в злагоді, порозумінні та мирі. Справедливий мир між Україною і Російською Федерацією залежить тільки від росіян та європейської і світової спільноти.

Мас-медіа України покликані систематично доносити правдиву інформацію українським громадянам і, безперечно, світові, що Московія=Росія завжди воювала і воює нині проти духу Української Національної Ідеї як основи державотворчих візій, які ґрунтуються не лише на древній культурі Руси-України, демократизмі козаччини, героїзмі січових стрільців і вояків УПА, а й акумулюють модерні європейські цінності, імперативи Євромайдану, нинішніх бійців за свободу й незалежність України, соціогуманізм захисту, розвитку людини і нації, їхніх бажань співпрацювати та інтегруватися у вільний світ. Росія – чи то царська, біла, червона, православна, атеїстична, чи то сьогоднішня, із загарбницько-реваншистською ідеологією «русского міра» – завжди виявляла і виявляє усю військову підступність і давню традиційну, імперську лють до прагнення українців розбудувати самостійну, незалежну, демократичну, духовно соборну українську Україну.

«Будь-який чесний професійний журналіст – це активний громадянин, який працює перш за все задля інтересів суспільства. Він пови-

нен добре знати історію й культуру своєї країни, має бути патріотом, стояти на демократичних позиціях» [10], глибоко усвідомлювати, що утвердження української України – морально здорової, суверенної, незалежної, правової, соціально розвинутої, демократичної держави – залежить також від національного духу кожного працівника ЗМІ. Адже зміцнення державної єдності України може й має відбуватися шляхом окультурення суспільства, прилучення його до вимірів демократичного світу, модернізації його мислення і його життя на засадах правдивої національної історичної пам'яті.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть мету аналітичних теле- і радіожанрів.
2. Чим відрізняється радіо- і телевізійна кореспонденція від теле- і радіорепортажу?
3. Яке трактування жанру «кореспонденція» у німецькій журналістиці?
4. На які види поділяють коментарі на радіо і телебаченні?
5. Як розрізняють радійні й телевізійні коментарі залежно від мети і характеру матеріалу?
6. Назвіть особливості іронічного коментаря.
7. Схарактеризуйте зовнішньополітичні та внутрішньополітичні теле- і радіокоментарі.
8. Які головні завдання радійного й телевізійного коментаря?
9. На чому ґрунтується переконлива сила радійного й телевізійного коментаря?
10. Схарактеризуйте специфічні особливості методики роботи журналіста над радіо- і телевізійною бесідою.
11. Яке головне завдання радійної й телевізійної бесіди?
12. Назвіть види радіо- і телевізійної бесіди.
13. Які передумови ефективного сприймання радійних і телевізійних бесід?
14. Навколо якого запитання зосереджується головне емоційно-пізнавальне напруження слухачів і глядачів?
15. Охарактеризуйте основні методичні засади проведення телевізійної і радіобесіди за круглим столом.

16. Які особливості проведення телевізійної і радіобесіди у прямому ефірі (наживо)?
17. За яких умов радіо- і телевізійна бесіда буває найефективнішою?
18. Назвіть жанрові ознаки радіоогляду і телевізійного огляду.
19. На які види поділяють телевізійні й радіоогляди?
20. Які є зображально-виражальні засоби радіоогляду і телевізійного огляду?

Завдання для самостійної роботи

Студенти опрацьовують рекомендовану літературу до теми. Слухають по радіо, дивляться по телевізору кореспонденції, коментарі, бесіди та огляди, зіставляють їх під час аналізу. Також готують на обрану тему радіо- і телевізійні коментарі, обговорюють їх на заняттях і оцінюють.

Література

1. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіо менеджменту : підручник. 2–ге вид., допов. / О. Я. Гоян. – К.: Веселка, 2004. – 245 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / В. Й. Здоровега – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
3. Кириченко І. Країна виплеканого зрадництва, або Дещо про світоглядну недолю / І. Кириченко // Дзеркало тижня. – 2008. – 27 верес.
4. Кузнєцова О. Аналітичні методи в журналістиці : навч. посібник / О. Кузнєцова. – Львів, 1997. – 110 с.
5. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.
6. Лизанчук В. В. Журналістська майстерність : підручник / В. В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.
7. Лизанчук В. В. Не лукавити словом / В. В. Лизанчук. – Львів, 2003. – 560 с.
8. Липинський В. Націоналізм, патріотизм і шовінізм / В. Липинський // Поступ. – 1927. – № 1–2.

9. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, Т. 62 / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019, – 234 с.
10. Скуба В. «Що нагріє?» Шеф-редактор Наталія Лигачова про те, чому якісні медіа неможливо створювати з «холодним носом» / В. Скуба // День. – 2012. – 30–31 груд.
11. Томан І. Мистецтво говорити. Пер. з чес. – 2-ге вид. / І. Томан. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.
12. Шевченко Т. Повне зібрання творів: у 6 т. – Т. 6. Листи. Нотатки. Фольклорні записи / Т. Шевченко. – К. : Вид-во АН України, 1964. – 640с.
13. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : посібник. – 2-ге вид., допов. і переробл. / А. В. Яковець. – К. : Вид. дім. «Києво-Могилянська академія», 2009. – 262 с.

Розділ VI.

Особливості створення художньо-публіцистичних передач радіомовлення і телебачення

Аналітичний метод пізнання дійсності своєрідно модифікується у художньо-публіцистичних жанрах, до яких належать: на радіо – радіонарис, радіозарисовка, радіофейлетон, радіокомпозиція, радіофільм, оригінальна радіодрама; на телебаченні – телевізійний нарис, телезарисовка, телевізійний фейлетон, телевізійний памфлет, телекомпозиція, телевізійне ток-шоу, документальний телефільм. Своєрідність радійних і телевізійних художньо-публіцистичних жанрів полягає у єдності дослідницького і художнього начал.

Однак у XXI столітті використання на радіо і телебаченні художньо-публіцистичних жанрів надто звузилося. Але знати їхню природу, особливості, основні вимоги до створення – не завадить. Але не буває зайвих знань, які спонукають продуктивно думати щодо розширення в електронних засобах масової інформації художньо-публіцистичних жанрів. Адже у них досліджуються, розкриваються суспільно важливі, цікаві явища, у центрі яких – усебічне зображення людської діяльності, осмислення соціально-політичних, морально-духовних цінностей.

«Найпрезентабельнішим» (В. Здоровега) художньо-публіцистичним жанром є телевізійний і радіонарис. Сформувавшись як самостійний жанр, радіонарис увібрав у себе елементи звукової дійсності, музику й образне художнє слово, що відобразилося на його структурі, творчому методі й формі. Звертаємо увагу, що музика і шуми доповнюють, розвивають ідею радіонарису своїми засобами, але сама ідея висвітлюється у слові. Слова досить для того, щоб висловити думку. Ідею радіонарису висловити тільки акустичними засобами неможливо. Вони можуть існувати лише в поєднанні зі словом.

Доцент Ю. В. Любченко слушно зауважує, що визначальним принципом роботи аудіального ЗМІ стало набуття специфічних якостей, що були притаманні лише радіо [9, с. 20]. Лінгвісти визначають слово як мовну одиницю, що є звуковим вираженням поняття про предмет або явище об'єктивного світу. Сутність слова на радіо полягає в самому принципі дії, в тому, що воно звучить і сприймається на слух, що досі залишається незбагненним явищем [15, с. 318]. Своєрідність процесу в тому, що слово будь-якого телерадіожанру не розраховане на «німе сприйняття, на спілкування однієї людини із закодованим у знаковій системі значенням. Слово, що звучить, передбачає живе спілкування в процесі його сприйняття, спілкування того, хто говорить і того, хто сприймає» [20, с. 137]. Таке спілкування передбачає регулювання багатьох звукових параметрів: сили, темпу звучання, тембру голосу, інтонаційних характеристик, пауз тощо.

У телевізійному нарисі слово також мусить бути образним і емоційним. Адже «слово у поєднанні із зображенням є головним засобом розкриття на телеекрані внутрішнього світу людини, осмислення подій та життєвих ситуацій, дослідження актуальних проблем сучасності» [6, с. 119]. Завдяки аудіовізуальності теленарису розширилася можливість поглибленого пізнання українського життєвого середовища, яке постає перед глядачем в екранних публіцистичних образах. Вербальні (словесні) й невербальні засоби тісно взаємодіють, доповнюють, підсилюють одне одного під час спілкування. Це означає, що телевізійний нарис пояснює, інтерпретує, обговорює та оцінює.

Дослідники виявили величезну кількість невербальних сигналів, які відіграють важливу роль у характеристиці героя телевізійного нарису: а) у людини «говорить» усе: усмішка, погляд, порухи голови, брів, рухи рук, положення ніг, поза, інтонація, манера ходити, стояти тощо; очевидно, все це треба вміти «читати», розрізняти випадкове від суттєвого, природне від натренованого; б) мова тіла дуже часто дає правдивішу інформацію, ніж мова слів; в) важливо пізнати національні особливості «граматики» мови тіла, невербальне спілкування також створює відповідний образ [13, с. 64].

Німецькі тележурналісти і педагоги Даніель Мой і Мартін Ордольфф у зазначеній у попередніх розділах праці «Телевізійна журналістика» (с. 64) висловили суттєву думку, що різноманітність форм, індивідуальна драматургія, оригінальні візуальні ідеї та підходи, різні паралельні історії, використання музики, анімації та графіки чи інтерв'ю з головними героями та експертами створюють широкі зображувальні можливості, що робить нарис універсальною формою викладу.

Професор О. А. Сербенська слушно наголосила, що «в аудіовізуальних засобах сформувався свій тип мовлення, витворився свій еталон, але навіть досконале володіння технікою мовлення, доведена до автоматизму правильна вимова, виразна дикція деяких наших телеведучих (є такі й в радіомовленні) часто не дає відчуття живого слова. Це зокрема стосується тих, які лише в ефірі «работают на украинском языке». Для них вільна стихія українського усного мовлення є чужою. І безпорадними вони стають, коли відриваються від тексту, відтвореному на моніторі. Адже чужинцеві не так легко відтворити ритм нашої мови, характер наголосу, вільно оперувати засобами інтимізації, які в українській мові надзвичайно виразні» [14, с. 137].

Людину, життєву дійсність, яка її оточує, можна досліджувати в різних ситуаціях, різними методами. За предметом дослідження та його

відображенням, метою жанру та його завдань поділяємо радійний і телевізійний нарис на такі види: портретний, проблемний, подорожній. Портретний радіонарис також називають політичним портретом, історико-біографічним нарисом. На жаль, радіожурналістика, як і телевізійна журналістика, багато втрачає тому, що радіонарис, як і телевізійний нарис, рідкісне явище в телерадіоефірі.

Привертаємо увагу до радіонарису «Слова із книги бою» заслуженої журналістки України Ганни Стоцької.

(Музична заставка)

Журналіст: Сьогодні я хочу сподіватися, що зворушу ваші серця, бо розповім про двох людей, долі яких більш ніж півстоліття тому перетнула жорстока кривава реальність. Бо був фронт. Була боротьба ідеологій. Було підпілля. Була Українська Повстанська Армія. Були приречені герої. І серед них – Мирослав Кушнір – вчитель з Бережан, з Тернопільщини, що у свої двадцять два писав уже так:

(На фоні музики)

Диктор: На лірики блакитних жорнах
помел маніжности і сну.
А довкруги чорніє чорна
земля, що мріє про весну.
Затям: у будні твердо-сірі
завзятим підеш юнаком
у безвість днів, де люто шкірить
вовчиця зуби – твій пролом, –
чіткіший буде від сонета
і більш незрушний від октав.
Не букв рядки, а кулеметом
ряди ворожих трупів став.

(Музика мікшується)

Журналіст: Так, це вже була поезія на межі знищення лірики суворістю, не поетичністю, просто переходу такого єдиного, найдорогоціннішого життя – у смерть…

А до того…

(На фоні музики)

Від Ярослава до Сіняви двадцять кілометрів. Сани. Дзвоники, рип снігу, блиск очей, найсвіжіший рум'янець п'ятнадцятирічних щічок. Дарця Вергун, нині Дарія Саєнко, їде відвідати своїх батьків у Сіняву. Але на неї чекає і перший лицар її юного серця – Мирослав Кушнір.

Русявий поет з романтичними очима, домашній вчитель у родині священика. Нині, через 60 років, пані Дарія згадує:

Саєнко: Він настільки був захоплюючий у своїх бесідах, у своїй розмові. Це була настільки молода людина і настільки знаюча, і настільки розумна, і настільки широких поглядів. Він цитував без перерви поетів. При чому не тільки українських, яких ми знали, а українських з Великої України. Це є дуже велика різниця. Ми зовсім не знали таких імен, наприклад, як Плужник, як Влизько, а він знав, причому, напам'ять.

(Музика)

Журналіст: Нечасті зустрічі, хвилини суму і радості, стрімкий ріст світлого і чистого почуття. І листи. З листа Мирослава Кушніра до Дарії Вергун.

(Музика на кілька секунд підсилюється, а потім мікшується)

Диктор: Мій Друже! Життя хороше, бо воно неповторне. У цьому його краса. Але, можливо, його красу довершує щойно гідна смерть. Бо що ж велике життя з нікчемною смертю – це величава церква, у якій замість копули копиця сіна. Я вірю (так і призначено людині: вір!), що ми пройдем крізь ці бурхливі дні і чисті, святі донесемо наші прапори до Мети. Будь благословенна наша грізна,свята і неповторна путь! Славко

(Музична перебивка)

Журналіст: Він міг сховатися, емігрувати, в крайньому разі витерпів би випробування полону чи ув'язнення, але залишився би за всяку ціну живим. Мирослав Кушнір вибрав інший шлях. І про це говорить стрімка, пристрасна поезія нині нововідкритого поета, що залишився навічно молодим. Про це говорять його листи:

(Музична перебивка)

Диктор: Мій одинокий друже! Хто знає, куди побіжать наші шляхи, чи зійдуться колись. А я так хотів би, щоб зерно мого посіву не погибло в холодній землі. Я чую в собі якесь німе покликання – працювати з людьми, тесати їхні душі. Я ніколи нікого не просив: не забудь! Я вірю, що той, хто живе тим самим, що я, ніколи мене не зможе забути. Розставання не має сили над цим почуттям. Бо розставання (хтось сказав) – це вітер, що гасить малі свічки, а роздуває великі пожежі. Славко

Саєнко: Він ішов уже в підпілля. Він ішов у ліс. Він уже не міг лишитися на легальному становищі, бо його би знищили. Його місія туди – у запілля, то було завдання ОУН. У цей день, коли він ішов, ми зустрілися. Він каже: «То все є твоє. Як тобі вдасться зберегти – добре!». То були самі поезії і листи.

Журналіст: Вам не було страшно це все зберігати, сьогодні для нас таке цінне, стільки років? Це — понад 50 років…

Саєнко: Ситуація була дуже екстремальна. Ви розумієте, що бомби на голови летіли. Наш будинок був розбитий, розвалений. Ми у сховищі були. І я з того моменту, як він мені вручив те все, наче стала іншою. Настільки застряло мені в голові,що то є важливі речі, і я то мушу за всяку ціну якось зберегти. І я його завжди мала при собі. Навіть коли вдома була ревізія. Уявляєте собі, більшовики прийшли батька арештувати. В хаті розвалюха цілком. Бібліотека була досить велика – вони розкидали книжки, а я стояла збоку (дівчисько) і тримала ті звитки. Отак загорнуте в якомусь папері, точно не пам'ятаю в чім. Отак в руках тримала. Я навіть не усвідомлювала собі, не усвідомлювала, що це ж є бомба. Якби її відкрити, то вона цілком знищила б нашу сім'ю. А вони на мене не звертали уваги. Стоїть собі дівчисько та й стоїть. Що вона там тримає?! Подумаєш… Того ж не було багато. Я то тримала все при собі. Пізніше, як ми виїжджали… Боже! Та то є ціла голгофа! Коли нас виганяли з хати; ми втікали в село від бомб… Я нічого іншого не брала зі собою: альбом зі знимками і цей згорток. Вважаю, що це Боже провидіння, розумієш?

Журналіст: Говорить поет Ігор Калинець.

Калинець: Юна дівчина — 14-літня, а потім 15-літня Дарія Вергун, нині Дарія Саєнко, до якої були адресовані ці поезії і любовні поезії, очевидно, раніше не могла їх оцінити, бо може й не розуміла, що таке є кохання. 15-літня гімназистка вихована у добрій, порядній українській родині, потрафила зберегти всі ці зошити поезій впродовж всього свого життя, незважаючи на те, що була репатрійована з Ярослава сюди, в Галичину. Адже під час обшуку за такі вірші, за такі листи, які вона зберегла від поета, щонайменше їй би грозило висилання до Сибіру. Це є подвиг жінки, яка заради доброї пам'яті про свого дещо старшого приятеля, можливо, навіть уже й коханого, зберігає цю спадщину. Я просто захоплений подвигом тієї жінки, бо фактично, якби не вона, якби вона зі страху була спалила ці вірші, – все, то нині ніхто би не знав такого поета. Не було би такого в нашій літературі, а він уже ввійшов у літературу, у літературний процес, у літературознавство, його вже цитують визначні літературознавці, критики в Києві, поза Києвом, не тільки у Львові.

Журналіст: Згадує літератор Микола Дубас.

Дубас: Мирослав Кушнір відіграв певну роль у моєму житті як літератора, тому що вперше мені запропонував Ігор Калинець впорядко-

вані ним вірші для публікації. Тоді я працював у видавництві «Поклик сумління» і редагував альманах творчості колишніх політв'язнів. Крім того, була задумана така бібліотека альманаху «Біль». У тій бібліотеці вийшло декілька книжок, у тому числі спроба антології повстанської поезії. І коли я відкрив нового поета, якого не було у тій антології, то було враження надзвичайне, дивовижне. Тим паче, що Мирослав Кушнір – поет високої проби, то справжній поет. Його поезія, на жаль, не публікувалася в жодних підпільних виданнях, ім'я як поета було зовсім невідоме. І до роботи я взявся із великим задоволенням. Просто я знав, що вихід тієї книжки буде подією у літературному житті.

(Музика. На її фоні журналістка Ганна Стецька розповідає)

Журналіст: Так. Та, мабуть, найщасливішою з виходом книги почувалася вона, Дарія Саєнко, подвиг якої самозрозумілий і водночас величавий, бо через усі злигодні протягом півстоліття зберегла для нас відображення душі – лірику Мирослава Кушніра і його листи, які й лягли в основу високого видання під назвою «Слова із книги бою», котре упорядкували Ігор Калинець та Микола Дубас. Передмову написав поет Віктор Неборак. А ілюстрував цю зворушливу книгу син Дарії Саєнко – Андрій. Розповідає Ігор Калинець.

Калинець: Цю назву, здається, я придумав: «Слова із книги бою», бо останній вірш, який ми мали від нього, переданий на волю, власне говорить про ці слова, які написані у книзі бою. Цей заголовок мені дещо подібний до книги болю, бо там є справжній біль, або біль, зроджений великою любов'ю. І якщо подумати про сучасність, то це є надзвичайний приклад для нашої трохи бездушної, аполітичної молоді. Ми бачимо поета-романтика і не тільки поета-романтика, а й громадянина-романтика, молоду людину з таким романтичним світоглядом, з таким піднесенням, з таким патріотизмом, який не пошкодував свого життя заради тієї ідеї, яку він відстоював. І в той же час ми бачимо, як цього зараз потрібно, як потрібно тих слів, які би надихали молодь, зрештою, щоб виховували молодь, щоб вона була інакша. І мали би молоді люди брати за приклад отаких романтиків, які були під час Другої світової війни і після неї, отаких Мирославів Кушнірів. Ці слова, що винесені в заголовок – «Слова із книги бою» – повинні свідчити, що бій триває, бій за Україну не закінчився. І в цьому актуальність цієї книжки. Вона, зрештою, як кожна поезія, ніколи не втрачає своєї актуальності, якщо вона є живою і народжена із болю народу.

(Музика. На її фоні триває розповідь)

Журналіст: З листа Мирослава Кушніра до Дарії Вергун. Серпень 1944-го.

Диктор: Мале, не плач. Я клянусь тобі в своїй любові. Вона згасне тоді, як згасне моє останнє дихання. Пам'ятай: це клятва не поета, а вояка, що вміє бути вірним. Ми – сівачі і ми кинем зерно в поорану землю. Ми сповнимо свій обов'язок, хоча б цим зерном мали бути наші власні кістки. Нам байдуже, хто збиратиме жнива – ми чи нащадки наші, але ми свідомі, що жнива ці будуть величаві і святі, як святе є зерно нашого посіву. Мені доволі одного променя далекої Мети, щоб я забув про все стороннє, про себе і свою долю. Прощай, мале моє, кохане! Твій навіки Славко.

(Музика підсилюється,
а через декілька секунд мікшується і диктор читає вірш)

Диктор: Остався лиш один й однісінька граната,
А ворог не стріляв – хотів узять живим.
Але хто жити вміє – вміє і вмирати
Прощанням зброї, гострим і стальним.
І стихло все. Останнього акорду
Зжахнулась темна ніч. І руки заломив
Морозний ранок над тілами гордих,
Що вміли умирать – не вміли жить в ярмі.

(Музика підсилюється,
а потім зтишується і на її фоні триває розповідь)

Журналіст: Десь восени, наприкінці жовтня – на початку листопада 1944-го в оточеній більшовицькими карателями криївці прогримів той фатальний розрив гранати, який сам собі напророчив у вірші поет. Пішов з життя Мирослав Кушнір, цей поет з Божої ласки. Лицар-герой у свої 22, аби не здатися ворогові, аби засвідчити тривалість того бою і непереможність Великої Ідеї державності української нації.

(Музика підсилюється, а потім мікшується)

Поклонімося вічній любові і вірності високого духа жінки. А героєві-поету – слава!

(Звучить хор, у пісні якого є слова «слава»)

Диктор: Це був радіонарис журналістки Ганни Стоцької «Слова з книги бою». До ефіру його готували звукооператори Любов Назаркевич та Андрій Світличний. Звукорежисер Зиновій Левковський. Вірші та уривки з листів Мирослава Кушніра читав Богдан Коник.

***

Предметом будь-якого телевізійного і радіонарису є факти, події, явища, що розкривають морально-духовний, національно-інтелектуальний характер нашого сучасника через його думки, вчинки, розвиток, становлення, утвердження. Нарис розкриває взаємовідносини не лише суспільні, а й особистісні у найрозгорнутішому вигляді. Функція телерадіонарису потребує прискіпливого вивчення реальної дійсності, уміння виражальними засобами радіо- і телевізійної журналістики розповісти про актуальну, важливу подію через звичайне і повсякденне, всебічно розкрити характер сучасника, його справи і прагнення в контексті складних процесів державотворення, захисту України від зовнішніх і внутрішніх ворогів.

Основними жанровими ознаками телевізійного і радіонарису є документальність, виразна публіцистична спрямованість, достовірність, образно-художня структура, симбіоз поняття й образу. Вони спрямовані на розкриття особистості героя у масштабно-історичних, морально-психологічних, національно-громадянських виявах. Виражальні засоби радіо і телебачення створюють поліфонію телерадіонарису, яка побудована на можливості одночасного використання всіх звукозорових компонентів та елементів інших жанрів – репортажу, інтерв'ю, замітки, що створює складну динамічну цілісність, певну внутрішньожанрову єдність.

Студенти, які спеціалізуються на кафедрі радіомовлення і телебачення, створюють радіонариси (радіозарисовки) і телевізійні нариси (телезарисовки). Доцент З. Є. Дмитровський і Т. О. Полякова детально описали роботу над телевізійним нарисом [6, с. 108–129], починаючи з творчої заявки (творчого проекту), а потім – написання сценарію [12, с. 3–34] «Головне, щоб сценарист умів висловлювати свої думки мовою екрана з урахуванням його специфіки, вимог, щоб працюючи над сценарієм, дбав про майбутні аудіовізуальні образи, використовував для них і словесні, і зображальні засоби» [6, с. 121]. Триєдиним завданням автора нарису, оператора, режисера – проникнути у внутрішній світ людини, показати її у природному середовищі, з її природними вчинками, поведінкою. Закінчується творчий процес над теленарисом монтажем, який забезпечує режисер з відеоінженерами. Але тележурналіст також повинен знати основи монтажу, бо це є однією з важливих передумов успішної роботи над теленарисом.

Під методичним керівництвом професора Ю. Г. Шаповала, який працював на кафедрі радіомовлення і телебачення, студенти готували телевізійні нариси.

МИТЕЦЬ – ЦЕ ТОЙ…
Портретний нарис

Відеоряд	*Звуковий ряд (текст)*	*Музичний супровід, примітки*
Весна. Дерева стоять майже без листя. У міському парку по доріжці йдуть двоє. Їх видно тільки зі спини. Повільно вони віддаляються (середній план). Ті самі двоє (герой і журналістка) йдуть тим же парком. Вони повільно наближаються. Тепер видно їхні обличчя (середній план). Крупний план, герой розмовляє з журналісткою. Вони далі йдуть парком. Герой усміхається, уважно слухає журналістку. Герой показує журналістці книги, фотографії скульптур. У цей момент вони сидять на лаві під деревами. Панує атмосфера доброзичливості, розмова стає відвертою.	Весняний день, воістину веселий. Дзвенить трамвай. Вистукуючи в такт. Комусь слова обірвані несемо. А хтось несе троянди. Просто так. І ми йдемо, у цій юрбі, сховавшись. Шукаєм щось в надії на талан. Всього багато і всього так мало. Пульсує в серці втомлений талант. Митець – це не той, хто творить, а той, хто не може не творити. Митець це не той, хто в житті керується сплеском власних емоцій та вражень, а той, хто може цими емоціями та враженнями одухотворити власний витвір.	Протягом усього матеріалу звучить авторська мелодія французького композитора, музиканта і диригента Поля Моріа.
Синхрон: герой (у кадрі): **Кінець синхрону**	Справжнє мистецтво – це не бізнес, не торгівля власними творами. Справжнє мистецтво – це життя в людині, яке облагороджує її, підносить вище від суєти сует.	
Журналістка розгортає книгу, на першій сторінці якої – портрет героя. Крупний план, герой. У нього серйозний вираз обличчя, але вже за кілька секунд риси його «м'якшають» і бачимо лагідну, ласкаву людину.	«З дитинства, раннього дитинства було бажання малювати. Малював у школі олівцем. А потім, після медінституту, з'явилась свобода дії і я почав займатися скульптурою».	
Синхрон: герой (у кадрі) **Кінець синхрону**	Здається, що спільного між медициною, скульптурою та творчістю письменника? Природа – оригінальна річ, яка всіма цими талантами нагородила нашого героя – Білінчука Богдана Михайловича, хірурга за професією і письменника за внутрішнім покликом. «Я виріс в сім'ї медиків. Мене «настроювали» на медицину. І я ще тоді, в дев'ятому класі, готувався до інституту. Мені хотілося стати хірургом.	
Загальний план. Сидячи на лаві в парку, герой і журналістка розмовляють. Поруч розкладено книги. Довкола снують перехожі. Герой про щось розповідає журналістці.		

Синхрон: герой (у кадрі)

Кінець синхрону

Крупний план, задумане обличчя героя у профіль. Крупний план, обличчя героя одухотворене, просвітліле.
Середній план, обличчя героя стає серйозним, стурбованим.

Синхрон: герой (у кадрі)

Кінець синхрону

У тому ж парку Білінчук і журналістка йдуть стежкою. Назустріч поспішають люди. Богдан Михайлович усміхається. Неподалік на майданчику бавляться діти. Білінчук підписує власну книгу журналістці.

Свої перші твори я показав нашій поетесі Марії Людкевич. Їй сподобалося. Вона спонукала до того, щоб я далі працював». Спочатку – студент мединституту, згодом – лікар-хірург міської та обласної лікарень. А попри все те, автор двох книг для дітей «Черевички» та «Ключі», талановитий скульптор, який мав свої виставки в Палаці мистецтв та в приміщенні Спілки письменників України у Львові.
«Мої малі твори романтично-ліричні, більш характерні, можливо, для дитячої літератури. Сказали, що у зв'язку з моєю наївністю такою...»
Удень важка виснажлива робота хірурга, а ввечері приходила вона, муза, приносила ідеї, силу, наснагу, фантазії. А зранку знову серйозний, турботливий хірург, що вболіває за своїх хворих, який, входячи в операційну, віддає всі свої знання, силу, винахідливість тим, хто їх потребує.
«Я прихильник того, щоб людину веселити, щоб вона була радісна, щоб викликати усмішку в людини. Тому я пропоную гумористичний твір як в літературі, так і в скульптурі».
У цій круговерті за виживання, у вічних пошуках матеріальних благ, вигод, комфорту, подумаймо, як вчинив би Богдан Михайлович.
Лікар-хірург Білінчук не проміняв своє сокровенне творче буття на комфортний «600» мерседес, на розкіш, не розміняв свою творчо-професійну наснагу на пустопорожнє, інстинктне існування.

Він живе серед сірих буднів як духовно багата особистість, вірячи в перемогу добра над злом.

Слова уриваються і голосніше звучить мелодія.

Уляна Стецiв

Зрозуміло, що «журналіст лише у загальних рисах може передбачати в сценарії теленарису перебіг подій чи якийсь потрібний для нарису її фрагмент, але всіх подробиць, що більше – випадковостей, передбачити неможливо, – слушно зазначає З. Є. Дмитровський, спираючись на чималий власний досвід тележурналіста. – Тому тут, по суті, вся відповідальність за знімання лягає на оператора. Визначальною є його моментальна реакція на нестандартність людини, її поведінку, співпереживання» [6, с. 114]. Для створення у теленарисі публіцистичного образу важливе значення має художня деталь зорового зображення. Зображення у теленарисі потребує до себе посиленої уваги журналіста, який закладає у сценарій своє бачення на екрані відеоряду, а також словесної характеристики. Адже від слова суттєво залежить сила образного впливу телевізійного нарису, яка має бути доступним і гранично ясним. У теленарисі є дві форми використання слова: 1) колив воно написане журналістом і звучить за кадром у дикторському чи авторському читанні; 2) коли слово чуємо з уст людини, «живе» мовлення якої зафіксоване на відеострічці під час знімання» [6, с. 118].

Творчий процес над створенням радіонарису умовно охоплює такі етапи: 1. Виникнення замислу. Вибір теми, об'єкта героя; 2. Збирання матеріалу (охоплює роботу з різними джерелами і магнітофонні записи, розвиток, трансформацію замислу під час бесід з людьми, цілеспрямоване «нарисове» вивчення фактів, подій); 3. Створення уявної композиційної схеми, плану майбутнього радіонарису; 4. Літературна робота над матеріалом; 5. Робота у студії (монтаж, оформлення, запис); 6. Запуск радіонарису в ефір (самооцінка, оцінка редакції, реакція слухачів) [16, с. 103]. Інколи деякі з цих етапів трудно виокремити, вони відбуваються паралельно або зливаються в один. Можна окреслити лише послідовний, поступальний характер втілення замислу, який розвивається і збагачується у процесі його здійснення.

Публіцистична сутність радіонарису, як і телевізійного нарису, головно виявляється іменем автора (оповідача), вираженням його духовного світу, що дає підставу трактувати радіонарис як «органічно-особистісний» [11, с. 97]. У радіонарисі мають перевагу розмовні інтонації та манера, яку чути під час безпосередніх бесід, розповідей, дискусій. Усяка пишномовність в оповіді й у побудові фраз, насиченість безособовими зворотами та інфінітивами зменшують зацікавленість радіослухачів, негативно впливають на сприймання радіонарису. Треба вміти органічно поєднувати в радіонарисі два мовних потоки – писемну й усну мову.

Готуючи радіо- і телевізійні нариси, студенти практично опановували й таку особливість роботи нарисовця під час події: будучи так само, як і репортер, її очевидцем, нарисовець фіксує, відбирає деталі під іншим кутом зору. Його цікавить не стільки сам процес і його результат, скільки психологія людей, поведінка героїв у тій чи іншій ситуації.

***

Диктор І: Запрошуємо послухати радіонарис «Від Бога його пісня», який підготувала Юлія Роїк – студентка факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

(Звучить фрагмент пісні «Скільки себе пам'ятаю, завше світили мені вікна в задумі розмаю і рушники на стіні…»)

***Автор**:* Скільки себе пам'ятаю, лунає з телеекранів ця пісня: палає в горах вогонь, навколо нього стоять «ватрівчани», співає Ігор Білозір. То була колиска, в якій колисалася народжена Володимиром Івасюком українська естрадна класика. То був гімн люблячим українським матерям. То був найкращий дарунок на уродини рідним. Одна з найкращих Твоїх пісень, Ігоре…

Материнськими рушниками стелилося життя Ігоря Білозора з Радехова до Львова. Тоді на них було мало журби, але багато любові, енергії, щастя. Духовно багатий внутрішній світ хлопця, виплеканий притчами бабусі Катерини та настановами діда Івана, вади міста зіпсувати не змогли. Ігор назавжди залишився добрим, чистим і вільним, як птах. У його піснях мали місце простір, свобода, природа і її філософія, ліричне і вірне кохання. У це вірив, цим жив.

Веселому молодіжному ансамблю «Ритми Карпат», який створили хлопці з автобусного заводу, судилося стати відомою і шанованою «Ватрою», оскільки учасники «Ватри» Івана Поповича переїхали до Києва. Нічого не буває випадково: саме «ватрівчани» під керівництвом Ігоря Білозора сколихнули і заворожили не лише Україну, а й увесь колишній Радянський Союз. Горів вогонь української пісні у душах багатьох людей, зігрівав, а може й пік, торкаючись сокровенного…

Рука Всевишнього звела композитора Ігоря Білозора і поета Богдана Стельмаха, щоб у важкий період люди слухали та оживали від мелодій «Пшеничне перевесло», «Мамина світлиця», «Розпитаю про любов», «Рушимо, рушимо», «Не сип, мила, скла». Проте жорстка рука комуністичного режиму розвела дві творчі голови: вірші Богдана Стельмаха заборонили і наказали вилучити їх з репертуару «Ватри».

Ігор не здавався. Не зламали величі його духу і натхнення митця ні копійчана зарплата, ні виснажлива праця, ні постійні відрядження у республіки Союзу, навіть в Афганістан, де тривала війна, розв'язана Радянським Союзом. Він був навіки закоханий у пісню. Йшов до людей, черпав у них теми, мотиви,

звуки, настрої і виливав у чарівному українському мелосі. Грілись усмішкою його пшеничні вуса, злітала іскра і запалювалася «Ватра». Ніхто не здавався. Вони витримали і пройшли гарт цинічного, антиукраїнського комуністичного режиму. Більше того, «ватрівчани» відкрили світові очі на частинку Європи, що зветься Україною, і довели: на цих просторах, у душах тутешніх людей народжується така диво-пісня.

Якось Ігор казав, що всі найкращі слова української мови – жіночого роду: мама, жінка, пісня. Ще на світанку його творчості з'явилась у житті Ігоря Білозора «дівчина з пісень». Він чекав її на пісенному полі кохання, дивлячись, як вона зриває квіти людської шани і вдячності. Як сам співав: «Жовті лілії несеш. Хочу чи не хочу, знаю, що мені». Жовті квіти стали символом розлуки, а Ігор найбільше любив ніжно-голубі ромашки і лісові волошки…

(Фрагмент пісні «Мамо, ваші діти, як птиці, вдалеч забриніли крильми. Мамо, в рідні стіни світлиці скоро знов повернемось ми…»)

Коли у серці забриніла перша мелодія, паросткам Ігоревого таланту стало тісно у маленькому Радехові. Він покинув встелену вишиттям світлицю і пішов у світ. Та, хоч довелося побувати в Америці та Азії, світ для нього вміщувався в Україні, а то й просто у Львові. Поза Львовом він себе не уявляв. Тут були його щирі друзі. Тут були його приховані недруги. Були ті, які любили, цінували, допомагали. Були й інші, які залишалися глухими до його прохань і потреб. Навіть у незалежній Україні «Ватрі» не вдалося на її ювілейний концерт винайняти в оренду Оперний театр. «Це ж встидно, куртка на ваті», – казав тоді Ігор Білозір. Дивувалися йому «модні» естрадні співаки, мовляв, як можна кілька шлягерів виставляти за один сезон, якщо на одній пісні тоді гарно «розкручувалися». Я тільки тепер розумію, які ми тоді були багаті: інші протягом півроку «давились» однісіньким хітом, а нам Ігор дарував усе, що мав. А віддавав лише те, що вважав досконалим… Ось чому український народ зумів піднятися з колін. Ось чому зміг піти на стерплих за сімдесят років ногах. Це Ігор спонукав «рушимо, рушимо…» Це він, як ніхто інший, умів знаходити такі слова і музику, які точно відповідали часу.

(Приспів пісні: «Встань з колін, народе мій, гордість маєш ти. На колінах не прийдеш до своєї мети. Годі спати, час вставати, сонце вже зійшло. Сонним, брате, не здолати тяжкеє ярмо»)

Автор: У грудні дев'яносто першого минулого століття український народ заявив, що хоче бути незалежним, а ще раніше, у квітні на співочому полі у Тернополі прозвучала ця пісня у виконанні «Ватри». Люди тоді вперше за стільки часу сміливо викрикували «Слава Україні!». У їхніх душах зароджувалася нарешті впевненість: цього разу уже вийде, відтепер і назавжди – вільні. А за кілька днів автор слів Петро Запотічний на власному тілі відчув реакцію російських шовіністів за сміливу «ватрівську» затію. Побачивши друга побитим, Ігор сказав: «Це твій перший гонорар. Нічого, козаче».

Ігор Білозір був незвичайним, неординарним чоловіком: то лагідним, то суворим, то радісним, то сумним. Творив так само незвично, як і жив: на написання однієї пісні його друг – поет Петро Запотічний, зазвичай, мав лише одну ніч. Ігор давав уже готову мелодію і казав: слухай її, вона сама тобі розкаже, про що писати. Так з'явилися пісні «Ніби вчора», «Коханий». Якось Ігор Білозір зайшов у кабінет Петра Запотічного на обласному радіо, коли той роздумував про погоду вголос: «Дощ по шибці сльози ллє». «Що ти сказав? Ти що чув мою мелодію?». Виявилося, що у сусідній кімнаті Ігор писав музику і вона якраз підійшла під слова поета. Петро Запотічний згадує, як тоді Ігор витягнув його на вулицю і вони довго гуляли під дощем, а коли повернулись у студію, композитор сказав: «Петре, щоб назавтра був текст».

***Запотічний**:* Повертаюсь до пісні «Наш час». В мене там є «веселково гомонять». Йому слово «веселково» не сподобалося. Ігор каже: «Мені це слово не подобається. То дрібниці, що, коли ми йшли, ти бачив веселку. Ти мені чимось таким передай… «Ну, давай я скажу «і акордом гомонять». «От бачиш! А не виправиш тебе, редакторе… Бачиш, – каже, – акордом. Розумієш, акорд! «Веселково», йому веселка…».

Автор: Мелодію до пісні «Коханий» Ігор Білозір переробляв дев'ять разів, доки не відчув: це саме те, що потрібно. Не шкодуючи власних сил, не шкодував і солістів ансамблю. На щастя, коли починала співати «Ватра», ще не користувалися фонограмою, а живий звук мав бути чистим. Друзі називали Ігоря «дуче» через його високу вимогливість до музикантів і солістів «Ватри». Згадує Мар'ян Шуневич:

Шуневич: Так, як тільки концерт – він у зал. Він все слухав, він все дивився. А після концерту…починалося…майстер клас: «Куртка на ваті, ти там шо? А ти там шо? Ти шо?» Він був справедливим, він до кожного підходив як до професіонала, який вийшов на сцену. Він Оксану не щадив, як нікого. Якщо ти вийшов на сцену, ти маєш бути професіоналом. На концерті для нього не було друзів, ні рідних, нікого не було.

Автор: «Час, мій коню, час» співали ми з Ігорем Білозором. Кожного з нас несе вороний по світу і спинить біля воріт рідного дому. А композитор і справді любив їздити верхи, і робив це професійно після знімання фільму «Кармелюк», де грав роль польського шляхтича.

Великий композитор любив малих дітей. Петро Запотічний згадує, як одного разу вони з Ігорем ішли вулицею й Білозір побачив хлопчика біля кіоску. Хлопчина задивлявся на морозиво, але, мабуть, не мав грошей, щоб купити. Тоді Ігор підійшов і пригостив хлопчика. Малий запитав, як звати «доброго вуйка». «Ігор Білозір. Тільки нікому не кажи». «Ага!», – відповів хлопець і побіг. А через хвилину біля кіоску стояло уже трійко хлопчаків, допитливо поглядаючи на композитора. Ігор пригостив і їх.

Упродовж усього життя Ігор Білозір читав народні казки. Разом з дружиною Ольгою мандрували історіями «Тисячі й однієї ночі». А вечорами

він довго милувався зоряним небом і мріяв, мріяв… Любив усе, що жило, ходило, літало. Одного разу зловив у кулак бджолу, яка супроводжувала його з батькової пасіки до маршрутки, і повернув назад. «Далеко, – каже, – тобі з Радехова летіти». Незвичайна внутрішня енергія композитора, ніби магніт, притягувала до нього людей. Колись так казали про Григорія Сковороду, а тепер Максим Міщенко напише у спогадах про Ігоря Білозора: «Він жив так, як писав, а писав так, як жив».

(Фрагмент пісні: «Може, далеко від дому крила зів'януть мої. Згасне зоря, а потому змовкнуть навік солов'ї…»)

Вибух жорстокості у гуманному Львові… Чорний смерч вирвав з повітря акорди української пісні… На небі поморщилася зоря таланту, її вбивали тоді, коли ми спали. Ти стала сиротою, Україно, бо втратила ще одного вірного сина. З благословенної рушниками світлиці відпустила його мати у велике місто, але ти, Львове, не зміг його вберегти.

Ігоря Білозора вбито. Заціпеніння від чорної звістки, сльози, обурливий галас, заклики до помсти. Але чи є сенс звинувачувати тих, хто довіку носитиме пляму на совісті? Нехай вбивці спробують самі себе простити. Але я кажу: соромно всім нам повинно бути, якщо з наших осель, автомобілів, плеєрів звучить тільки російська попса. Я запитую: чому нам не соромно, якщо ми ходимо на концерти тільки російської естради? Своя, українська стала чужою, недостойною? Що з нами сталося, якщо ми, українці, у розмові з українцями переходимо на російську мову. Опам'ятаймося! За українську пісню Ігор Білозір поплатився життям!

Усміхнений Ігор Білозір дивиться на нас із світлини у терновому вінку, який лежить на місці злочину. Хтось на клаптику паперу написав слова: «Велетню! Ти оспівав Дух словами роси. Музу Твою зламав ворог добра і краси!». Щохвилини попри світлину проходить десяток людей. Небагато поглядів я помітила, які були б спрямовані на неї. Тоді підходжу, питаю, чи пам'ятають ще Ігоря Білозора. Справді, всі пам'ятали. Якась пані навіть сказала: «Думаєте його так легко забути?». Люблять і слухають його пісні. Пам'ятають. Проте ми зуміли забути одне: чому Ігоря зараз з нами нема. Це був дуже суворий Божий урок, а ми так нічого і не навчилися…

(Інструментальний вступ до пісні «Не сип, мила, скла»)

Якось Богдану Стельмахові приснився сон: біля куща ружі дівчина розбила дзеркало. А за народною прикметою – це до весілля. Так з'явилася пісня «Не сип, мила, скла». Може, при нагоді запитаю Богдана Стельмаха, чи не була та дівчина хоч трошки схожа на мене, бо під цю мелодію моєї душі вперше торкнулося крилом кохання. Дякую, Ігоре, що створив її для мене. Під Твої пісні закохуються, одружуються, творять і надихаються ще сотні таких, як я. Як би круто не повертало русло людських

уподобань, є речі невмирущо-вічні. Допоки існуватиме українська пісня, доти не згасне на небі Твоя біло-чиста яскрава зоря.

(Пісня «Не сип, мила, скла». Від першого куплету, без вступу, і до кінця)

Юлія Роїк

***

Диктор I: На крилах безсмертної любові до України.

Диктор II: Перед мікрофоном студентка IV курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка Марія Жекало.

(Звучить музика. Через кільканадцять секунд мікшується і на її фоні автор розповідає)

Жекало: Життя – безсмертний і невичерпний людський океан, де кожен з нас – маленький острівець мрій, почуттів, вчинків, готовий протистояти найстрашнішим штормам у боротьбі за існування. Хто ми, народжені на цій землі, навіщо зіслані Богом, що залишимо після себе?

Це питання щораз постає переді мною, коли дивлюся, як пропливає у вічність кожна прожита секунда, хвилина, година... Як пролітають на крилах часу роки... Відходять у небуття... Вони були – і вже немає... І тільки міражем, маревом воскресають у пам'яті.

Людина забирає з собою в останню дорогу і перший поцілунок, і перший бій, і своє безталання, і найбільший талант. Але сліди на її життєвому шляху виринають спогадами для людства. Високі діяння породжують ідеали, стають орієнтиром та мірилом істини.

(Музика кілька секунд)

У думках оживають картини із минулого. І тепер я розумію, який глибокий слід у душі залишила моя пошукова діяльність у шкільному музеї національно-визвольних змагань у селищі Брошневі на Івано-Франківщині. Саме там моя окрилена душа прагнула спинитися на гілці висотності духу, але чомусь ще й досі літає у рожевих мріях. Та ще тоді я зрозуміла, що тільки єдність і злагода між людьми стають наріжним каменем у будівництві Української держави. Але чому й сьогодні ми розділяємося на «ми» і «вони»? Чому не шукаємо тієї наскрізної морально-психологічної ниточки, яка пронизує свідомість кожного українця? Чому не впишемо собі у підсвідомість ідеал Української держави, щоб з усіх сил тягнутися до нього, а не звинувачувати у всьому «незалежність»?

(Музична перебивка)

У пам'яті оживають обличчя двох чоловіків. Їхній життєвий подвиг подарував їм безсмертя. І хоча боролись під різними знаменами, зігрівала їх любов – любов до України. Вела вперед непохитна мета – здобути Україну або загинути в боротьбі за неї. І смерть не спинила їх. Сила духу, сповненого

любові і завзяття, надихала серце, штовхала на відважні фатальні вчинки червоноармііця Якима Волощука і вояка УПА Володимира Кузя.

Спільна мета – незалежна соборна Україна – об'єднала їх у шкільному музеї національно-визвольних змагань. Саме там я побачила вперше на фотографіях ці два обличчя, які випромінювали дивну життєдайну енергію...

(Музична заставка)

Молодого чорнявого юнака у формі червоноарміиця звали Якимом Волощуком. Його глибокі і спокійні очі наче дивляться у майбутнє. Цей неймовірний погляд бентежить струни кожного серця. А ледь усміхнені і водночас серйозні вуста немов щось шепочуть.

У молодій, широкій, наче океан, душі готувалися до польоту мрії Якима. Скільки добрих планів виколисувалося в його роздумах. Хмельницька земля зростила Якима Яковича, батьки посадили у його дитячому серденьку зернятко працелюбності. Він гордився мозолями на руках, дорожив золотистим колоссям пшениці. Але війна, яку розв'язали два тирани Гітлер і Сталін, чорнотою котилася українською землею,обпікала своєю жорстокістю крила мрій.

(Канонада)

Молодого, необстріляного воїна Якима Волощука кинули в кровопролитні бої на Прикарпатті. Війна вигравала на скрипці болю і страждань гучними похмурими акордами. Ступаючи нищівними кроками, залишала за собою криваві сліди. Ридали матері за синами, дружини — за коханими, омиваючи Україну морями сліз, у яких безтурботно плавали кораблі горя і смерті.

У боях під Брошневом спогади тужливими журавлями все частіше літали у думках Якима Волощука. Він до болю сумував за дружиною, тужив за малесеньким сином. Міражем з'являлися веселі оченята та рожеві вуста немовляти, що зігрівали одиноку і стомлену душу. Його переслідував голос дружини та невпевнені слова синочка,який радісно лепетав: «Та-та, та-та, та-та, та-та...».

(Кулеметні, автоматні черги)

Так і застиг Яким Волощук: задуманий, навіть усміхнений. Навічно спочиває на Прикарпатті.

(Музика)

З другої світлини, що поруч з фотографією Якима Волощука, пильно дивиться в очі кожному, хто приходить до музею, Володимир Кузь, вояк Української Повстанської Армії. Його псевдо – «Руслан». Високий молодий юнак кремезної статури, з гарним і буйним чубом.

Ще студентом 1941 року Володимир Кузь виступав з патріотичною промовою на похороні вбитого німцями юнака з Перегінського. Вже тоді він закликав українців до боротьби з нацизмом, відстоював ідеї самостійної та соборної України.

Нерідко серпанок смутку сповивав думки Володимира: гинули близькі товариші у численних атаках, часто рясні рубіни виступали на брудній і запорошеній шкірі. Та щоразу минало відчуття страху, вірилось у перемогу, у те, що смерть жахнеться його мужності. Відвага і впевненість Володимира були живильною водою для товаришів. Його палкі слова змушували забувати про холод і голод. Вони надихали українських повстанців, зігрівали душу.

Як окружний пропагандист вміло користувався основною зброєю – вольовим, пристрасним словом. Здається, сам Бог наділив його ораторськими здібностями, магічним впливом на маси. Пронизливі слова, сповнені високого патріотизму, вірою і надією проростали у серцях українців.

«Руслан» був здібним постановником і режисером усіх агітаційно-масових дійств у військових підрозділах повстанців. Своїми публікаціями у підпільній пресі роз'яснював людям правду про національно-державницьку ідею ОУН, розповідав про героїзм вояків УПА у боротьбі з німецько-нацистськими і московсько-комуністичними загарбниками за незалежну Україну. Активізуючим, дієвим словом розвіював байдужість і апатію в серцях зневірених, заляканих ворогами українців.

(Фрагмент повстанської пісні раптово змінюється шаленим боєм)

Де спочиває прах Володимира Кузя? Незаперечним є одне: загинув від куль енкаведистів. Одні кажуть, що його життя обірвалося у селі Рівні, мертвого перевезли у Перегінське, де кілька днів тіло пролежало біля стодоли єврея Хама, а згодом там же й поховали. Інші кажуть, що віддав життя за Україну поза Рожнятівщиною, і ніхто не знає, де покоїться прах палкого патріота України Володимира Кузя. Але його тіло прийняла рідна українська земля, а душа, мов жайвір, спинилася в небесах і споглядає, чи проростає його зернятко любові і відданості Україні.

(Сучасна пісня про Україну, мікшується)

У Брошнівському шкільному музеї національно-визвольних змагань поруч дві фотографії: воїна Радянської Армії Якима Волощука і вояка Української Повстанської Армії Володимира Кузя. Біля них – польові квіти.

(Музична перебивка)

Як солдати Радянської Армії, так і вояки Української Повстанської Армії своїми зусиллями й мужністю витягали Україну з тієї безодні, куди зіштовхнули її комуністичний і нацистський тоталітарні режими. І порятували безмежжям людських жертв. Нині Україна – незалежна держава. Однак з великої любові до неї і болю за її майбутнє квилить серце Ірн Красильник з містечка Ватутіного, що на Черкащині.

Диктор: До тебе схиляюся, рідна моя Україно!
Прости, що так гірко й приречено плаче душа.
Прости, що безсило, прикуто стою на колінах,

Тоді, як манкурти лихі свої справи вершать.
Іуди цілують святе твоє змучене тіло,
Пілати до крісел варав уже знов підвели...
Терновий вінець обпікає чоло твоє біле.
Це ж вкотре тебе, моя Ненько, уже розп'яли?!
Татарська орда потоптала – і діти... і цвіту,
Жорстокії війни і вроду твою відняли.
Нужденна і хвора з біди ти вертала до світу, –
За Мову, за Слово із тебе три шкури зняли.
Із голоду пухла. У спалених селах вмирала.
Крізь зраду і попіл. Крізь пекло насилля пройшла.
Чорнобильські зорі сорочку тобі вишивали...
Як довго і боляче шляхом ти битим ішла!
Хай виродки знають: за все доведеться платити.
Ще тут, на Землі. На отому стражденнім хресті,
Де кров України, гіркі її сльози пролиті,
І де воскресають розп'яті не грішні – святі.

Жекало: Ці слова Віри Красильник долинають до душ колишніх оборонців України Якима Волощука і Володимира Кузя. З високих висот потойбіччя їхні душі наче промовляють до нас: «Ми загинули за Україну. Бережіть її незалежність і свою волю. Жийте у злагоді та мирі! Творіть Добро!».

(Музика величання)

Марія ЖЕКАЛО

Велике морально-психологічне навантаження у радіо- і телевізійному нарисі несуть роздуми журналіста, описи різних ситуацій, місця події, ліричні відступи, які пов'язують різні факти в єдине ціле. Авторська присутність у нарисі багатоманітна. Це, безперечно, пов'язано і випливає з процесу спілкування, коли журналіст і співрозмовник здобувають інформацію про те: 1) хто сприймаюча людина (стать, вік, національність, професія, освіта, світогляд); 2) що вона робить (спектр її трудової, громадянської, політичної, побутової, відпочинкової діяльності тощо); 3) наскільки вдало вона займається тією чи іншою діяльністю; 4) яка мета діяльності, її зв'язок з українськими національними інтересами та проблемами державотворення; 5) як вона ставиться до людей, світу, речей, суспільно-політичної ситуації; 6) у чому особливості людини, її характерні риси.

І радійний і телевізійний нарис фокусує і відображає у собі морально-духовну, національно-громадянську сутність особистості автора –

світогляд, життєві устремління, інтелектуальний рівень знань, фахові здібності, почуття відповідальності, патріотичні переконання, інтереси, темперамент, смаки, пристрасті тощо. Весь комплекс цього самовиявлення автора завершується безпосередньою присутністю авторського «Я» нарисовця.

Жанровими ознаками документальності, єдності художності та публіцистичності, які (зазначалося вище) притаманні радійному і телевізійному нарису, **характеризується радіокомпозиція**. Радіокомпозиція – це специфічний художньо-публіцистичний жанр, в якому зображально-виражальними засобами радіо органічно поєднуються документальні і художні матеріали на важливі суспільно-політичні теми [8, с. 524–525]. Звичайний обсяг радіокомпозиції – 25–30 хв. На жаль, у програмах сучасного радіомовлення радіокомпозиції звучать рідко, хоч цей жанр своєю природною сутністю може відігравати дуже важливу суспільно-політичну, морально-духовну, психолого-виховну, інтегруючо-естетичну роль у формуванні високих національно-патріотичних почуттів, утвердженні українського державницького мислення і переконання.

В основі радіокомпозиції – вірші, пісні, музика, документальні записи, об'єднані ідейно-тематичним стрижнем, який може мати як конкретний, так і узагальнюючий зміст. Глибоко змістовна, естетично й емоційно наснажена радіокомпозиція «Україна: роки перетворень», яка прозвучала по першій програмі Українського радіо, спричинила багато позитивних відгуків – телефонних дзвінків, листів. Режисер радіокомпозиції Марія Максимчук, звукорежисер Марія Коваль, автор і ведучий В'ячеслав Козак. Творча група професійно подбала, щоби радіокомпозиція народилася як «стоп (сплав) документального і художнього відображення дійсності, при якому документальні і художні матеріали злилися в один твір» [3, с. 101], що правдиво відображає дійсність.

Володимир Олійник називав два види радіокомпозиційних передач: документально-публіцистичні та художньо-публіцистичні, які характеризуються ідейно-тематичною єдністю, втіленою за допомогою фрагментарно-мозаїчної побудови і найповнішого використання виражальних засобів радіо [11, с. 150].

Радіожурналістська практика витворила такі основні різновиди радіокомпозиції: 1) Літературна радіокомпозиція із віршів або прозових уривків з творів одного або кількох авторів на одну тему; 2) Літературно-музична радіокомпозиція створюється за принципом добору літературних матеріалів, що і в літературній композиції, але з'єднувальним стрижнем тут є музика, пісні; 3) Художньо-публіцистична радіокомпозиція складається із художнього і документального відображення

дійсності, це – єдиний твір. «документально точно описана картина життя і художній образ – це два боки, дві найважливіші основи радіокомпозиції. Але вони рівноправні» [3, с. 101].

Вважаємо: телебачення володіє специфічними властивостями, щоби, використовуючи звукозоровий образ, створювати телевізійні композиції. Природа жанру дає можливість і на радіо, і на телебаченні реалізовувати найрізноманітніші задуми, теми. Наприклад, Русь (Київська Русь) – давньоукраїнська держава (й вона уже була відома у 838 році), Українське козацтво, Козацька Хортиця, День соборності України (Злука ЗУНР і УНР), Герої Крут, Отамани Гайдамацького краю, Герої українських національно-визвольних змагань, Голодомори в Україні, трагедія і тріумф Другої світової війни, героїзм Української Повстанської Армії, Герої сучасної російсько-української війни, яку підступно розв'язала Російська Федерація, День Незалежності України, Материнське серце, Мово рідна, слово рідне тощо. Цікавими, ідейно насиченими можуть бути радіокомпозиції й телевізійні композиції із творів Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки, М. Коцюбинського, Гната Хоткевича, Ліни Костенко, Д. Павличка, В. Симоненка, Оксани Забужко, Р. Іваничука, Р. Лубківського, Р. Федоріва, В. Качкана, В. Стефака, Я. Ткачівського та ін.

Щоб реалізувати визначену тему на радіо або телебаченні, журналіст, відеооператор, режисер повинні сумлінно, злагоджено попрацювати. Залежно від різновиду композиції потрібно дібрати літературні, пісенні, музичні матеріали, документальні аудіовідеозаписи (спогади, враження, роздуми, виступи, архівні документи тощо). Потім розташовують матеріали відповідно до ідеї, задуму, теми радійної чи телевізійної композиції, готують, якщо є потреба, власний текст. Завершальний етап – це запис, остаточний монтаж усіх компонентів у єдине ціле – радіокомпозицію чи телевізійну композицію. Від звичайного концертувітання радіокомпозиція і телевізійна композиція відрізняються чіткою публіцистичною ідеєю, суспільно актуальною, значущою темою.

Спільне з радіокомпозицією коріння має художньо-публіцистичний жанр **радіофільм**. Підстави так стверджувати дає побудова, структура радіофільму, зображально-виражальні засоби, документалізм, використання радіофонічних прийомів. В. П. Олійник писав, що радіофільм – важлива жанрова різновидність документально-публіцистичної радіокомпозиції [11, с. 158]. Розвиваючись, набираючи нових специфічних рис, радіофільм досить виразно «відгалузився» від єдиного жанрового дерева і переріс радіокомпозицію. Радіофільм «відображає дійсність конкретно-історично, подібно до історичного роману» [3, с. 160]. Ра-

діофільмові притаманні досить широкі часові рамки, він, зазвичай, багатосерійний (серія звучить від 15 до 25 хв).

До основних жанрових ознак радіофільму належать: 1) документальна історична основа (різноманітні документи, спогади, мемуари, листи видатних людей, електронні записи тощо); 2) ретроспектива інтерпретація (поєднання документів і пояснень – дуже складний процес звукозапису і звуковідтворення дійсності з допомогою акустичних засобів, які сприяють розкриттю ідеї і змісту радіофільму); 3) у радіофільмі автор (ведучий) виконує функції оповідача, пояснювача, тлумача; 4) монтаж виконує роль структурного впорядковувача матеріалу і виражальних засобів.

Радіофільми своїм змістом найчастіше сягають у минуле. Найважливішою ознакою документальності радіофільму є конкретний герой або конкретна подія історичного значення. Домисел лише використовується для «відновлення» маловідомих або невідомих епізодів із життя і діяльності конкретного героя, для відтворення обставин, у яких він жив, або для відтворення маловідомих деталей тієї чи іншої історичної події. Сучасна тенденція світового радіомистецтва передбачає гармонійне поєднання «звукових» і «словесних» виражальних засобів. Але, наприклад, у радіофільмі «Дума про живу воду» (автор О. Воронюк, редактор В. Фоменко, режисер В. Обручов) відчуття спраги пораненого воїна, який марить, передається звуком крапель води, що падають. Цей ефект, що повторюється багато разів, органічно доповнює словесний ряд. До речі, спільність між радіофільмом і радіорепортажем очевидна, адже у цих жанрах розповідається про дійсність, але в радіофільмі – це історична дійсність, а в радіорепортажі – сучасна, унаслідок чого змінюється характер її інтерпретації. Важливо – радіофільмові притаманні художньо-публіцистичні узагальнення.

Чималого досвіду створення радіофільмів набула Людмила Кузьменко, яка до загарбання Російською Федерацією частини Донецької і Луганської областей та анексії Автономної Республіки Крим, працювала у Донецькій обласній державній телерадіокомпанії. Людмила Кузьменко – лауреат Національної Спілки журналістів України «Золоте перо України» (1992) і «Журналіст року» (1998), володар міжнародного призу «Золотий скіф» (1997), лауреат і дипломант міжнародник, всеукраїнських і регіональних конкурсів, заслужений журналіст України. Її трьохсерійний радіофільм «Замовлена правда» опублікований у підручнику «Основи радіожурналістики» [8, с. 548–572].

Розповідаючи про методику створення радіофільмів, Людмила Кузьменко наголосила, що «радіофільм потребує фізично на кілька порядків

більше часу для монтажу, ніж плівка для інформаційного випуску. Та й збирання матеріалу, зустрічі, записи, осмислення інформації займає стільки часу, що ні в який робочий день не вміститься. А написання сценарію – то взагалі такі тортури, що й ворогу не побажаєш. Наприклад, записи до радіофільму «Ранок довгої ночі», що отримав Гран-Прі «Калинових островів», почалися у лютому, а закінчилися у липні. Розшифровка записів, це 4 касети по 90 хвилин, – тривала, здавалося, нескінченно. Потім треба було подумати, як усе це вмістити у 20 хв. І головне – яку художню форму обрати. Коли підходив термін здачі сценарію, то останню добу я провела без сну перед комп'ютером, і вранці таки завершила вчасно літературну обробку сценарію, бо далі вступив в роботу звукорежисер, професійний композитор Юрій Ємелін, який написав оригінальну музику до кожного слова тексту, включив акустичні спецефекти, і ця вражаюча емоційна сила тримає художній образ усієї дії» [8, с. 574].

Отже, автори радіофільму впродовж певного за тривалістю часу, охоплюють історичну подію, оживляють її різними документами, радіовиражальними засобами, публіцистичним текстом. Як і художній твір, радіофільм вимагає неухильного дотримання специфіки жанру, зокрема – вдумливого поводження з просторово-часовим параметром передачі, доцільним використанням в органічній єдності документальних і суто художніх елементів. Можна сподіватися, що радіофільм у Суспільному радіомовленні України посяде належне йому місце. Радіожурналісти максимально будуть використовувати його багаті жанрові можливості для відтворення правдивої історії України, формування й утвердження у свідомості українців національно життєстверджуючої історичної пам'яті.

На відміну від радіофільму, природними виражальними засобами якого є усне слово, шуми (акустична характеристика подій) і музика, **у документальному телевізійному фільмі** панівним – відеозображення в органічній єдності зі звуковим малюнком, які створюють єдиний образ. Доцент З. Є. Дмитровський у збірнику сценаріїв власних документальних телефільмів написав, що документальний телефільм виник як продукт взаємодії кіно й телебачення. «У документального кінематографа телебачення запозичило екранну мову, дещо адаптувавши її до своїх особливостей. Як і документальний кінофільм, його телевізійний аналог здатний відображати життя у формах самого життя, подавати на екрані його зріз. Досягається це завдяки зображенню з його конкретністю, безпосередністю, автентичністю» [7, с. 7]. Загальну концепцію знімання, його мету, характер завчасно визначають сценарист, режисер

та оператор, виробляють спільне ставлення до події. Коли є така визначеність, операторові залишається реалізувати спільний творчий задум без додаткових вказівок, підказок, погоджень.

Оскільки документальному фільму властива образна форма відображення дійсності, то таким же в Україні – образним й емоційним – передусім мусить бути українське слово, яке у поєднанні із зображенням є головним засобом розкриття на телеекрані внутрішнього світу української людини, осмислення подій та складних життєвих ситуацій, викликаних інформаційно-психологічною і військовою агресією Російської Федерації проти України. Слово доповнює і поглиблює зображення, будить глядацьку уяву, викликає роздуми.

Ще у 1997 році професор А. З. Москаленко наголошував, що українське слово в ефірі, газеті, журналі, яких би форматів і тиражів вони не були – це серйозніша зброя, аніж армія новобранців. Бо рідне слово може вплинути на народ по-різному. Загальновідомо: народ може не мати державності, землі, але якщо він має мову – він народ, нація. А значить, має історію, культуру, віру, майбутнє, він безсмертний. І засоби масової інформації як могутня частина культури зберігають цей живий струмок нації. Нехтувати українськомовними пресою, радіо, телебаченням, інтернетом надто згубно. Бо ніде правди діти, ми ще залишаємось, м'яко кажучи, неповноцінним державним народом. Над нами є чимало зловорожих наглядачів зі Сходу [10, с. 84]. Минає чверть століття, а думки Анатолія Москаленка набули загостренішої актуальності, адже «наглядачі зі Сходу» розв'язали неоголошену російсько-українську війну. Різні Рабіновичі, Бойки, Новінські, Вілкули, Молчанови, Медведчуки, Шуфричі, Червоненки, Дубінські, Бужанські та сотні інших промосковських блудників, путінських блюдолизів запустили нові асиміляційні оберти проти української мови, бо розуміють, що мова поєднує український національний організм у часі й просторі, забезпечуючи українській нації духовну і культурну безперервність, гуманістичний життєвий уклад, світоглядну систему, орієнтацію у світі, моральний закон. «Українська мова є найважливішим законом ідентифікації та самопізнання нації» [18, с. 10].

З погляду семіотики, зображення є такою ж знаковою системою, як і мова, підпорядковується воно тим же загальним закономірностям і теж повинно мати свою «граматику» про дволику «янусність» документального телевізійного фільму – «співіснування інформаційного та виразно-образного начал, чим обумовлюється «плаваючий» характер законів відображення і творення, їх постійне протиборство, суміщення і взаємопроникнення» [5, с. 3]. Нерозуміння складних факторів теле-

візійної природи, нехтування ними породжує не тільки естетично-інформаційну, а й національно-інтелектуальну невиразність, більше того, шкідливість суспільно-гуманітарному розвитку України, її духовній соборності.

Документальні телевізійні фільми, як видовищне мистецтво, є сучасним літописом про історичний зріз і нинішні надто складні аспекти українського державотворення. Важливо розуміти, що «фільмографія – це, наче якесь сплетіння ідей, сенсів, посилів, яке формує таку площину, що відповідно, мов дзеркало, відбиває ті посили і сенси з осмисленого минулого і сучасного до нинішніх і прийдешніх поколінь» [1, с. 92].

З огляду на це дуже важливо сформувати у студентів, майбутніх журналістів, соціально-національну і фахову компетентність, глибоке розуміння сутності свободи слова і відповідальності за зміст мовленого слова і зображення, виробити переконання, що вони активні учасники українських державотворчих процесів, а не посередники чи ретранслятори інформації.

Навчаючи студентів, доцент кафедри радіомовлення і телебачення Вікторія Бабенко, коли працювала у Львівському національному університеті імені Івана Франка, створювала педагогічні умови для їхнього максимального самовизначення і самовираження, допомагала молодим журналістам опановувати принципи діяльності і функції електронних ЗМІ, виробляти навики творчості, з яких складається професійна діяльність тележурналіста. Звертала увагу на істинність художньо-публіцистичного телевізійного тексту, яка залежить від фахового рівня, морально-громадянської позиції.

Створюючи документальний телевізійний фільм «Посол у світ Вічного» про титана думки і праці Івана Франка, студенти наблизились до вічних цінностей головного героя, розкрили його духовний світ. У цьому їм допомогли змістовні бесіди з франкознавцями Львівського національного університету імені Івана Франка, матеріали Інституту франкознавства, відео- та інтернетджерела. Студенти їздили на батьківщину Каменяра, де записали декілька інтерв'ю, побували у Дрогобичі. Вони оволоділи мистецтвом спілкування перед телевізійною камерою.

«Для телевізійного журналіста важливо тонко відчувати природу зорового образу, але разом з тим він має дотримуватися професійних, етичних національних критеріїв, – наголошувала Вікторія Бабенко. – Будь-який телетекст проходить декілька стадій, перш ніж з'явитися на екрані. Це студенти засвоїли на власному досвіді. Починається все із задуму, етапу сценарного втілення, потім знімання, монтаж. Під час

написання сценарію студенти добирали, аналізували цікаві, важливі факти, події, із яких втілювався задум, намагалися використовувати образну літературну мову, формувати композицію, логічний розвиток сюжету, застосовуючи виразні деталі, синхрони, музичний супровід, спецефекти. Все це створювало особливу драматургію фільму» [2, с. 164].

«ПОСОЛ У СВІТ ВІЧНОГО»

Літературний сценарій документального художньо-біографічного телевізійного фільму.

Керівник проекту – *Вікторія Бабенко*

Науковий редактор – *Олександра Сербенська*

Автори сценарію – *Олександра Стасишин, Любов Яворська*

Творчий організатор – *Оля Чепіль*

Режисер монтажу – *Ігор Ревага*

Оператори – *Олена Вашкевич, Андрій Пелиньо, Роман Романко, Юрій Чабан*

Журналісти – *Олеся Куриляк, Валентина Папіш, Юлія Рубашна, Олександра Стасишин*

Текст читали – *Андрій Калинів, Роман Романко, Оля Чепіль*

Дизайн – *Роман Романко*

Відеоряд	*Звукоряд*	*Примітки*
Кадри: дерево з птахами, годинник, старі кадри Львова, дорога...	***За кадром*** (Роман): Він любив одягатися у сіре і майже завжди у вишиту сорочку. Він полюбляв гумор, дотеп, сатиру, гостре перо. Це людина глибоких роздумів і щирої невдаваної скромності. В товаристві він ніколи не намагався бути на першому місці. Попри високу ерудицію, він завжди прислухався до чужих думок. Мав блискучу пам'ять. Був вірним своїм ідеалам. Ще в юності, поставивши перед собою мету – служити рідному народові, невідступно ішов до неї усе життя.	*Музика до поезій із збірки: «Зів'яле листя», пісня «Червона калино»*
Штампом: ІВАН ФРАНКО (муз. супровід – вибух)		*Класична музика*

Кадри: з'являється вогонь, розширюється план кузні, стукіт кувалди, ковка підкови...	***За кадром (Оля):*** В глибинах його пам'яті завжди горів яскравий золотавий вогонь батьківської кузні. Тато дбайливо заступав від пекучих іскринок маленького рудоволосого хлопчину, який босий, в одній сорочині сидів у кузні. Яків Франко ще тоді казав маленькому Івасеві:	*Музика до поезій із збірки: «Зів'яле листя», пісня «Сонет»*
	За кадром (Роман): «З тебе не буде коваля, ти будеш попом».	*Класична музика*
Вогонь накладається на крупний план рукопису Франка.	***За кадром (Оля):*** Вже пізніше письменник згадував.	
Вогонь крізь рукопис (спецефект).	***За кадром (Андрій):*** «На дні моїх споминів і досі горить той маленький, але міцний огонь. І мені здається, що запас його я взяв дитиною в свою душу на далеку мандрівку життя. І що він не погас і досі».	
	За кадром (Оля): Далека мандрівка відстанню в життя розпочалася з миті народження.	*Класична музика*
Дорога в село Нагуєвичі. Панорама села. Природа.	У серпні 1856 року в прикарпатському селі Нагуєвичах народився Титан думки й праці – Іван Франко. Батько, Яків Франко, був заможним господарем, сільським ковалем, мати, Марія з роду Кульчицьких, походила зі збіднілої шляхти.	
Кадри хати Франка в Нагуєвичах.	**СИНХРОН (Надія Шумиляк – наглядач музею-садиби Івана Франка у с. Нагуєвичі)**	
Музей-садиба в Нагуєвичах. Світлини хати.	**(..Ця хата, де народився Іван Франко, не збереглася, була спалена. Її побудували заново: за тими ж розмірами. Речі, що у хаті, зібрані із села Нагуєвичі і з навколишніх сіл)**	
Світлини	***За кадром (Оля):*** Яків і Марія мали п'ятеро дітей: Івана, Тетяну, Захара, Онуфрія і Юліану. Селянська хата Франків була покрита снопами житньої соломи.	

Надія Шумиляк показує колиску Франка.	**СИНХРОН (Надія Шумиляк – наглядач музею-садиби Івана Франка у с. Нагуєвичі)** **(«Тут є і колисочка, в якій мати колисала Івана Франка. Ця колисочка передавалась із покоління в покоління, аж поки не потрапила в цей музей»)**	
	За кадром (Роман): Мати і батько піклувалися про освіту Івася. Він ходив до початкової школи в Ясеницю Сільну, звідки родом була його мати.	*Класична музика*
Плани села. Панорами хаток.	**Синхрон (Марія Борисенко – наглядач музею-садиби Івана Франка у с. Нагуєвичі)** («Батько жалів малого Франка, тому ходив той у Ясеницю Сільну. Село тягнулося близько 7 кілометрів. Жив у брата матері – Кульчицького… По тому годиннику Франко ходив до школи»)	
Крупний план годинника. *План саду.* *Фотографія молодого Франка.* *Школа: діти сидять за партами, пишуть, хлопчик біля дошки, щось пише…*	***За кадром*** (Оля): Виховувався Івась з дитячих років під впливом бабусі Людвіги Кульчицької, котра привчала до рідного слова та пісні. У школі малий Франко вчився найкраще від усіх дітей, усіх вражала його пам'ять. Коли писали так зване «диктанто», то він встиг не тільки своє завдання виконати, але й однокласникам допомогти. Часто він ходив в задумі, мислив над чимось, обмірковував щось. Тоді вчитель йому казав: ***За кадром*** (Роман): «Ти будеш великим писателем, великим багачем або великим злодієм». За кадром (Оля): Про шкільні роки його товариш згадує:	
Вчитель біля дошки, діти сидять за партами… *Кадри з фільму «Іван Франко»: чоловік з вусами на тлі книжок, пише пером листа.*	***За кадром*** (Роман): «Ходили ми до школи. Франкові вуйко купив олівець, який мені дуже сподобався, то я вкрав у нього той олівець. Він за ним дуже плакав і учитель питав його, чого той так рюмсає.	*Музика до поезій із збірки: «Зів'яле листя», пісня «Чого являєшся мені у сні»*

Крупний план книжки Франка. *Крупний план школи у Дрогобичі.* *Загальний план світлини Франка з музею. Кадри хати Франка в Нагуєвичах.* *Загальний план коридорів Дрогобицької гімназії.*	Франко відповів, що хтось у нього забрав олівець. Я відразу повернув йому. За що Іван мене дуже полюбив». ***За кадром*** **(Оля):** Цей факт у майбутньому знайде відгомін в оповіданні «Олівець». Шкільні роки цікавої дитини продовжувалися у школі отців Василіян у Дрогобичі, де для неслухняних та галасливих дітей найтяжчою карою світського учителя було поколоти їх по чолі неголеною бородою. Там Франко одержує свою «першу льокацію», тобто відзнаку. ***За кадром*** **(Роман):** Щасливі дні промайнули, болючою втратою була смерть батька, тоді Івано¬ві виповнилось 9 років. Мати виходить заміж за Гриня Гаврилика. Франко продовжує навчання в Дрогобицькій гімназії імені Франца Йосифа. **Синхрон (Василь Винницький – декан філологічного факультету Дрогобицького педуніверситету)** **(Є укладений словник афоризмів Шекспіра...якщо б укласти словник Франка, я впевнений їх би було більше...)**	
Аудиторії у Дрогобицькій гімназії. Коридор. Парти. Студенти, що ходять коридорами. *Кафедра франкознавства у Дрогобицькій гімназії.*	***За кадром*** **(Оля):** Була тут у перших класах і «осляча лава», на якій Франко просидів перший рік навчання. Гімназійні вчителі спочатку бачили в ньому тільки «хлопську дитину», та згодом дали йому «другу льокацію». Вони були вражені пам'яттю хлопця та жагою до знань. Франко міг після уроку повторити слово в слово все, що говорив учитель. Вже тоді молодий гімназист знав дев'ять мов. Ще в нижній гімназії він почав збирати фольклор, комплектувати власну бібліотеку, писати вірші, прозу. Перший його вірш «Великдень», присвячений батькові, не дійшов до нашого часу.	
Франкова книгозбірня з гімназійних років	***За кадром*** **(Роман):** 16-літнім юнаком Франко втрачає матір, але все ж продовжує навчання. Йому допомагає вітчим.	

Коридори гімназії. Світлина Франка-гімназиста. *Загальний план Дрогобицького педуніверситету. Панорама ЛНУ ім. Івана Франка. Краєвид села, дорога, качки. Панорама озера, по якому пливуть гуси.* *Крупний план гусей.* *Кадри з фільму: Франко в оточенні відомих діячів щось розповідає.* *Старі кадри Львова. Чорно-білі плани вулиць, люди ходять. Старий Львів.*	Через рік Івась робить спроби як літератор-початківець. У гімназії юнак був скромний і несміливий, ходив у полотняній сорочці, носив велику кількість книжок і дуже багато читав. Допомагав у навчанні своїм друзям. **СИНХРОН (Валерій Корнійчук – доцент кафедри української літератури імені академіка М. Возняка ЛНУ імені Івана Франка) (...«Франко виконував завдання за своїх колег. Навіть учитель не міг розрізнити, що це писала одна і та ж людина»...)** ***За кадром*** (Оля): Закінчивши Дрогобицьку гімназію, Франко з похвальним свідоцтвом зрілості вступає на філософський факультет Львівського університету, де вивчає класичну філологію та українську мову й літературу. Під час літніх канікул подорожує по селах. Збирає народну творчість, з якої згодом видає дві великі збірки. Найдовше Іван Франко бував у селі Лолині. Тут жив він у родині сільського священика Рошкевича, де і познайомився з його дочкою Ольгою – своїм першим юнацьким коханням. **СИНХРОН (Лариса Боднар – доцент кафедри української літератури імені академіка М. Возняка ЛНУ імені Івана Франка** **(Оля – це було його фатальне ім'я. Ольга Рошкевич, Хоружинська...та Оля С.)** ***За кадром*** (Роман): Франко провадив активну журналістську та публіцистичну діяльність. Брав участь у роботі студентського громадсько-культурного товариства «Академический кружок». Разом із Михайлом Павликом Франко видавав журнал «Громадський друг» та альманахи «Дзвін» і «Молот». В 1878 році вони обидва мешкали в одній кам'яниці на вулиці Кляйнівській, на якій ціле літо не вгавав стукіт молотів.	

	Можливо, це дало імпульси для створення Франкових «Каменярів». Під впливом листів Михайла Драгоманова до редакції «Друг» Франко перейшов на радикально зорієнтовані світоглядні позиції.	
Старий папір, схожий на лист.	**СИНХРОН (Михайло Нечиталюк – професор кафедри української преси ЛНУ імені Івана Франка)** **(«Коли Франко приїхав, він вже працював у редакції журналу «Друг»...)**	
Кадри з фільму: Франко у в'язниці пише вірш, горить вогонь, який щоразу збільшується...	***За кадром*** (Роман): За громадсько-політичну діяльність він 4 рази був ув'язнений австрійською владою. Унаслідок першого арешту Франко назавжди втрачає Ольгу Рошкевич. Він змушений перервати навчання у Львівському університеті.	
Кадри Києва.	1885 року Франко вперше виїхав до Києва. Місто справило на письменника сильне враження. Найбільшою радістю для письменника стали зустрічі з діячами української культури й літератури. Тут Франко познайомився з відомим класиком української музики – композитором Миколою Лисенком. Любов до людей та його пісень породили творчу дружбу між двома геніями українського народу. Внаслідок цих творчих зустрічей український композитор записав і обробив численні народні пісні.	
Кадри з фільму: Франко разом з друзями йдуть горою і співають пісень.	**Синхрон (Олександра Сербенська – професор кафедри радіомовлення і телебачення ЛНУ імені Івана Франка)** **(Шевченко ....а Франко створив нас як націю)** ***За кадром*** (Оля): За власними зізнаннями Франка, значний вплив на його творчість мали взаємини із жінками. Він пережив три глибокі кохання. Перше і найпалкіше – Ольга Рошкевич.	*Інтершум пісні, яку співають Франко та його друзі.*

Кадри з фільму: Франко йде з Ольгою Хоружинською... Світлини Ольги Рошкевич Кадри з фільму, де Франко з жінками. *Світлина Дзвонковської.*	Довголітнє знайомство з Рошкевичівною закінчилось би одруженням, якби не перше ув'язнення. Тоді Ольга вийшла заміж за брата Наталії Кобринської. Зробила це вона на своє й на Іванове нещастя, бо сама все життя жила Франком. Відмовила письменникові і Йозефа Дзвонковська, посилаючись на слабке здоров'я.	
	СИНХРОН (Лариса Боднар – доцент кафедри української літератури імені академіка М. Возняка ЛНУ імені Івана Франка) **(Наївний Франків ідеал ...)**	*Музика до поезій із збірки: «Зів'яле листя», пісня «Чого являєшся мені у сні»*
Кадри з фільму: відкорковують шампанське. Франкове весілля. Світлина Франка і Хоружинської. Кадри з фільму: гості на весіллі. Чорно-білі плани церкви, вівтаря. Загальний план старої бібліотеки.	***За кадром*** **(Оля):** Дружиною письменника стала киянка Ольга Хоружинська. Познайомились вони у гуртку «Громади». За кілька місяців до тридцятиліття Іван Франко одружився з нею. Ольга вірила, що весілля повинно відбутися саме у квітні, бо в інші місяці її одруження буде нещасливим. Але Франко не встиг подати документи вчасно і вони одружуються в травні. Хоружинська вважала це знаком на майбутнє життя. Коли молоді стояли у притворі, відчинилась бібліотека. Священик розпочав обряд вінчання, Ольга з жахом помітила, що молодий щез. Франко, у весільному одязі та білих рукавичках, сидів у бібліотеці, заглиблений у читання якогось манускрипту.	
Кадри з фільму: бричка, що їде по бруківці...	Молоді того ж таки вечора, уникаючи неприємностей, втекли в Галичину. Ольга горда за свого чоловіка, а він робить усе, щоб їй не було сумно за рідною домівкою. Усе йде чудово. Франко присвячує дружині збірку поезій «З вершин і низин».	*Класична музика*

Крупно світлина обкладинки збірки. Старий Львів. Кадри з фільму: Франко з Хоружинською. *Курпний план – рука, що пише.* *Кадри з фільму: Франко з дітьми і з дружиною. Світлина, де Франко з сім'єю.* *Кадри з фільму: Франко з дочкою, крупно обличчя письменника, що пише.* *На столі один за одним з'являються папери. Далі старі кадри львівських вулиць, ходять люди, їздять машини.*	Після Шевченкового «Кобзаря» немає кращої і ціннішої книжки, як «З вершин і низин» Івана Франка – говорила молодь. У 1887 році у сім'ї Франків народжується довгоочікувана дитина, його називають Андрієм. Радості батьків немає меж. Франко у листах пише: ***За кадром*** (Андрій): «Не знаю, шо це за знак, що так любить папір їсти; я міркую, що як собі змалку понапсує живіт папером, то опісля відцурається усякого писательства. Просто якась біда з дитиною: схопить якийсь папір і відразу тягне до рота...» ***За кадром*** (Оля): Другим сином Івана Франка був Тарас. У листах тато часто називав його «Тарасище». Скрізь було його повно і завжди мали з ним якийсь клопіт. Донька Анна – любила сидіти у татка на колінах та разом з братами слухати казки. Петро Франко був улюбленцем матері. Усі Франчата були надзвичайно живі, рухливі і збиточні, та в цьому гаморі Франко все ж писав вірші. Ці маленькі дитячі серця любили батька, гордилися ним. ***За кадром*** (Роман): Через 3 роки Франко стає одним із засновників та першим головою Русько-Української радикальної партії – першої політичної партії в Україні і редактором її друкованих органів – газет «Народ», «Хлібороб» та «Громадський друг». Тричі балотувався від цієї партії на виборах до галицького сейму та австрійського парламенту але через виборчі махінації влади – безуспішно. Згодом Франко вийшов з її складу і приєднався до Української національно-демократичної партії.	

	Синхрон (Олександра Сербенська – професор кафедри радіомовлення і телебачення ЛНУ імені Івана Франка) (...Франко входив до різних політичних партій...і казав: я від них відходив...)	
Світлина Франка з сім'єю. Світлина Відня. Кадри з фільму: Франко розмовляє з жінкою через кований паркан. Світлини збірки «Зів'яле листя»	***За кадром*** **(Оля):** Іван Франко дуже сумував за дітьми, коли у 1892 році поїхав у Відень готувати докторську роботу. Відень для Франка – каторга. В його уяві з'являється Целіна Зигмунтовська – третя кохана. Полька за походженням, поштова працівниця. Саме завдяки їй побачила світ збірка «Зів'яле листя» – гімн ліричній любові.	
	Синхрон (Лариса Боднар – доцент кафедри української літератури імені академіка М. Возняка ЛНУ імені Івана Франка) (Історія дала світової ваги...відкинула Франка)	
Світлини Лесі Українки. Наїзд на безхмарне небо та сонце.	***За кадром*** **(Роман):** Влітку 1891 року відбулась перша зустріч Івана Франка з Лесею Українкою. Письменник відчув велике творче піднесення, багато з нею розмовляв, був веселий, читав їй свої вірші…З того часу вони на все життя стали друзями.	
	Синхрон (Іван Денисюк – професор, директор Інституту франкознавства) (...пише він блискучу статтю про Лесю Українку, у якій ставить її одразу після Шевченка..)	
План села, світлина Франка з родиною Косачів.	***За кадром*** **(Роман):** Упродовж травня та червня Франко на запросини батька Лесі відпочивав в родині Косачів у Колодяжному.	*Класична музика*
	Синхрон (Іван Денисюк – професор, директор Інституту франкознавства)	

	(...ось чому, коли Олена Пчілка приїжджала до Львова, завжди зупинялась у родині Франка...)	
Світлини журналів.	***За кадром*** (Оля): Разом із дружиною Ольгою Франко видавав літературно-науковий журнал «Житє і слово». Упродовж десяти років працював у редакції польської газети «Кур'єр Львовскій»,	
Кадри з фільму, де Франко працює. Кадри із колекції збірок у Дрогобицькій гімназії. Кадри з фільму: Франко в оточенні відомих діячів.	це були так звані «найми у сусідів». Тоді виходить і збірка «Мій Ізмарагд», а через рік поема «Похорон». Ім'я Франка стає відомим не лише в Україні, а й в Росії та багатьох країнах Західної Європи. 1898 року студентство організовує 25-річний ювілей літературної та громадсько-політичної діяльності письменника. Після виступів промовців та зачитування численних вітань виступив схвильований ювіляр, який подякував усім присутнім за увагу і скромно сказав:	
На кадрах монументи Франка, його погруддя. Пам'ятник у Нагуєвичах. Світлини збірок. Кадри будинку, природи.	***За кадром*** (Андрій): «Я не вважаю себе ані таким великим талантом, ані таким взірцевим характером, щоб моя особа всіх до себе манила. Двадцять і п'ять літ я був тим пекарем, що пече хліб для щоденного вжитку...Яко син селянина, вигодуваний мужицьким хлібом, я почував себе до обов'язку віддати життя тому простому народові». ***За кадром*** (Оля): Згодом вийшла збірка «Із днів журби» та поема «Іван Вишенський».	
Кадри з фільму: Франко плете сітку і цитує поему «Мойсей». Світлини збірки.	1902 року Франки побудували будинок на землі, яку радо відступив сусід – Михайло Грушевський. Вони разом працювали в НТШ. Невтомний письменник плете сітку для рибальства і пише поему «Мойсей». Франко отримує звання почесного доктора Харківського університету і випускає збірку «Semper tiro».	
Плани бібліотеки.		

Крупний план газети «Діло».	Раз на тиждень Франко заходить до книгарень, щоб поглянути, «чи нема чогось нового». Через його руки проходить сотні творів, які він перечитував і редагував. Через рік газета «Діло» подає інформацію про покликання доктора Франка зайняти університетську кафедру у вищій школі в Софії. Він одразу ж погодився.	
Кадри з фільму: Франко хворий. Світлини творів.	***За кадром*** (Роман): Та доля натомість дарує йому нові випробування: Франко страждає на хворобу Рейтара, внаслідок якої йому відмовляють руки. На допомогу приходить син Андрій. Завдяки спільній праці побачили світ «Галицько-руські народні приповідки», де у 3-х томах, 6-ти книгах, зібрано багатющий фольклорний матеріал.	
Плани темної палітри. Запалюється сірник на тлі книжок. Складені руки, біля них списаний папір, лежать книжки. Наїзд на руки. Плавний перехід книжок на гілля сухих дерев. Хата у Нагуєвичах.	***За кадром*** (Оля): Що може відчувати людина, коли серце її гаряче, душа прагне творити, думки несамовито вирують, а перед тобою лежить порожній листок і холодне перо, одвічні друзі, що в миті натхнення служили і слухались, тепер чужі, бо не можуть відчути тепла рук творця, ніколи не зможуть шалено танцювати в пальцях генія. Вправні руки – паростки, що колись народжували соковите слово-листя, тепер мертве, сухе гілляччя.	*Інтершум поеми «Мойсей».*
Крупним планом чорно-біла киця, що миється, лежить, ходить на поруччях балкону…	Дім Франка був прихистком для багатьох, постійними відвідувачами були також матеріальні нестатки. Письменник сидів за столом у холодній кімнаті, а біля нього на столі лежала кицька, про яку, лагідно всміхаючись, казав: ***За кадром*** (Андрій): «Ця кицька, це моя піч. Коли змерзну в руки і ніяк не можу втримати пера, беру її на коліна і грію до неї руки».	
Кадри старого Львова, люди збентежені бігають, носять образи.	***За кадром*** (Роман): Наступали часи російської інвазії. Становище хворого письменника ускладнювалося і тим, що він фактично залишився без сім'ї:	*Класична музика*

Світлини синів. Кадри з фільму: хворий Франко. Кадри з фільму: Франко і жінка в чорному.	дружина перебувала в лікарні, дочка Анна – у родини матері в Києві, син Тарас, колишній гімназійний учитель, був поручиком австрійської армії; другий син, Петро, – чотарем Українського Січового Стрілецтва. Франка доглядає пані Зигмунтовська зі своїми дітьми, та після приїзду Франкового племінника вони виїжджають.	
Кадри з фільму: Франко у притулку. Кадри сухих дерев на фоні голубого неба.	Восени 1915 року найближчі люди письменника вирішують помістити його у притулок Українського Січового Стрілецтва, де його навідують друзі та студенти. Вуста вже не вміли скластися в усмішку. Та раптово Франко залишає притулок, виявляє бажання поверну¬тися додому. З кожним днем стан здоров'я поета погіршувався.	
Рука із сірником перебивається через голубе небо. Сірник погас.	9 березня 1916 року він продиктував друзям свій заповіт. Своє майно Франко залишив дітям, а бібліотеку та особистий архів – Науковому товариству імені Тараса Шевченка.	
Світлини похорону. Кадри з фільму: босі ноги.	28 травня о 4-й годині перестало битися серце Івана Франка. Похорон великого генія українського народу відбувся 31 травня 1916 року. Щоб віддати останню шану, з Нагуєвич пішки і босий прийшов поетів брат Захар. День видався ясним, сонячним.	
Загальний план сонячного неба. Світлини похорону.	Як згадують очевидці, після полудня почали збиратися величезні маси народу, що репрезентували весь український Львів та його околиці. Число учасників похоронного походу доходило до 10.000.	
Наїзд на вікно одного з львівських будинків.	Дружина поета була в лікарні і не змогла провести в останню путь того, в кого колись так вірила.	
Старі кадри Личаківського кладовища.	Коли жалобна процесія йшла вулицями Львова, у вікні одного з будинків люди бачили Ольгу Рошкевич – перше кохання Франка. Вона стояла і плакала.	

Могила Франка. *Село, крупний план білих квітів.*	Іван Франко був похований у чужому гробівці, і лише через десять років після його смерті останки письменника перенесли туди, де і сьогодні на Личаківському цвинтарі височить гранітна скеля великого Каменяра.	
	Синхрон (Богдан Тихолоз – науковий співробітник Інституту франкознавства) («Ми належимо до такого народу... і знаходила».)	*Музика до поезій із збірки: «Зів'яле листя» пісня «Пісне моя».*
Стара криниця, вода в криниці, відро біля неї... *Дерево з птахами накладається на кадр з фільму, де крупно показано Франка у задумі.*	***За кадром*** (Роман): До рідного села його кликав давній спогад дитинства: колись, іще хлопчиком, Івась випадково кинув у криницю біля батьківської кузні ключі. Потім у колодязь вдарила блискавка і його закопали. На схилі літ Франко колодязя не розкопав. Ключі від здоров'я і щастя лишились лежати в батьківській землі, яка завжди давала Франкові сили для життя і творчості.	
	За кадром (Оля): Митці продовжують жити у своїх творах... Душа, смертельно хвора на красу, не помирає, просто кам'яніє...	*Музика: голосно пісня «Червона калино» на слова із збірки «Зів'яле листя»*

Студентський документальний телевізійний фільм «Посол у світ Вічного» демонстрували на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Дискурсивність творчості Івана Франка і сучасна журналістика», яка відбулася у Львівському національному унівеситеті імені Івана Франка. Цей фільм подарували учасникам конференції з Донецька, Запоріжжя, Луганська, Одеси, Рівного. Згодом гості конференції та студенти Коломийського медичного коледжу імені Івана Франка (вони завдяки доцентові кафедри радіомовлення і телебачення Наталії Димнич також переглянули фільм) надіслали відгуки про фільм.

Старший викладач кафедри журналістики Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля Н. Панкова: «На мій погляд, у фільмі «Посол у світ Вічного» органічно переплелася сучасність, минуле, можливо, навіть майбутнє, з огляду на те, що висловлена

думка молодого покоління, яке понесе її із собою до нових поколінь, документальність і ліризм».

Студенти Запорізького державного університету: «Факти, зібрані у фільмі, їх комбінація і загалом режисура фільму нам дуже сподобалася. Ми просто захоплені, що це був витвір не професійних митців, а таких же студентів, як і ми. Це доводить, що ви не помилилися із вибором професії та свідчить про добру професійну підготовку, яку дає вам ваш навчальний заклад».

Глущенко О. з Донецького національного університету: «Ваш фільм мені дуже сподобався. Відчувалося, що кожен кадр був сповнений з любовю і повагою до Івана Франка. Відчула, що цей фільм дуже важливий для вас. Бо, з одного боку, легко знімати фільм про людину, яка тобі рідна – жила у цьому місті, ходила його вуличками, творила тут, дихала повітрям Львова. А з іншого – дуже важко знімати фільм про Героя, про Легенду. Але ви з цим завданням впоралися. Фільм вийшов дуже цікавий, красивий... ну, справжній, кузнею, підковою на початку й розповідь про кицьку».

Дорундяк О. з Коломийського медичного коледжу імені Івана Франка: «Фільм «Посол у світ Вічного» пізнавальний, цікавий, актуальний. Ми його обговорювали і всі студенти визнали, що почерпнули з нього багато нової інформації про Івана Франка як людину, публіциста, письменника. Цікаві факти з життя великого Каменяра вдало ілюструють його творчість, роблять зрозумілими його погляди і переконання. Ми побачили оригінальний і цікавий телевізійний матеріал, який спонукав нас замислитися над творами Івана Франка, його життям. Саме такі передачі допомагають молоді осмислювати минуле України, допомагають у пошуках власного, гідного місця в історії Батьківщини, надихають на творче ставлення до свого фаху».

Під час створення художньо-документального фільму «Таємний щоденник Університету», який можна переглянути на ютуб-каналі: https://www.youtube.com/user/FrankoTV100, студенти приділили особливу увагу пошукам історичних і архівних матеріалів. Надважливою є робота з джерелами. Необхідно було опрацювати велику кількість текстів, аудіо- та відеоматеріалів, а згодом ще раз детально перевірити правдивість усіх зазначених фактів. Для підготовки сценаріїв автори проекту здійснювали пошук документальних, архівних відео- та фотоматеріалів потрібного періоду, опрацьовували відеогалереї, ютуб-канали, вивчали університетську друковану продукцію: енциклопедії, довідники, брошури та буклети, випуски університетського видання інформаційно-аналітичного часопису «Каменяр».

Запропонувати цікавий відеоряд, віднайти невідомі факти, обрати вдалі локації для знімання – своєрідне випробування для творчого колективу. Особливу ретельність, відповідальність студенти проявили під час написання та неодноразового редагування сценарного плану, пошуку ілюстративного матеріалу, розкадрування та монтажу відзнятого відео. Асистент кафедри радіомовлення і телебачення Я. І. Табінський слушно наголосив, що важливим завданням викладача – керівника редакції, окрім контролювання на усіх етапах створення телепрограми, було мотивування та заохочення творчої групи. Вважаємо, що діалог «викладач – студент» як педагогічний метод сприяє позитивній, дружній атмосфері в групі, але вимагає у педагога виявити вміння почути студента, зрозуміти його ідеї, роздуми, переживання, а при потребі частково виправити, відредагувати чи навіть переконати [17, с. 239].

Звичайно, у глядачів можуть бути зауваження чи застереження, мовляв, журналісти могли ще висвітлити ту чи іншу сторінку історії alma mater, поспілкуватись з іншими експертами чи взяти ще більше коментарів у істориків. Але ще раз зауважимо, що це навчальний телевізійний проект, який створили студенти під час одного академічного семестру в рамках курсу «Журналістська майстерність». Тому весь процес підготовки та створення масштабнішої програми із детальнішим висвітленням, опрацюванням документів, архівів, записуванням додаткових коментарів був обмежений у часі, частково в технічному та кадровому потенціалі.

Однак наполеглива творча робота студентів, працівників навчальної телерадіостудії і викладачів кафедри радіомовлення і телебачення увінчалася успіхом. Цей телевізійний проект відзначила перемогою у конкурсі «Перша удача» (2020 р.) Львівська обласна організація Національної спілки журналістів України. На Міжнародному конкурсі молодіжних медіакомунікаційних проектів «ТО-МИ», який організувала до Дня журналіста (2020 р.) Асоціація українських редакторів, художньо-документальний фільм «Таємний щоденник Університету» отримав ГРАН-ПРІ.

СЦЕНАРІЙ
студентського художньо-документального фільму «Таємний щоденник Університету»

Шеф-редактор – *Ярослав Табінський*
Автор ідеї та ведуча – *Роксоляна Білоус*

Автори сценарію – *Роксоляна Білоус, Наталія Вітюк (частина 1 та частина 2); Христина Гавришків, Віталій Гембусь, Наталія Вітюк (частина 3); Ганна Бенедюк, Анастасія Браташ (частина 4)*

Режисер-постановник – *Наталія Вітюк*

Режисер монтажу – *Андрій Гірняк*

Оператори – *Андрій Гірняк, Володимир Неживело, Мар'ян Павлик*

Науковий консультант – *Роман Тарнавський*

Закадровий голос – *Мар'ян Бринь, Артем Кухар, Андрій Гірняк*

Композитор – *Антоній Веремко*

Частина 1

Звукоряд	***Відеоряд***
Автор: Львів, вулиця Краківська, монастир ордену тринітаріїв. Мало хто знає, що саме тут у часи королівства Галіції та Лодомерії в колишній будівлі монастиря у 19 столітті був університет.	*Рухомий стендап біля Народного дому, де колись був корпус університету.*
Автор: Університет Йосифа II та Цісарсько-королівський імені Франца I – зараз Львівський національний університет імені Івана Франка.	*Статичний стендап перед народним домом, загальний план, щоб показати масштаб.*
Начитка автора: Саме тут, на місці церкви Преображення Господнього та Народного дому, був головний корпус університету.	*Загальні, крупні кадри обох будівель.*
Коментар Володимира Скоростецького про будівлю монастиря Тринітаріїв.	
Автор: Раніше тут діяло 4 основні факультети: філософський, теологічний, юридичний та медичний. Донині збереглось лише 2 – філософський та юридичний.	*Рухомий стендап на біологічному факультеті.*
Начитка автора: Адже медичний факультет став університетом імені Данила Галицького, а теологічний об'єднали з філософським.	Кадри медичного університету.
Автор: Також функціонували факультети архітектури та сільського господарства, які згодом стали основою для інших університетів.	Стендап у внутрішньому дворику біологічного факультету.
Текст на екрані: *- Де ти взяла цю прекрасну брошку?* *- Мій наречений подарував її для балу.* *- Думаю, ти виглядатимеш приголомшливо.* *- Сподіваюсь.*	*Концепція німого кіно. У кав'ярні на вулиці розмовляють дві панянки, які теревенять про бал та прикраси.*

Автор: Ця прекрасна подія: юні панянки та галантні кавалери. Жоден бал не проходив без обговорення вбрання і юнаків.	Статичний стендап, автор сидить неподалік аристократок так, щоб їх було видно в кадрі.
Начитка автора: Кожний студент, крім знань основних дисциплін, мав володіти французькою або італійською мовами, фехтуванням, верховою їздою та бальними танцями. Це, по суті, було своєрідним квитком у вищий світ .	*Кадри аудиторії, фехтування, кінної їзди.*
Начитка автора: Справжній джентльмен мусив гідно триматися в сідлі, адже це визначало його майстерність. А леді більше переймалися танцями.	*Старі кадри кінних перегонів та балу.*
Автор: Вальс — це початок і кінець усіх танців. І тільки той вальс можна назвати хорошим, який дарує радість не лише його виконавцям.	*Статичний стендап на балконі у Будинку вчених.*
Начитка: Спалені будівлі, розбиті вікна, вітрини, барикади на вулицях та розлючений натовп з вилами у руках. Так Львів зустрів 1848 рік – європейську весну народів. Події революції не оминули й університет. Головний корпус згорів під час протестів, а згодом, у 1851 році, його перенесли на вулицю Святого Миколая, нині вулиця Михайла Грушевського.	*Картини «Весни народів», які змінюються.* Фотографії, ескізи старої будівлі головного корпусу, теперішнього біологічного факультету.
Начитка: У час австрійського правління сучасні малі академії називали науковими школами і було його всього 3 – з хімії, української словесності та історії. Хімічну школу очолював Броніслав Радзішевський, який обіймав посаду ректора та присвятив 38 років викладанню.	*Кадри з лекції у старій аудиторії, портрет Радзішевського.*
Начитка: Інший ректор – Яків Головацький, очолював школу української словесності. Професор Микола Лесюк зазначає:	*Портрет Головацького.*
Текст на екрані: «*Історія колись розсудить, чого більше зробив для Галичини Яків Головацький – користи чи зла. У 30-40-х роках він прислужився до пробудження національної свідомости галичан, але в 50-60-х роках робив усе, щоб її приспати або спрямувати в глухий кут, а точніше, на схід*».	Тло старого паперу, де набирається цитата під звук друкарської машинки.
Автор: Школу ж історії – Михайло Грушевський. Він був прекрасним істориком і доволі неординарним лектором. Вражені його 10-томною працею «Історія України-Руси», студенти надзвичайно дивувалися, коли Грушевський просто серед пари дещо занотовував чи доповнював. Він настільки поринав у роботу, що навіть міг редагувати свою працю під час лекції.	Рухомий стендап коло пам'ятника Грушевського, перебивки з пам'ятником.

Начитка: 1912 рік, університет святкує своє двохсот п'ятдесятиріччя.	*Старе фото біологічного корпусу.*
Коментар Юрія Гудими про святкування ювілею.	
Начитка: З нагоди ювілею тодішній ректор Людвик Фінкель надав почесне звання Doctoris Honoris Causa Нобелівському лауреату з хімії Марії Склодовський-Кюрі. Науковець відповіла подякою у листі, який і досі зберігається в музеї історії університету.	*Портрет Фінкеля, потім кілька фото Кюрі. Кадри листа-подяки.*
Коментар Григорія Дмитріва про Марію Кюрі.	
Автор: Попереду перша світова війна та розпад австрійської династій Габсбургів. В історії Львівського університету розпочнеться новий польський період.	Статичний стендап на Площі Ринок.

Частина 2

Звукоряд	*Відеоряд*
Автор: Червень 1914 року, ще ніхто й не підозрює, що цей час стане переломним для Європи – Гаврило Принцип вбив ерцгерцога Австрії Франца Фердинанда. Ця подія і розв'язала Першу світову війну.	*Стендап біля Вірменського дворику. (Німецький воєнний марш)*
Начитка: Студентство – сила. Особливо тоді, коли потрібно боронити свою землю. Багато студентів, випускників та викладачів Львівського університету вступили до лав легіону Українських Січових стрільців.	*Кадри українських січових стрільців. (Пісня «О Україно»)*
Автор: Одна з найвідоміших хорунжих Олена Степанівна, була викладачем на географічному факультеті. Вона «обрізала коси» та пішла на війну. На той час жінка-військовий викликала подив і щирий інтерес.	*Стендап на географічному факультеті.*
Текст на екрані: «Найбільшу сенсацію викликала панночка-офіцер в австрійськім мундирі... Чисто слов'янське миловидне личко, зовсім діточі риси, гарна жіноча фігурка, бистра малоросійська бесіда. Вона українка, 22 літ, курсистка вищих курсів у Львові, переконана сторонниця самостійності української нації. На війну проти «москалів» пішла з переконання і не крила перед начальством свого пола».	*Тло старого паперу, де набирається цитата під звук друкарської машинки.*
Начитка автора: Так про Олену Степанівну писала газета «Діло» у 1915 році.	*На тлі ще текст з газети.*
Начитка: Після закінчення війни вона повернулася до викладання, щоправда у таємному університеті. Через явну проукраїнську позицію, після Другої світової війни, у 1949 році енкаведисти заслали її до Мордовських таборів у Росії.	*Фото Олени Степанівни.*
Коментар Ярослава Дашкевича про Олену Степанівну.	*Хроніка ГУЛАГу.*

Автор: У ході воєнних дій розпалася монархія Габсбургів: утворилася Польська та Чехословацька республіки, Австрія та Угорщина. Західна Україна знову опинилася під владою Польщі. Львів, як і університет, поволі полонізовувався.	*Стендап у парку на валах.*
Начитка: Польська влада закрила всі українські кафедри та заборонила навчання українською мовою. Через 2 роки освітнього терору, Наукове товариство імені Шевченка створює у Львові Таємний Український університет.	*Фото викладачів та студентів таємного університету.*
Автор: Студенти змушені були підпільно приходити на пари, переховуватись на квартирах викладачів та одногрупників, підвалах Собору святого Юра та будинку Просвіти.	*Статичний стендап на тлі Собору святого Юри.*
Автор: Найчастіше секретні лекції проводили у будинку на вулиці Руській 3, Бляхарській 9, зараз Івана Федорова, і у великому залі народного музею.	*Рухомий стендап на вулиці Івана Федорова, щоб було видно назву вулиці.*
Автор: Незважаючи на політику польської влади, львівським викладачам вдалося організувати 58 кафедр таємного університету, які функціонували до кінця першого семестру.	*Статичний стендап на тій же локації з іншого ракурсу.*
Коментар Володимира Качмара про таємний університет.	
Начитка: Навчання тривало в умовах строгої конспірації, з переслідуванням, арештами студентів та професорів, не обходилося і без обшуків. Після року тиску на українських студентів, сенат університету звернувся за захистом до Ліги Націй, але це не повпливало на рішення польської влади. **Автор:** Закрили таємний університет у 1925 році через нестачу коштів.	*Крупний план передачі конспектів (дівчина+хлопець). Дівчина забирає конспекти та швидко йде геть. Хлопець залишається, але тут до нього підходить польський агент, який каже польською: «Це заборонено, пане», - і затримує його. Автор говорить про закриття університету. На тлі агент забирає хлопця.*
Начитка: Будівлю, яка в усіх асоціюється з ЛНУ, передали під приміщення університету аж в 1920 році – раніше це була споруда галицького сейму. Фойє головного корпусу колись прикрашали 4 статуї польських та давньоруських правителів – Володимир Великий та Мєшка I, Казимир III і Ярослав Мудрий. Під час II світової війни скульптури безслідно зникли.	*Фото будівлі того часу зовні, фото актового залу, і чотирьох скульптур.* (Mieczysław Fogg – Ostatnia niedziela, 1936)

Начитка: Дві скульптури, які прикрашають вхід, втілюють філософію університету – Освіту та Працю.	*Фото скульптур, що прикрашають вхід.*
Автор: Ці два поняття втілювали не лише статуї, а й випускники та викладачі університету знані у всьому світі.	*Статичний стендап в головному корпусі.*
Начитка: Богдан Весоловський прославився завдяки своєму музичному таланту. Нині ім'я цього композитора мало про що говорить широкому загалу слухачів. Та без нього українського джазу могло б взагалі не існувати.	*Фото Богдана Веселовського.* (Танго «Прийде ще час»)
Автор: Молодий та амбітний, зірка львівської музичної сцени, студент юридичного факультету Львівського університету. Його відомі хіти лунали з кожної кав'ярні, де на танці збиралася українська молодь.	*Статичний стендап у кав'ярні.*
Начитка: Уже в 22 роки юний музикант з прізвиськом Бонді написав свій визначний шлягер-танго «Прийде ще час».	*Кадри піаніста, який грає на роялі.*
Автор: До розвитку ОУН доклався Степан Ленкавський, випускник філософського факультету. Один з ідеологів, на рівні з Бандерою та Стецьком, він написав «десять заповідей українського націоналіста».	*Статичний стендап у тюрмі на Лонцького.* (Гімн УПА «Зродились ми великої години»)
Начитка: - Здобудеш Українську Державу або загинеш у боротьбі за Неї. - Не дозволиш нікому плямити слави, ні чести Твоєї Нації... - Ненавистю і безоглядною боротьбою прийматимеш ворогів Твої Нації.	*Фото «Декалогу».*
Коментар Тетяни Слотюк про Степана Ленкавського.	
Начитка: Як і всі вірні ідеї націоналісти, потрапив до концтабору Аушвіц, де й відсидів 3 роки. Як тільки закінчилася війна, то виїхав до Мюнхена, там, після смерті Бандери, очолював Провід ОУН та відділ проукраїнської пропаганди.	*Фото Ленкавського, кадри старого Мюнхена.*
Автор: До іншого концтабору – Равенсбрюк, відомий назвою «Жіноче пекло», потрапила Кароліна Лянцкоронська – перша жінка у Польщі, яка захистила докторську дисертацію у Львові в університеті Яна Казимира.	*Стендап у тюрмі на Лонцького.*
Начитка: Після масового розстрілу гестапівцями 23 колег-професорів, Кароліна була однією з тих, хто намагався дізнатись подробиці їхньої страти. Вона написала доповідну Гімлеру, вимагаючи розслідування цієї справи, але замість того, щоб допомогти, перші особи Рейху вирішили запроторити жінку до концтабору. Звільнили її лише через три роки з допомогою міжнародного Червоного хреста.	*Фото Кароліни та Гімлера. Кадри жіночого концтабору.*
Начитка: Рафал Лемкін та Герш Лаутерпахт обоє навчались на юридичному факультеті у 20-их роках XX століття.	*Фото юристів.*

Начитка: Лемкін – автор терміну «геноцид» та Лаутерпахт з поняттям «злочин проти людяності» взяли участь у Нюрнберзькому процесі і намагався включити ці визначення, як злочини, які скоїли нацисти.	*Хроніка Нюрнберзького процесу.*
Автор: У період спокою між війнами викладачі продовжували тісно співпрацювати з міжнародними світилами науки.	*Динамічний стендап в університеті.*
Начитка: Львівський фізик Леопольд Інфельд напередодні Другої світової війни працював у Прістронському університеті разом з Альбертом Енштайном. У 1938 році він став співавтором відомої книги «Еволюція фізики».	*Фото Леопольда Інфельда, фото, де вони разом з Енштайном. Фото першого видання книжки.*
Автор: На Львів ще чекає німецька та російська окупація, а на університет – тотальна радянізація. Промине ще багато років, перш ніж університет остаточно стане українським.	*Стендап в університеті.*

Частина 3

Звукоряд	***Відеоряд***
Автор: Восени 1939 року у Західній Україні встановили комуністичний режим. Радянський період в історії Львівського університету був складним і суперечливим. Нова влада вела посилену політику російщення та ідеологічного тиску.	*Рухомий стендап у парку Франка.* (Вальс «Амурські хвилі» Макс Авер'янович Кюсс)
Начитка: Радянська партійна еліта одразу почала докорінно змінювати університет. Так він став безоплатним і вільним для всіх громадян. Теологічний факультет ліквідували, адже він суперечив ідеології нового режиму. Натомість через місяць після окупації на його місці утворили нові кафедри: історії марксизму-ленінізму та СРСР, політичної економії, російської мови та фізичного виховання. Згодом на деяких факультетах запровадили заочну форму навчання.	*Хроніка радянського часу, фото аудиторії Леніна чи Сталіна з радянською символікою.*
Автор: Через кілька місяців після початку радянізації університету присвоїли ім'я видатного українця – Івана Франка, який колись і сам навчався у цьому освітньому закладі.	*Статичний стендап в аудиторії імені Франка.*
Начитка: Однак вже незабаром радянська влада показала своє справжнє... тоталітарне обличчя.	*Хроніка Львова з параду або демонстрації.* (Тривожна музика)
Автор: Взимку 1941 року на одній з таких галявин розстріляли 19 молодих людей. Більшість із них були студентами Франкового університету. Цю подію назвали «Процесом 59-ти», адже перед судом постало 59 юнаків та дівчат.	*Рухомий стендап у парку Франка.*

Начитка: Усіх їх безпідставно звинуватили у зв'язках з Організацією Українських Націоналістів, антирадянській діяльності та підготовці повстання проти комуністичної влади.	*Хроніка з радянського суду або хроніка ОУН.*
Але раптова німецька окупація приготувала університету нові виклики. У перші дні вторгнення гітлерівських військ есесівці заарештували 70 відомих львівських вчених. Згодом, після знущань та жорстоких побоїв, їх розстріляли в околицях теперішньої вулиці Сахарова.	*Архівні відео*
Начитка: Під час нацистської окупації значних втрат зазнали Наукова бібліотека університету, кафедральні бібліотеки та музейні колекції.	*Кадри з бібліотеки.*
Коментар Василя Кметя про втрати бібліотеки	
Начитка: У той час спалили багато архівних документів, важливих свідчень, історичних книг.	*Хлопець тримає документи і підпалює. Крупний план документів, що горять.*
Автор: У роки, коли нацисти закрили більшість навчальних закладів, польським професорам вдалося налагодити роботу таємного університету Яна Казимира у Львові.	*Стендап у підвалі.*
Начитка: Під час Другої світової війни в Західній Україні активно діяв рух Опору. Серед його учасників було й чимало викладачів та студентів Львівського університету, які загинули під час воєнних дій, у концтаборах та гетто.	*Воєнна хроніка, кадри з концтабору.*
Автор: Трагічно склалася доля асистентки кафедри антропології Мартини Гриляшевської-Пузини. У березні 1943 року за зв'язки з польським підпіллям її заарештували та відправили до концтабору Аушвіц.	*Стендап у тюрмі на Лонцького.*
Начитка: Там вона була змушена допомагати німецькому лікарю Йозефу Менґеле проводити експерименти над ув'язненими. Попри те, що іноді їй доводилося бачити страшні сцени насилля, жінка намагалася усе занотовувати та копіювати результати досліджень. Згодом її записи стали доказом нацистських злочинів.	*Пацієнт сидить на стільці, чоловік у халаті катує його. Поряд стоїть дівчина з нотатником і щось записує. Потім ховає написане під одяг.*
Начитка: Війна минула і, незважаючи на радянський тиск, Львівський державний університет продовжував розвиватися. Так впродовж наступних десятиліть (або 30 років) створили чимало нових факультетів: хімії, фізики, математики, журналістики, іноземних мов, економіки, прикладної математики і механіки, а також підготовчий факультет для іноземних громадян.	*Радянська хроніка університету.*
Автор: Ботанічний сад - один із найстаріших підрозділів університету. Наприкінці 1950-х років розробили генеральний план його розбудови.	*Рухомий стендап у ботанічному саду.*

Коментар Андрія Прокопіва про Ботсад.	
Автор: Цей монумент, урочисто відкрили у 1964 році. Він став справжнім символом нашого університету.	*Стендап біля пам'ятника Франкові.*
Начитка: Проте, мало хто знає, що радянська влада хотіла увіковічнити у цьому пам'ятнику не великого українського митця, а палкого прихильника комуністичної ідеології.	*Кадри з редакції чи бібліотеки радянського періоду.*
Начитка: На початку 60-х років минулого століття університет відвідав один з найвідоміших філософів-інтелектуалів того часу – Жан-Поль Сартр. Лауреат Нобелівської премії з літератури прочитав для студентів кілька лекцій.	*Фото філософа, відео великої аудиторії або актової зали.*
Автор: На перший погляд здавалося, що життя в Радянському союзі спокійне та безхмарне. Але за пропагандою суспільного добробуту приховували партійний тиск та «ідеологічні чистки» національно свідомих українців.	*Стендап. Автор сидить за столом з горою радянських книг, папок та паперів.*
Начитка: Більше десятка відомих науковців, філологів та істориків звільнили у 70-х роках через «безініціативність у громадському житті й політичну інертність», «націоналістичний ухил», зв'язки з дисидентами та виготовлення самвидаву.	*Радянська хроніка з виступу на з'їзді партії.*
Автор: За «очорнення сучасної радянської дійсності» на тривалий термін засудили студента філологічного факультету Зоряна Попадюка, випускників Ігоря та Ірину Калинців.	*Стендап за столом. Пише вирок російською.*
Коментар Ігоря Калинця про репресії.	
Начитка: Також з університету відрахували й інших студентів, які критикували радянську політику за російщення й розповсюджували антирадянські листівки.	*Кадри арешту або затримання.*
Коментар Романа Тарнавського про партійні чистки і місце дисидентів у цих процесах.	
Автор: Кінець 80-х запам'ятався новою хвилею протестів і демонстрацій проти радянської влади – їхніми учасниками були й викладачі та студенти Львівського університету. На Україну ще чекає багато визначних змін: розпад Союзу та здобуття незалежності. І першим поштовхом до цього стала студентська Революція на граніті.	*Стендап у дворі Будинку вчених, поділений на дві частини.*

Частина 4

Звукоряд	***Відеоряд***
Автор: Незалежність подарувала багато надій. То яким стало життя у Франковому виші? У серпні, одразу після проголошення незалежності 1991 року Університет став повністю українськомовним.	*Стендап на тлі Університету (Козацький марш починається)*

Начитка: …Через три роки отримав найвищий – IV рівень акредитації. 11 жовтня 1999 року Львівський університет імені Івана Франка став національним. З того часу 11 жовтня щороку святкують День університету. Пізніше виникла традиція одягати пам'ятник Франкові у мантію і проводити урочистості.	*Титр «запровадити викладання всіх предметів українською мовою»* *Документ про рівень акредитації* *Сценка: група людей, вбраних у вишиванки, йде Університетом, активно жестикулюють, розмовляють українською мовою.* *Кадри зі святкування дня Університету.*
Начитка: Найкраще описують Університет рядки із вірша Івана Франка: «Дух, наука, думка, воля».	*Відео пам'ятника Франкові, красива картина з вічним революціонером.*
Начитка: Дух. **Автор:** Жовтень 1990-го. На київському Майдані з'явилось наметове містечко. Почалася потужна акція спротиву – Революція на граніті. І саме українські студенти стали її ініціаторами. **Начитка:** Висуваючи політичні вимоги тодішній владі, вони не шкодували себе, голодували понад два тижні, … страйкували, намагалися відстояти національні інтереси. Жоден учасник цієї революції не був випадковим… У минулому вони – випускники Університету Франка та активні учасники Революції на граніті. …Сучасний письменник Тарас Прохасько у 1990-му – у загоні студентського табору Революції, політик Остап Семерак – серед охоронників наметового містечка, громадський діяч Андрій Винничук – перший голова студентського братства Університету, журналіст Андрій Кравець також один із голодувальників. 29 років тому минула сторінка нашої історії, яка близька до нашого сьогодення… **Начитка:** Через фальсифікацію виборів президента в 2004 – українці вийшли на вулиці, щоб відстояти своє право на чесні вибори. Так розпочалась Помаранчева Революція. Не оминула вона і Університету. **Автор:** 22 листопада у Львові біля пам'ятника Шевченкові зібрались студенти, щоб захистити своє право на чесні вибори. **Начитка:** 24 листопада. До протестувальників на площі перед Університетом долучився ректор Іван Вакарчук.	*Витримати паузу.* *Рухомий стендап* *Кадри, де автор переглядає фото «Студентська революція на граніті»* *Архівні відео, хроніка* *Фото, архівні відео* *Хроніки (художня деталь – символіка Революції на граніті)* *Стендап у центрі Львова* *Учасники Революції скандують. Інтершум з архівних відео*

Рівно через місяць 24 грудня акцію «Львів, не спи, революція триває» провели активісти громадянської кампанії «Пора» на тому ж місці перед Університетом. Так відбулася ще одна революція, але не остання.	*Кадри: «Разом нас багато, нас не подолати», «Ющенко», «Ганьба ЦВК» (подати інтершум!)*
Начитка: Наука **Начитка:** У період Незалежності для українських університетів було чимало викликів, але ректор Іван Вакарчук після призначення на посаду міністра освіти і науки зумів запровадив ЗНО і державно-громадське управління освітою	*Кадри: світлини з Університету.* *Промова 1 вересня 2012 р.* *Абітурієнт користується своїм особистим кабінетом ЗНО*
Начитка: Серед викладачів Франкового вишу є безліч висококваліфікованих спеціалістів. Ось лише один з них: **Ігор Дикий** доцент кафедри зоології, а також полярник та учасник чотирьох експедицій в Антарктиду. Експедицію 2019–2020, що триває зараз, очолює саме Ігор Дикий.	*Стендап / відео, де професори в мантіях на Вченій раді 1 вересня* *Ілюстрація: архівні світлини*
Високих досягнень здобули не лише викладачі, але й студенти. Руслан Бабіля, Василь Білецький та Остап Коркуна вибороли перше місце на Міжнародній олімпіаді зі спортивного програмування в Румунії в 2007. **Коментар Юрія Гудими про успіхи на Чемпіонаті світу з програмування в Канаді в 2008 році.** А студент хімічного факультету Андрій Нещадін у 2011 та 12-х роках був переможцем Міжнародної олімпіади з хімії. Студентка філософського факультету, Василина-Ірина Кириченко – триразова чемпіонка Європи з дзюдо.	*Кадри з 1 вересня – перехід кадру від викладачів до студентів*
Начитка: Думка **Автор:** Університет славиться своїми випускниками. Вони знайшли себе у різних професіях та стали ключовими особами в сучасному державотворенні. **Начитка:** Серед них багато депутатів, міністрів, знаних перекладачів, поетів, фінансистів, акторів, режисерів, композиторів, митців, мислителів, засновників та власників ІТ-компаній, ресторацій, розробників стратегій, відомих журналістів, мандрівників. Один із багатьох випускників, який зараз є прикладом у державотворчому процесі. Випускник історичного факультету **Володимир В'ятрович** став головним декомунізатором України та останні 5 років очолював інститут національної пам'яті.	*Освічені громадяни – окраса Батьківщини!* *Кадри з Актової зали - середні та великі плани присутніх* *фото/кадри випускників* *Відео виступу Володимира В'ятровича*

Не менш знаковими постатями Університету є ті, хто отримав почесне звання Doctor Honoris Causa.	*Кадри з урочистого засідання Вченої ради, відео вручення відзнаки*
Начитка: Воля **Начитка:** Боротьба за українську незалежність триває і цієї миті, щоправда, переломним був листопад 2013, коли розпочався Євромайдан. **Автор:** Цей поступ української молоді переріс у Революцію Гідності, яка об'єднала всіх українців. **Начитка:** Студенти і викладачі Франкового університету одні з перших взяли участь в акціях та протестах у Львові та Києві. **Автор:** Університет завжди пам'ятатиме своїх Героїв, які загинули на Майдані та в боротьбі за Незалежність на Сході України.	*Кадри з Євромайдану* *Стендап* *Перебивка про євроінтеграцію* *Стендап на тлі Меморіалу Небесної Сотні*
Ігор Костенко – студент географічного факультету, журналіст та активіст Євромайдану. Загинув під час протистояння 20 лютого 2014-го. Він писав: *«Будьмо українцями в душі і з Богом у серці»*. **Сергій Кемський** – магістр політології. Цей ступінь він здобув на філософському факультеті. Загинув від кулі снайпера 20 лютого 2014-го. Сергій вважав: *«Докорінні зміни в суспільстві ніколи не здійснюються без зусиль тисяч і тисяч людей, які вирішили жити по-іншому»*. **Богдан Сольчаник** – громадський діяч та історик, бакалавр історичного факультету. Загинув 20 лютого 2014-го від кулі «беркутівця». ...Потай від усіх він писав вірші. Задовго до Революції Гідності Богдан написав: *Де моя Революція,* *Де корона на площі страчена?* *Де моя Революція,* *В кабінетах придумана, на вулицях справджена?* **Дмитро Чернявський** – доброволець у самообороні, студент магістратури економічного факультету. Загинув від ножового поранення 13 березня 2014-го у Донецьку. Мати Дмитра згадує останні слова сина у телефонній розмові: *«Я прийду нескоро...»*. **Володимир Труш** – викладач факультету культури і мистецтв із символічним позивним «Артист». Справжній козак внутрішньо і за зовнішністю. Загинув 31 жовтня 2015-го під час виконання бойового завдання. Гаслом свого життя він обрав слова з історичного роману Юрія Сороки «Іван Богун»: *«Ми не обираємо боротьбу за Батьківщину, вона обирає нас. А обравши, примушує віддати не лише власне життя, вона потребує життя найдорожчих людей»*. Сьогодні продовжується боротьба за Незалежність. Революція триває.	Цитати на тлі світлин з кожним Героєм. Архівні відео з Революції Гідності:

Створення документальних телевізійних фільмів під методичним керівництвом доцента В. В. Бабенко й асистента Я. І. Табінського ще раз засвідчило, що навчальний процес переходить від уявлень до понять, від понять до теоретичних знань і перетворення їх у компетентні фахові уміння. Логіка навчання охоплює такі дії: пояснення – осмислення – узагальнення – використання на практиці.

У середовищі функціонування радіо і телебачення цей процес охоплює результати впливу на людину і суспільство загалом. Професор А. З. Москаленко зазначав, що рівень ефективності засобів масової інформації та її конкретний прояв зумовлені, по-перше, характером ідей, мети, завдань, їх реальністю; по-друге, науковістю процесу поширення загальнолюдських і національних цінностей; по-третє, ступенем прийняття або неприйняття, глибокого засвоєння людьми (аудиторією) тих же цінностей, втілення їх у практику, соціальну реальність. Останнє і є результатом впливу, який виступає у формі духовних і практичних ефектів [10, с. 176].

Зростання ролі інформаційних ресурсів зумовлене переходом від індустріального суспільства до суспільства інформаційного, яке ще називають постіндустріальним. Постіндустріальне суспільство перебуває у стані, який філософ Еріх Фромм назвав планетарною кризою гуманізму. Характеризується цей стан механічною формалізацією людських взаємин, відчуженням особистості від соціуму, втратою здатності до співпереживання.

Через інформаційно-технологічний пресинг відбувається масштабний наступ на національні цінності народів і держав. У найбільшій ексклюзивній небезпеці Україна. Адже немає у світі держави, на яку б напав сусід-агресор, який, чи не щодень убиваючи її захисників, цинічно втулює світові інформаційну брехню про те, що в середині України йде громадянська війна. Російська Федерація «нахабно гальмує розвиток української державної самостійності, ширячи потужний антиукраїнський асиміляційний контент, інформаційні фейки, підсилюючи проти України гібридну і гарячу війну» [4].

Одним із чинників пом'якшення наслідків гуманітарно-психологічної кризи, на думку Е. Фромма, є мистецтво. «І саме оригінальна радіодраматургія може зіграти у цьому процесі значну роль, – підкреслює доктор наук із соціальних комунікацій І. А. Хоменко. – Адже у самій природі радіодрами закладено синтез елітарної та масової культури, спроможність донести всякий мистецький та філософський сенс до пересічної людини, адаптувати складні світогляди та естетичні концепції до рівня розуміння непідготовленого слухача» [19, с. 247].

Радіодрама (радіоп'єса) – це оригінальний спосіб осмислення реальної дійсності. Як і аналітичні, художньо-публіцистичні радіо- і телевізійні жанри, радіодрама допомагає розв'язувати складні конфлікти й суперечності нашого життя. Радіодрама робить це не на аналітично-публіцистичному, а на синтетичному, образному рівні, створюючи сублімовані моделі реальності. Оволодіти подібним творчим методом для професіонала в галузі телерадіожурналістики означає вийти за межі можливого для журналіста-аналітика, випередити на багато кроків найкращого репортера в умінні прогнозувати події, передбачати суспільні тенденції.

Сучасна радіодрама зазвичай абсолютно не сценічна і позбавлена театральних умовностей, швидше генетично пов'язана з літературним жанром новели. Невеликий обсяг і обмежена кількість дійових осіб виключають масштабне і розгалужене розгортання сюжету. Перебіг подій не вичерпується межами композиції, ніби маючи невідомі слухачеві початок і продовження, що є типовим новелістичним прийомом. Засадничою вимогою до радіодрами є жива, не театральна і не олітературена розмова перед мікрофоном, тобто природний діалог. Діалог у радіодрамі, як і весь радіотекст, повинен бути лаконічним настільки, наскільки це не заважає розумінню п'єси, передачі її емоційного забарвлення та колориту мови героїв. Діалог повинен уміщувати потрібні відомості про зовнішність героїв, візуальні характеристики їхніх вчинків, ненав'язливо окреслювати обставини дії. Головний критерій оцінки діалогу в радіодрамі – здатність викликати відповідну емоційну реакцію, художню достовірність.

У навчальному посібнику «Оригінальна радіодрама» І. А. Хоменко розкрив роль і значення оригінальної радіодрами, дослідив історію виникнення цього своєрідного виду мистецтва, виокремив такі різновиди оригінальної радіодрами: акустичну (звукову) радіоп'єсу, радіоп'єсу чистого слова, драму ідей, документальну радіодраму. Специфіка виражальних засобів радіомовлення позначається на фоні оригінальних драматичних сценаріїв. Найперсоніфікованіша складова радіоп'єси, її зміст, те, що традиційно вважають справою натхнення, багато в чому залежить від досить прозаїчної речі – техніки побудови радіопередач. Звичайно, кожна радіодрама – це прояв індивідуальності автора, який можна оцінювати виключно у суб'єктивних категоріях, а можна розглядати з позиції виконання соціального замовлення, що існує об'єктивно та не залежить від творчих уподобань конкретного драматурга. Але подібно до того, як прилад у фізиці впливає на експеримент, а психоаналітичний сеанс змінює внутрішній світ пацієнта, технічні властивості радіо певною мірою визначають фабулу, методи розкриття характерів і обставини дії радіотвору.

Ілля Хоменко слушно зазначає, що технічний аспект будь-якого мистецтва досить часто визначає не тільки засоби втілення задуму, а й сам задум. Радіомікрофон розширив тематичний діапазон драматурга майже до безмежності, надавши можливість розгортання дії поза просторовими координатами, що завжди окреслені в кіно (форматом зображення, глибиною кадру) і театрі (розміром сцени). І водночас звузив, позбавивши візуальної складової. Сценічним майданчиком радіодрами став не репродуктор, а внутрішній світ слухача.

У мистецтві існують дві протилежні тенденції зображення дійсності: віддзеркалення і моделювання. Скориставшись мистецьким способом моделювання дійсності, І. Хоменко і В. Фоменко написали документальну радіоп'єсу «Тіні». Її створенню передувала тривала робота з архівними джерелами, документами, надійними свідченнями. Результати її були оприлюднені на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Нове прочитання Михайла Коцюбинського», що проходила у Чернігівському літературно-меморіальному музеї-заповіднику письменника. Репліки реальних персонажів радіодрами «Тіні» цілком відповідають дійсності, запозичені з їхніх спогадів. Водночас умовні герої, «голоси-примари» теж не є вигадкою Іллі Хоменка і Володимира Фоменка. Кожний із голосів висловлює певні ідеї, альтернативи світогляду й світосприймання класика, уособлює різні «грані нерозуміння» митця сучасниками і нащадками.

Отже, документальною основою «Тіней» стали матеріали з фондів Чернігівського літературно-меморіального музею-заповідника М. Коцюбинського, опубліковані спогади про письменника, записані на магнітофонну стрічку розмови з мешканцями тих місць, де відбувалися події «Фата моргана», а також праця з медичної деонтології Е. Ліхтенштейна «Помнить о больном», в якій докладно описано хворобу М. Коцюбинського. Зробити з цієї сукупності першоджерел радіоп'єсу міг тільки певний рух думки, драматургічна ідея. Ідею І. Хоменкові і В. Фоменкові підказала суперечливість в оцінках найвидатніших творів класика, неодномірне і не завжди адекватне сприйняття читачами, критиками, дослідниками його світоглядних шукань. Треба було заглибитися у різні оцінки, піднятися над складністю осмислення творчості такого великого українського митця, як Михайло Коцюбинський. «Важко сказати, наскільки нам вдалося це з естетичної точки зору, – зазначає Ілля Хоменко. – Але принаймні з погляду відповідності заявленому в «Тінях забутих предків» світогляду радіоп'єса це право на існування має. Як матимуть право на існування численні творчі експерименти кіно- і радіосценаристів, що неомінно повернуться до творчої спадщини Коцюбинського у XXI столітті» [19, с. 180–181].

Ілля Хоменко і Володимир Фоменко створили понад 50 драматичних радіомініатюр про видатних історичних особистостей і відомих сучасників, які прозвучали по першому каналу Національної радіокомпанії України (нині Суспільне радіомовлення). Тривалість кожної мікрорадіоп'єси 3,5 – 5 хв. На ІІ міжрегіональному конкурсі творчої майстерності працівників телебачення і радіомовлення «Професіонал ефіру України», який відбувся в Ялті у 2005 р. В. Фоменко та І. Хоменко у номінації «Спецпроект» нагороджені дипломами і спеціальними призами за драматичну радіомініатюру «Розвідник Кузьма Гнідаш».

Член журі конкурсу, професор Укртелерадіопресінституту В. Я. Миронченко відзначив надзвичайно вдале звукове оформлення мікрорадіоп'єс. «Усі вони мають характерну заставку, почувши яку ми налаштовуємось на прослуховування чергової передачі, і традиційну кінцівку – «Пам'ятаймо! Українське радіо», яка кожного разу робить наголос на морально-національних цінностях українського народу. А в проміжку між початковою заставкою і кінцівкою – ціла гама різноманітних звуків та шумів, які посилюють текст, роблять його виразнішим, поглиблюють думку. Спецпроект «Пам'ятаймо!» – це своєрідний творчий прорив Українського радіо, який уособлює сучасну манеру підготовки радіопередач, що мають бути короткими та виразними» [8, с. 607–608].

Маємо підстави стверджувати, що кінцевий продукт радіодраматургії – не текст на столі радіостудії і звук приймача, а своєрідна інтерпретація реалізованого авторами творчого задуму і підсвідомої готовності аудиторії до співтворчості. «Але, щоб фантазія слухача могла «закінчити» роботу автора, добудувати, так би мовити, радіообраз до рівня художньої досконалості і самодостатності, треба визначити координати руху творчої думки» [19, с. 202–203]. Цього можна досягнути завдяки узагальненням радіодраматурга, які значно ширші, ніж у репортерів, прогнози сміливіші, а народжені його творчою уявою герої часто проходять шлях, на який радіослухачі ще тільки мають ступити. Спілкуючись із слухачами, автор оригінальної радіодрами (радіоп'єси) водночас спонукає їх до духовних шукань, національного самоусвідомлення, озброює інтелектуальною моделлю дійсності, яка є дуже потрібною для утвердження українського національного життєвого середовища.

Найважливішими чинниками, що об'єднують життєве середовище нації, є територія, спільна релігія, культура, мова. Ігнорування культури, мови є ознакою відчуження від української нації. Зневажаючи українську мову, національну культуру, зовнішні та внутрішні недруги, новітні асимілятори прагнуть повністю змінити український генотип, вилучити з нього національну складову, прищеплюючи йому етику «без-

чуттєвої корисності та соціального автоматизму» (Павло Мовчан). Духовна анемія, аморальність, нігілізм, космополітичний інтернаціоналізм приводять лише до культурно-ціннісного роззброєння, національного здичавіння, всеукраїнського цинізму.

Синкретизм Української Національної Ідеї державотворення полягає в неподільності Істини, Краси і Добра, тобто тих категорій, на які нині шалено наступає маніпулятивна московська пропаганда, сурогат російської масової культури. Руйнівну силу антикультури, антитрадицій, антидуховності можна зупинити цілеспрямованою загальнонаціональною роботою щодо культивування морального клімату в суспільстві, відродження й утвердження національних ідеалів, єдиної помісної Православної Церкви України, української мови, культури. Тому електронні засоби масової інформації в Україні покликані займати конструктивну, державотворчу позицію, сприяти виконанню трьох основоположних, взаємозв'язаних функцій духовно-національного відродження України: консолідації народу, його ідентифікації та інтеграції в цивілізований світ, що забезпечить утвердження людино-націоцентричних вартостей [4].

Патріоти України, які воюють за європейські цінності, «за вашу і нашу свободу», чи не щодень віддають життя за мир на європейському континенті, вочевидь, вибороли ексклюзивне право будувати національну державу, а журналісти, депутати, політики, науковці, дипломати – донести світові глибинні сенси Української Національної Ідеї та гуманістичні домінанти боротьби з агресивним «русским миром».

А нинішні студенти – майбутні журналісти – у процесі теоретико-практичного навчання повинні формувати, утверджувати в собі болісне відчуття справедливості, глибокі знання соціально-економічних, політико-ідеологічних, духовно-культорологічних, морально-психологічних проблем і громадянську відповідальність за кожне телевізійне зображення та мовлене в телерадіоефірі слово.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть своєрідність радійних і телевізійних художньо-публіцистичних жанрів.
2. Який жанр професор Володимир Здоровега назвав найпрезентабельнішим?
3. Що є головним засобом розкриття на телеекрані внутрішнього світу людини?

4. Схарактеризуйте основні жанрові ознаки телевізійного і радіонарису.
5. Окресліть функцію телевізійного і радіонарису.
6. Назвіть етапи методики створення телевізійного і радіонарису.
7. Якими жанровими ознаками характеризується радіокомпозиція?
8. Схарактеризуйте основні різновиди радіокомпозиції.
9. Чим відрізняється радіо- і телевізійна композиція від концерту-вітання?
10. Назвіть жанрові особливості радіофільму.
11. Яка найважливіша ознака радіофільму?
12. Розповідь журналіста Людмила Кузьменко про методику створення радіофільмів.
13. Які особливості документального телевізійного фільму у порівнянні з радіофільмом?
14. Опишіть головні засоби розкриття внутрішнього світу людини в документальному телевізійному фільмі.
15. Схарактеризуйте різновиди оригінальної радіодрами.
16. У який спосіб радіодрама (радіоп'єса) допомагає розв'язувати суперечності і складні конфлікти суспільного життя?
17. Розповідь Іллі Хоменка про роль і значення оригінальної радіодрами.
18. Назвіть головний критерій оцінки діалогу в радіодрамі.
19. Чим зумовлена ефективність впливу електронних засобів масової інформації?
20. Назвіть три основоположні функції, яких мають дотримуватися електронні ЗМІ, щоби сприяти духовно-національному утвердженню України.

Завдання для самостійної роботи

Студенти опрацьовують рекомендовану літературу до теми, створюють телевізійні або радіонариси, обговорюють їх на заняттях, оцінюють, готують власні телевізійні або радіонариси.

Також студенти слухають радіокомпозиції, радіофільми, переглядають документальні телевізійні фільми, пишуть рецензії та обговорюють, оцінюють їх.

Література

1. Антонов В. Документальне кіно – літопис України / В. Антонов // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2019. – Вип. 18. – С. 88–93.
2. Бабенко В. Навчально-методичні засади творення телетексту (з досвіду роботи) / В. Бабенко // Телевізійна й радіожурналістика. – Львів, 2007. – Вип. 7. – С. 161–178.
3. Бараневич Ю. Д. Жанры радиовещания (Проблемы становления, формирования, развития) / Ю. Д. Бараневич. – Киев – Одесса : Изд-во «Вища школа», 1978. – 194 с.
4. Вовканич С. Ідея, що змінить Україну. Лише корінний народ має ексклюзивне право будувати національну державу / С. Вовканич // Україна молода. – 2019. – 16–17 серп.
5. Горпенко В. Передмова / В. Горпенко // Дейнегіна Т. О. Майстерність телеведучого: вступ до спеціальності / Т. О. Дейнегіна : навч. посібник. – Луганськ : ТОВ «Віртуальна реальність», 2010. – 332 с.
6. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник : вид. 2-ге / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2006. – 208 с.
7. Дмитровський З. Є. Документальний телефільм : збірник сценаріїв / З. Є. Дмитровський. – Львів: ПАІС, 2010. – 124 с.
8. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.
9. Любченко Ю. В. Виражальна система радіожурналістики : монографія / Ю. В. Любченко. – Запоріжжя : АА Тандем, 2016. – 192 с.
10. Москаленко А. З. Вступ до журналістики : підручник / А. З. Москаленко. – К. : Школяр, 1997. – 300с.
11. Олейник В. П. Радиопублицистика: Проблемы теории и мастерства / В. П. Олейник. – К. : Изд-во «Вища школа», 1978. – 190 с.
12. Полякова Т. О. Посібник до спецкурсу «Телевізійний сценарій» : посібник / Т. О. Полякова. – Дніпропетровськ : РВВ ДНУ, 2008. – 36 с.
13. Сербенська О. А. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей / О. А. Сербенська, М. Й. Волощак. – К. : Вид. центр «Просвіта», 2001. – 204 с.
14. Сербенська О. А. Культура усного мовлення як навчальна дисципліна (з досвіду викладання) / О. А. Сербенська // Телевізійна й радіожурналістика. – Львів, 2003. – Вип. 5. – С. 135–141.
15. Сербенська О. А. Ефірне мовлення в соціокультурних та інформаційних вимірах / О. А. Сербенська // Теле- й радіожурналістика. – Львів, 2010. – Вип. 9. – Ч. 2. – С. 314–323.
16. Смирнов В. В. Радиоочерк / В. В. Смирнов. – Изд-во Рост. ун-та, 1984.– 152 с.
17. Табінський Я. Створення навчальної телепрограми на студентському інтернет-телебаченні «Franko TV»: організаційно-методичні засади / Я. Табінський // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2020. – Вип. 19. – С. 236–253.
18. Федик О. Мова як духовний адекват світу (дійсності) / О. Федик. – Львів : Місіонер, 2010. – 300 с.
19. Хоменко І. А. Оригінальна радіодрама : навч посібник / І. А. Хоменко / за ред. В. Я. Мирончeнка. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. – 320 с.
20. Шаповал Ю. Г. Изображение и слово в журналистике / Ю. Г. Шаповал. – Львів : ВШ, 1985. – 152 с.

Розділ VII.

Ток-шоу на телевізійних каналах України

Одним із найпопулярніших жанрів сучасного телебачення є ток-шоу. Ток-шоу (від англійського talk – говорити + show – показ) – розмовне видовище. Основоположником цього формату став американський журналіст Філ Донах'ю, який у 1963–1967 роках працював на регіональній телестанції WHIOTV (Dayton, Ohio). Під час одного шоу у Філа Донах'ю закінчилися питання до гостя, але він не розгубився і звернувся до глядачів у студії: «У вас є запитання до нашого гостя?» Вони поставили декільказ апитань. Імпровізація Філа Донах'ю врятувала ефір від зупинки. Так, власне і появившяцей жанр [1]. Цей метод припав до душі телевізійникам і його швидко підхопили інші телестудії.

У 1968 р. на телеканалі ABC почали транслювати Show Діка Каветта. Ця передача також виходила на каналах CBS, PBS, і USA Network, а також кабельному каналі CNBC і супутниковому TCM. На думку Клайва Джеймса, Дік Каветт «був дуже пронизливою людиною і володів лякаючим інтелектуальним діапазоном» [25]. Від 70–80 років XX століття популярними суспільно-політичними ток-шоу були «Шоу Філа Донах'ю» (1967–1996), «Шоу Опри Уінфрі» (1986–2011) та «Шоу Ларрі Кінга» (1985–2010). Програма «Шоу Філа Донах'ю» була найтривалішою передачею за всю історію американського і світового телебачення.

Ці американські програми «стали прабатьками українських ток-шоу, вони є взірцевими, їхня історія демонструє як цікавий, різноманітно наповнений телевізійний продукт може прожити на телебаченні не одне десятиріччя» [22, с. 98]. Одним із перших ток-шоу на телебаченні України була програма Миколи Вересня «Табу» (1+1). 3 травня 1998 року до квітня 2006 р. в ефірі України проіснувало ток-шоу Ольги Герасим'юк «Без табу».

Дослідниця шоу Ю. В. Щербина зазначила, що саме від журналістської майстерності залежить хід бесіди та розкриття теми шоу. Різнить цей жанр в Україні та США менталітет та рівень моральності людей. Для американців немає заборонених тем. Попри те, що у нашій країні є багато талановитих ведучих та журналістів ставка робиться на професійних якостях, а не на морально-духовних цінностях. «Наш ведучий у ток-шоу є спершу модератором, а потім психологом. В американських шоу ми бачимо зворотну картину – співчуття та співпереживання за героїв програми. Чому найбільшої популярності у світі набуло «Шоу Опри Уінфрі»? Тому, що в кожній програмі ми бачили не професійно підготовлену ведучу, а звичайнісіньку людину, яка не соромилася на всю країну розповідати про свої негаразди у сім'ї, співчувати героям

програми і навіть плакати разом з ними. Героями її програми ставали люди різного соціального та матеріального статусу і всі йшли до шоу аби поділитися проблемою, розповісти Опрі (та й усьому світу) про таємниці» [22, с. 98].

Аналогічним до «Шоу Опри Уінфрі» в Україні було ток-шоу Ольги Герасим'юк «Без табу». У ньому, так само як в Опри, розглядалися соціальні теми, гостями ефірів були відомі українські діячі кіно, культури і політики. Але у шоу «Без табу» все-таки була своя родзинка, те, що відрізняло програму від її американських родичів. Ольга Герасим'юк після закінчення тієї чи іншої теми не покидала стежити за життям своїх героїв, розповідаючи глядачам як склалася подальша доля учасників її ток-шоу.

Зазначаємо, що багато шоу в Україні створено за принципом зарубіжних. Наприклад, на СТБ українські версії таких міжнародних форматів: «Україна має талант» (британський телеформат «Got Talent» Саймона Ковела, компанія SYCOtv); «Х-Фактор» (британський телеформат «X-factor» Саймона Ковела, компанія SYCOtv); «Танцюють всі» (американський телеформат «So you think you can dance», Саймон Фулер, Найджел Лізгоу, телеканал «Fox»); «Холостяк» (американський формат Майка Флейса, 2002 рік, телеканал «ABC»); «Зважені та щасливі» (американський формат «The Biggest Loser»); «Я соромлюсь свого тіла» (британський формат «EmbarrassingBodies», Channel 4, 2007 рік); «Детектор брехні» (колумбійський формат «Nada mбs que la verdad», «Нічого, крім правди», формат створив американський продюсер Говард Шульц); «МайстерШеф» (американський формат «MasterChef», телеканал «Fox», 2009); «Битва екстрасенсів» (шоу створено на базі британського формату «Britain's Psychic Challenge»); «Кохана, ми вбиваємо дітей» (британський формат «Honey, we're killing the kids», BBC), «Танці з зірками» (британський телеформат «Strictly Come Dancing», BBC, 2004 рік), «Вагітна в 16» (американський телеформат реаліті-шоу «16 and pregnant», автор формату – Лорен Долген, телеканал MTV, 2009) та «Міняю жінку». Це українська адаптація британського реаліті-шоу Wife Swap.

Шоу програми поділяють на ток-шоу і реаліті-шоу. Певними видами ток-шоу є: 1) розмовні видовища; 2) ігрові видовища (ігрові шоу); 3) постановочні шоу [24, с. 105, 22, с. 97]. Реаліті-шоу поділяються на: шоу талантів; шоу підглядання; шоу виживання; шоу знайомства; шоу професії; шоу навчання; кулінарні шоу [22, с. 97]. Ток-шоу розрізняють також за такими видами: телеміст, теледебати, бесіда, дискусія. Необхідними елементами шоу, як і будь-якої телепрограми є: 1) веду-

чий-ферері (творча група, яка працює над програмою); 2) учасник або учасники (опоненти); 3) «внутрішній глядач» (глядачі у студії, які теж можуть брати участь у дискусії) [24, с. 105]. Атмосферу спілкування з аудиторією головно створює ведучий, особистісними властивостями якого мають бути професіоналізм, освіченість, чарівність, красномовство, артистизм, гумор, винахідливість тощо.

За тематикою ток-шоу ділять на політичні, соціальні, культурно-просвітницькі, побутові та розважальні. Нині найпопулярнішим є політичне ток-шоу, яке за дослідженнями французьких журналістів займає 60 % від усього телеефіру сучасних незалежних ЗМІ [9, с. 67]. З огляду на поліжанровий характер ток-шоу Н. В. Островська запропонувала узагальнену оптимальну модель сучасного політичного ток-шоу [13, с. 284–287]. За основу вона взяла модель політичного ток-шоу, описану медіакритиком Н. Лігачовою [7], доповнила її пропозиціями німецьких учених Б. Геблера [26] і Х. Шихи [27] та українських дослідників і медіаекспертів [4; 23]. Отже, «ідеальна» модель ток-шоу Н. В. Островської ввібрала основні принципи організації, обов'язкові компоненти програм цього жанру, структурні взаємозв'язки між ними.

Тема ток-шоу повинна стосуватися найактуальнішої проблеми дня, тижня. Потрібно привертати увагу до суспільно важливих питань, а не тільки до тих, що обговорюються у ЗМІ. Уникати багатотем'я, чітко формулювати проблеми. Класичний приклад дискусії – глибокий аналіз теми по суті, а не лише обмін емоціями. У цьому концептуальний сенс шоу-програми.

Головна мета: описати детально глядачеві актуальну проблему (ситуацію), причини її виникнення і мотиви задіяних у ній осіб, а також спрогнозувати розвиток, розв'язання питання в інтересах глядачів, соціально-економічних, політико-ідеологічних, морально-духовних аспектів розвитку суспільства. Дискусія має бути такою, щоби кожний громадянин України зрозумів, як реальна ситуація стосується його особисто, чого йому очікувати та яку позицію у цьому процесі займають: а) політичні персонажі, що перебувають при владі чи в опозиції, за яких він прямо чи опосередковано голосував; б) політичні персонажі, що поки не належать до касти обранців народу, зате пропонують деякі альтернативні вирішення проблеми.

Важливим є *склад* і *роль* учасників ток-шоу. Досить часто інтелектуально-світоглядний рівень запрошених, їхня національно-громадянська позиція, професіоналізм визначають інформаційну насиченість, морально-духовну ефективність програми.

Ньюзмейкери окреслюють тематику, політичну позицію та її аргументацію. Головного ньюзмейкера запрошують відповідно до події, незалежно від приналежності до влади чи опозиції. Залежно від формату запрошують головного опонента.

Експерти (політично незаангажовані або заангажовані протилежно до ньюзмейкерів). Потрібно бути вимогливим до компетентності як експертів, так і учасників стосовно теми, що розглядається. Адже їхня *роль* – адекватно оцінювати почуте від ньюзмейкерів, розставляти справедливі акценти.

Журналісти. До шоу-програми можуть бути запрошені авторитетні журналісти, які представляють медіа, що користуються довірою суспільства. Бажано, щоб вони висвітлювали або досліджували питання дискусії та були компетентними в цьому. І, безперечно, ставили жорсткі, точні запитання, допомагали глядачам отримати максимум правдивої інформації від ньюзмейкера і, якщо потрібно, від експертів.

Аудиторія презентує інтереси телеглядачів. Повноваження можуть бути різними: від «вокс популі» до задавання запитань. Можлива участь аудиторії в прямих включеннях з майданів різних міст і країн. Однак участь аудиторії в програмі чітко обмежена. Вона не повинна підміняти собою експертів, її поведінку координує ведучий.

Залежно від різновиду ток-шоу у студії може бути присутня внутрішня аудиторія. У сучасних шоу-програмах України позиції й аргументи політиків оцінює глядацький зал. Проблема демонстрації громадської думки знайшла технічне вирішення через використання аудиторією студії пультів, що дало можливість виводити результати голосування у прямому ефірі на екран. Однак така роль аудиторії вважається відносно пасивною. Люди в студії здебільшого статисти, хоча час від часу озиваються аплодисментами, інколи декому ведучий дозволяє поставити запитання.

Осмислюючи досвід шоу-програм в Україні, Н. В. Островська зазначає, що оформлення суспільної думки в межах передачі може бути різним: поєднання думки аудиторії в студії і онлайн-голосування, озвучування найбільш гострих коментарів з інтернету («Шустер live»), демонстрація на екрані смс-чату у прямому режимі («Вечір з Миколою Княжицьким»), показ коментарів глядачів із сторінки Фейсбук на екран у студії, що дає можливість ведучому та експертам відразу реагувати на них («Політклуб Віталія Портникова»), «Вечір з Бачо Корчилавою» (Громадське ТБ). Вектор уваги в дискусії може бути спрямований як на конфлікт між основними учасниками, так і на дискусію між політиками та аудиторією.

Головною умовою успіху ток-шоу є фахова, цілеспрямована, системна координація ведучим дій як усіх учасників програми, так і аудиторії. Тому потрібне чітке структурування бесіди в рамках теми, проблеми, хронології подій. Цій контентній структурі повинна підпорядковуватися і форматна композиція шоу (блоки гостей, експертів, журі, а також блоки запитань-відповідей, реплік тощо). Всебічне окреслення змісту потрібне для того, щоби у студії говорили не про все і в результаті ні про що, а ґрунтовно обговорювали конкретні питання. Добра структура формату шоу є передумовою його видовищності, насиченості важливою інформацією, інтелектуальною енергією, утримання уваги глядачів.

Слушною є думка М. Майорової, О. Мітчук, Н. Островської, що модератор повинен зберігати певну дистанцію відносно того, що відбувається у студії, і стосовно висловлюваних позицій, контролювати, щоб напруженість полеміки не виходила за межі комунікативно-етичних норм [10, с. 340–345; 13, с. 282–290; 16, с. 165–169; 8, с. 335–338]. Однак в умовах довготривалої інформаційно-психологічної, а тепер і військової агресії Російської Федерації проти України ведучий ток-шоу не має морального права бути нейтральним, байдужим до проблеми захисту й утвердження незалежної, духовно соборної Української Держави, адже ток-шоу також «поле, в якому засобами телекомунікації здійснюється культурна самоідентифікація людини» [12, с. 184], – наголошує Г. Набокова, бо «телебачення спроможне стимулювати глядача мислити категоріями рідної національної культури» [12, с. 183].

Маніпуляції поняттями «демократія», «свобода слова», «свобода друку», «свобода у ЗМІ», «ідеологічний плюралізм», «стандарти журналістської творчості» приносять шкоду патріотично-національному вихованню, розбудові духовнособорної Української Держави. Важливі, цікаві думки про демократію і свободу слова висловив російський філософ Олексій Широпаєв. Він зазначив, що демократія, свобода слова в Україні не з неба впали. Вони були завойовані під час Революції Гідності. «Хто ж зберіг українську демократію в такій чудовій якості? – запитує О. Широпаєв і відповідає. – Президент, той самий Петро Порошенко, якого його опоненти таврують мало не як «диктатора», що прагне стати київським Путіним. Ні, Порошенко зовсім не схожий на Путіна. Путін заради збереження своєї влади згорнув демократію, звів до нуля, а Порошенко, навпаки, її зберіг і розвинув, політично ризикуючи своєю владою. Ви радієте появі «нової особи» в політиці – Зеленського – але хіба в цьому немає заслуги Порошенка як Президента? Чи не за нього українська демократія досягла такої блискучої якості?» [21]. Це важливе судження О. Широпаєв опублікував між першим і

другим туром президентських виборів у 2019 р. Він наголосив, що Петро Порошенко виконав головне завдання: «захистив країну і зберіг демократію. Тепер, схоже, демократія може скасувати його самого як Президента. Що ж, це нормально. Головне, аби демократія не скасувала заразом й Україну» [21].

Ми не ставимо за мету аналізувати результати виборів. Привернули нашу увагу до думки про демократію в контексті аналізу тематики, змісту, насиченості ток-шоу правдивою інформацією та її оприлюднення. Адже «демократія – це і є, власне, реалізована свобода слова. Можна сказати й навпаки: свобода слова – це є демократія», [5, с. 193] – наголосив В. О. Карпенко. Професор В. О. Карпенко також зазначив, що не варто абсолютизувати свободу і необхідність. «Доведена до крайніх меж, себто до вседозволеності, свобода перетворюється на свою протилежність – свавілля, анархію, беззаконня, коли, власне, зникає саме поняття свободи. Водночас і абсолютизація необхідності веде до безпросвітку, духовного та фізичного рабства, знищення людської сутності, перетворення людини в детерміновану істоту» [5, с. 192].

Отже, свобода слова – не абстрактне, безвідносне поняття. Нині часто усно і письмово цитують Біблію: «Споконвіку було Слово…» Академік С. Й. Вовканич, роздумуючи над Словом, свободою слова написав: «Україна вижила насамперед тому, що Бог безпосередньо і через нашого великого поета Тараса Шевченка поставив перед нами незбагненний на Землі і у Космосі скарб – Слово. Бог поставив Слово спочатку і перед всіма, а Шевченко – перед нами, українцями. Бог завжди діяв через своїх посланців. На Вкраїну він послав поета, який не був Ангелом, але став Пророком нації, проповідником загальнолюдських вартостей – правди, волі. Він сконсолідував націю словом. Він поставив перед нею віще слово як частину незбагненного цілого вселенського слова і врятував її для розмаїття світу» [2, с. 288].

Завдяки слову, а тепер і відеозображенню – носіям інформації – ми, сучасники, можемо відчути життєдайний дух, почути голос минулого і говорити з майбутнім. Академік Володимир Горбулін наголошує, що «нам потрібні якісні образи майбутнього, нам потрібно сміливіше говорити про те, чого ми хочемо і як діятимемо у всіх критично важливих для України питаннях» [3]. У контексті цих важливих думок оцінюємо жанрові можливості ток-шоу – унікальний феномен у медійному просторі України. Адже цей жанр поєднує моделі різних видів соціально і духовно зумовленої комунікативної поведінки, що належить до різних типів дискурсу, об'єднуючи в собі ознаки інших медійних форм – таких як інтерв'ю, бесіда, коментар, дебати, вікторини, опитування та ін.

Водночас ток-шоу, як зазначалося вище, має свої ознаки, що виділяють його серед інших медійних жанрів: формат, форму регулювання, часові рамки, мету, загальну спрямованість, особистість ведучого і учасників (їхні біографії, освіта, походження), визначені цілі та стосунки між ними.

Ток-шоу можна побачити на всіх телеканалах України. Більшість з них є аналогами американських і європейських програм, що мають спільний формат й тематику, але різняться способом подання матеріалу, стилем ведучих та мають незначні розбіжності в зв'язку з різним менталітетом людей цих країн. Коротко схарактеризуємо окремі ток-шоу.

«*Єдина родина*» – це програма «5-го каналу» з чіткою громадянською позицією та патріотично-виховним спрямуванням. Мета – в час російської агресії об'єднати українських громадян в Єдину родину для боротьби з новітнім загарбником, підтримати патріотичний дух та сприяти формуванню оптимістичного настрою у населення, віри у перемогу над ворогом та справедливий мир. Ведуча Олена Абаза ознайомлює глядачів з різними історіями і різними долями людей. Одні викликають усмішку, а інші – сльози. Але всі вони про одне – про наше з вами життя. За допомогою рідних та знайомих загиблих у російсько-українській війні зберігаємо пам'ять про героїв України. Телепрограма висвітлює самовідданість і мужність українських бійців на передовій, які неодмінно стануть прикладом для молодого покоління.

«*Досвід з Наталею Семенченко*» – ток-шоу на «5 каналі». У прямому ефірі обговорюють найважливіші теми економічного, політичного та соціального розвитку України. Медична реформа, економічна й продовольча політика, проблеми житлово-комунального господарства, освіта, армія, судова система, екологія, енергетична безпека, інфраструктурне будівництво, умови праці, пенсії, ціни та інфляція, якість продуктів харчування тощо. Ведуча ток-шоу Наталія Семенченко разом із впливовими спеціалістами та експертами розкриває українцям зміст суспільних проблем, структурних реформ та ділиться досвідом виходу з неоднозначних ситуацій.

«*Час можливостей*» – інформаційно-аналітичне ток-шоу про децентралізацію та реформу місцевого самоврядування, яка покроково та доступно для пересічного глядача пояснювали, навіщо потрібна децентралізація в Україні, як вона відбувається та які переваги матимуть громадяни після її реалізації. Щотижня у прямому ефірі ведуча Лариса Губіна разом з гостями у студії – головами новоутворених громад, представниками всеукраїнських асоціацій органів місцевого самоврядування, урядовцями й профільними експертами – обговорювали, наскіль-

ки готова центральна влада ділитися повноваженнями та ресурсами з місцевими органами, та, відповідно, наскільки громади готові брати на себе відповідальність за побудову власної країни. Учасники ток-шоу привертали увагу до вирішення проблем, що постають перед місцевим самоврядуванням у Донецькій та Луганській областях.

«*Час. Підсумки дня*» – підсумкове інформаційно-аналітичне ток-шоу, що висвітлює головні події та новини, які відбулися впродовж дня. Ведучі Віталій Гайдукевич, Лариса Губіна і Роман Чайка «5-го каналу» зосереджували увагу глядачів на ключових та найактуальніших темах дня. Особливість цього ток-шоу полягає в тому, що «свіжий погляд» на факти, події, явища висловлювали аполітичні персони, моральні авторитети суспільства, мислячі люди, чия думка завжди цікава, але не є буденно публічною.

«За Чай.com» – авторське ток-шоу Романа Чайки, який щобудня провокував своїх гостей некомфортними запитаннями, аби дізнатися, що ж насправді вони приховують за своїми масками. Автор та ведучий проекту висловився так: «Українському медіапростору бракує гострих ток-шоу, які б провокували гостя на відверті на несподівані відповіді. У Антона Чехова є влучний вислів: «Чудовий день сьогодні. Чи то чаю піти випити, чи то повіситися». Редакція нашої програми обирає перше. А з чим буде цей чай в Романа Чайки – цукром чи лимоном – було видно щовечора.

«*Кіно з Яніною Соколовою*» – авторська інформаційно-розважальна програма з цікавим ексклюзивним контентом про «найважливіше із мистецтв». Відверті розмови з українськими та всесвітньовідомими постатями сучасного кінематографа, яких любить та якими захоплюється глядач. Відомі режисери, продюсери, актори та сценаристи діляться із глядачами важливими думками про світ, відносини, політику, родину, перспективи і проблеми побудови майбутнього України, і, звичайно, розповідають про особистий погляд на... КІНО. Поради від експертів про найактуальніше зі світу кіно, свіжі кадри зі знімальних майданчиків та подробиці з найцікавіших прем'єр тижня, відкриття кінофестивалів та церемонії нагородження. Яніна Соколова показує абсолютно ВСЕ, що варте уваги у магічному світі кіно.

«Що це було?» – ток-шоу журналістів Дмитра Гнапа і Олекси Шалайського. Ця програма стартувала на «24 каналі» 1 лютого 2018 р. І Дмитро Гнап, і Олекса Шалайський (До речі, випускник факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка, якийсь час працював на кафедрі радіомовлення і телебачення) багато років у журналістиці, є авторами найгучніших розслідувань, мають

великий досвід і розуміння складних взаємозв'язків в українському політикумі. У кожній програмі автори обговорювали найрезонансніші події та розслідування останнього тижня – нові схеми відмивання грошей, корупційні оборудки, тарифні махінації, сімейні мільярди. Головне завдання, яке ставлять перед собою Дмитро і Олекса – в доступній формі і простими словами розповісти, що сталося насправді і що це означає для кожного телеглядача. Автори ток-шоу в прямому ефірі занурюються в хитросплетіння махінацій і оборудок, будують версії і припущення, запрошують в студію експертів і разом з ними достеменно з'ясовують: ЩО ЦЕ БУЛО?

Політичне ток-шоу «*Свобода Слова*». Вперше програма вийшла в ефір на телеканалі ICTV 9-го вересня 2005 року. Першим ведучим був Савік Шустер, який створив і був ведучим програми «Свобода слова» на російському каналі НТВ. 8 червня 2007 Савік Шустер офіційно заявив, що переходить на канал «Інтер«. 10 серпня 2007 року новим ведучим «Свободи слова» став журналіст і перекладач Андрій Куликов. Із серпня 2016 р. ведучим ток-шоу «Свобода слова» став Вадим Карп'як, батько якого тривалий час працював у коломийських газетах Івано-Франківської області.

Крім політиків, політологів, журналістів та оглядачів у студію програми запрошують звичайних людей, які складають тест-групу. Повертаючи коліщатко пульта, учасники тест-групи фіксують свою реакцію на події, що відбуваються у студії. Комп'ютер отримує інформацію з кожного пульта двічі на секунду й перетворює її на графік, який відображається на екрані у режимі реального часу. Завдяки тому, що програма надає право висловити свою точку зору всім охочим, вона має великий рейтинг та приваблює глядачів. Багато інформагентств цитують важливі слова політиків та публічних людей. У 2005 році програма отримала Національну премію »Телетріумф« у номінації «найкраще ток-шоу». 2012 року програму також нагородили премією «Телетріумф». Отримуючи статуетку від людей, одягнених в одноколірні костюми, Андрій Куликов звернувся до присутніх: «Тут на сцені є люди, пофарбовані в синє, червоне і зелене. Кудись зник помаранчевий колір, немає малинового. Для нас усіх це має бути пересторогою, ми не повинні допускати, щоб у нас зникали кольори. Ми не повинні допустити, щоби з нашого телебачення зникали мови, ми не повинні допустити, щоби з нашої спільноти зникали колеги. У нашій програмі працюють люди різних кольорів, я маю на увазі, люди різних політичних переконань, і може тому вона виходить такою, як вона є» [28].

Треба розуміти, що сучасні політичні ток-шоу є в авангарді інмутаційних процесів, що тягнуть за собою трансформацію свідомості суспільства [19, с. 85]. Роздумуючи про засади формування освіченого, національно-духовного, морально-громадянського українського суспільства і роль у цьому процесі засобів масової інформації, зокрема телебачення, лауреат Шевченківської премії Дмитро Павличко ще у 2008 р. написав, що «кожна телепередача, яку веде Савік Шустер, нагадує спеціально придуманий провокаційний сеанс розколу українського суспільства. Ведучий вдає об'єктивного, безстороннього коментатора, але насправді його незаангажованість виявляється в тому, що на передачі завжди виникає конфлікт між двома ворогуючими сторонами. На жаль, ментальність українського народу ще перебуває під тиском ідеологічних нашарувань комуністичних часів, за яких все, що українське, винищували, а все, привнесене російською історіографією, культурою і мовою, оцінювали як найновіші, «прогресивні» досягнення в розвитку українства. У цій ситуації ворогуючі сторони легко зорганізувати. *Савік Шустер приніс в українське суспільне життя під виглядом демократії розгул взаємної ненависті між людьми* (курсив наш – Р. Б.), які за інших обставин, коли засоби масової інформації дбають про об'єднавчі для нації мотиви, знаходили б порозуміння» [15].

З 6 вересня 2019 р. на телеканалі «Україна» транслюють ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера», яке також не позбавлене маніпулятивних нашарувань. Савік Шустер і у цій новій програмі нав'язує російськомовний дискурс.

«*Говорить Україна*» – ток-шоу, у якому обговорюють події, що сколихнули країну, і теми, значущі для тисяч людей. Герої програми – свідки й учасники резонансних подій. Щоби взяти участь у ток-шоу, то у людини має бути реальна історія, яка буде цікавою і актуальною для громадськості. Зрозуміти суть непростих життєвих ситуацій допомагає Олексій Суханов та експерти: лікарі, юристи, психологи і фахівці сімейних стосунків. Вони дають конкретні поради щодо розв'язання складних конфліктів. Гості ток-шоу діляться з героями програми своїм досвідом, висловлюють авторитетні думкипід час дискусії.

«*Енеїда*» – кулінарно-літературне шоу на каналі «UA: Перший», яке перевертає традиційне бачення української кухні та ознайомлює із невідомими сторінками життя українських письменників. Ведучий ток-шоу – відомий кулінарний експерт та засновник «Гастромайстерні Конфітюр» Євген Клопотенко – щотижня запрошує до себе на кухню знавців української літератури і разом з ними ознайомлює глядачів з маловідомими рецептами українських страв, які були і є улюбленою їжею наших письменників.

Гумористично-аналітичне шоу *«#@)₴?$0 з Майклом Щуром»* доводить, що іноді реальність неможливо пережартувати. Але невгамовний Майкл Щур (Роман Вінтонів, який спеціалізувався на кафедрі радіомовлення і телебачення факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка) робить неможливе і продовжує разом з командою аналітиків відшукувати непомічене у важливому і важливе у непоміченому. Ведучий шоу Майкл Щур час від часу опановує нові навички. Наприклад, навчився влучно стріляти. Відтоді у програмі стало більше цікавих інтерв'ю (хто ж відмовить людині, яка вміє добре стріляти!) і, не менш важливо, відвертішими (хто ж наважиться брехати людині, яка вміє добре стріляти?). Нові жарти, старі та нові персонажі і тонкий (а іноді не дуже) гумор – це те, на що завжди можна розраховувати під час перегляду гумористично-аналітичного шоу «#@)₴?$0 з Майклом Щуром».

P.S. А щодо назви – навіть не намагайтеся її розшифрувати, адже автори шоу й самі не знають, що вона означає.

«Стосується кожного» – ток-шоу на телеканалі «Інтер», учасники якого відверто бесідують про долі людей, ситуації, в яких проявляється ставлення людини до людини. Чесна і відверта дискусія ведучого Андрія Данилевича з безпосередніми учасниками подій та експертами змушує звертати увагу на проблеми, які стали наслідком людської байдужості. Історії, розказані у студії, спонукають замислюватися телеглядача про свою діяльність (бездіяльність), громадянську позицію, особисту відповідальність за те, що твориться у навколишньому життєвому середовищі.

«Стосується кожного» – ток-шоу про нас з вами, – каже ведучий Андрій Данилевич. – Про тих, хто їде на роботу в маршрутці, і про тих, хто їде у справах у престижному автомобілі, про тих, хто живе у спальному районі, і тих, хто живе у заміському особняку. Про бідних і багатих, про успішних і початківців, про тих, хто радіє, і тих, кому потрібна допомога. У програмі я не лише модератор дискусії. Я запитую, вислуховую, заперечую, дивуюся, перебиваю і все це з однією метою – дізнатися істину. І коли разом з фахівцями, експертами, людьми, готовими поділитися своїм досвідом зможемо підвести героя програми до вирішення проблеми або підказати йому вихід з тієї чи іншої ситуації – це буде нашою спільною перемогою».

Дуже важливо, що кожний компонент видовищної дії ток-шоу звернений до глядача і спрямований на «організацію» його уваги, вражень, сприйняття оприлюднюваної інформації [20]. Учений С. Шаумян слушно наголошує, що систему впливу, розгорнуту на глядача (не перед глядачем, не для глядача, а на глядача), складають мова (слово),

пластика (жест), предметне середовище та динамічні ефекти [20]. На жаль, у багатьох ток-шоу на телеканалах України один з визначальних компонентів системи впливу – мову – застосовують проти формування і утвердження українського національно-духовного середовища. Йдеться про спілкування російською мовою, або змішаною – російською та українською. Наприклад, у доброго фахівця Андрія Данилевича інколи прориваються вислови українською мовою, але переважає – російська. Отже, він свідомо чи підсвідомо спонукає присутніх на шоу-програмі говорити російською.

Популярне дитяче талант-шоу *«Круче всех»*, яке ведуть Андрій Данилевич та Андрій Доманський, повністю російськомовне. Зрозуміло, що з дітьми, які приїхали з Азербайджану, Кіпру, Молдови, Туреччини чи іншої країни, потрібно спілкуватися тією мовою, яку вони знають. Але з талановитими дітьми, які народилися, навчаються і виховуються в Україні, ведучі повинні говорити державною мовою, тобто літературною українською мовою і таким чином сприяти розширенню функціонування української мови, формуванню української ментальності, національної гідності.

На 5-му каналі у ток-шоу *«Полілог»* обговорювали важливі проблеми життя переміщених осіб з територій, окупованих російськими агресорами. 9 листопада 2016 р. – у День української писемності та мови – йшлося про умови проживання студентів-переселенців, які навчаються у вищих навчальних закладах Києва. Андрій Булгаров вів програму українською мовою. Але зі студентами, які розмовляли російською мовою, він також спілкувався російською. Мовляв, це вияв журналістської культури. Подумаймо, чи це насправді так? Замість того, щоби, спілкуючись українською, допомагати студентам долати мовний психологічний бар'єр, створювати морально-мотиваційні передумови для опанування молодими людьми – майбутніми українськими фахівцями-інтелігентами – державної мови, ведучий Андрій Булгаров, порушуючи 10-ту статтю Конституції України і рішення Конституційного Суду України (1999 р.), сприяє консервуванню в українців російськомовної свідомості, хибної думки, що, мовляв, без української мови в Україні можна обійтися.

Часто культивують двомовність на багатьох телеканалах. Гість у студії розмовляє державною українською мовою, а журналіст – російською, або навпаки. Журналістка Юлія Литвиненко на телеканалі «ZIK» без будь-якого психологічного перепону переходить на російську мову, мовляв, у такий спосіб співрозмовнику легше сприйняти «глибину» її думки.

Ток-шоу *«Прямий ефір»* та *«Ехо України»* (ведучі Світлана Орловська, Микола Вересень і Матвій Ганапольський) на телеканалі «Прямий» сприяють формуванню у глядачів національно-духовних, морально-громадянських почуттів і переконань. Ці програми українськомовні. Однак досить часто на «Прямому» звучить російська мова без перекладу українською. Наприклад, 10 вересня 2019 р. Матвій Ганапольський бесідував з дипломатом Дмитром Чекалкіним російською мовою, хоч у попередніх передачах вони спілкувалися українською. 6 листопада 2019 р. на «Прямому» каналі побував міністр Кабінету міністрів України Дмитро Дубілет, з яким також Матвій Ганапольський розмовляв російською мовою. На запитання телеглядача Д. Дубілет відповідав літературною українською мовою. Однак М. Ганапольський чомусь продовжував бесіду з Д. Дубілетом російською. У цікавій, змістовній програмі Тараса Березовця «Прямий контакт» журналістка Катерина Козубенко ніяк не наважувалася спілкуватися з глядачами українською мовою. Чому? Не знає, чи «принципово» не хоче. Свідомо чи підсвідомо сприяє збільшенню кількості «русскоязичного насєленія», яке, мовляв, переслідують в Україні і Путін розв'язав війну, щоби його захистити. Досить часто ведучі окремі думки висловлюють російською мовою, хоч є прекрасні відповідники українською.

Жаль констатувати, що на телевізійних і радіоканалах України порушують 10-ту статтю Конституції України, рішення Конституційного Суду України (1999 р.), Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Мабуть, чимало журналістів, ведучих, які працюють на телеканалах України, ще не усвідомлюють, що змішання української і російської мов призводить до мовної шизофренії або лінгвошизофренії. Мовознавець, викладач української мови у Колумбійському університеті та Гарварді Юрій Шевчук, не вгаває роз'яснювати, що лінгвошизофренія руйнує українську мову на усіх її рівнях. Адже люди, за законами психіки, репродукують ту мову, яку чують навколо себе. Жаль, але цього чомусь не розуміє ведучий телеканалу «Україна-24» Василь Голованов, який одну половину передачі веде українською мовою, а другу – російською. Таким чином насаджує агресивну тезу, що в Україні має бути російсько-українська двомовність. У такий спосіб він та деякі інші ведучі телевізійних- і радіопрограм сприяють насадженню в українському суспільстві російської мови, як панівної, і відсуненню на маргінес, на задвірки, до сільськогосподарських тварин української мови, щоби українці «добровільно» забували рідну мову і перетворювалися у російськомовну біологічну масу.

Агресивний російський «культурний колоніалізм» разом з глобалізацією і мультикультуралізмом несуть зі собою небезпеку нівелювання української нації. М'яко кажучи, цього, наприклад, не розуміє (а може дуже добре розуміє?!) ведуча ток-шоу *«Народ ПРОТИ»* Наталя Влащенко (чомусь спонукає називати її Наташею!). Вона запрошує на шоу-програму яскраво виражених або витончених українофобів Бойка, Бондаренко, Бужанського, Добкіна, Вілкула, Дубінського, Королевську, Лукаш, Герман, Німченка, Новінського, Червоненка, Шуфрича та інших діячів різних рангів з різних сфер, які живуть і збагачуються в Україні, але українська Україна їм чужа. Телеведучий «NewsOne» Євген Червоненко нав'язує агресивну думку, що «Україна без Росії не може жити!»

На ток-шоу «Народ ПРОТИ» Наталя Влащенко разом з його учасниками не дала належної оцінки російському інформаційно-психологічному наступу в Україні. Під гаслами боротьби проти цензури, яка ніби насувалася, захисту плюралізму думок у ЗМІ та свободи журналістської діяльності залишали поза увагою необхідність розуміння національно-громадянської відповідальності журналістів за долю України в умовах російсько-української війни. Натомість захищали українофобів Мураєва, Рабіновича та інших невгамовних «борців» за свободу слова. Прикриваючись теревенями про дотримання європейських стандартів журналістської професії, вони безугавно нав'язували думку про право на захист російської, точніше – антиукраїнської політики в Україні, які проводять Медведчук, Льовочкін, Портнов та інші. Маніпуляційні технології формату ток-шоу Наталя Влащенко запозичила з програми «Шустер live».

Заслуговують на увагу думки студента 3-го курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка Володимира Шешурака: «Коли дивишся політичне ток-шоу *«Пульс»*, яке транслюється на телеканалі «112 Україна», то здається, що перенісся у минуле, де немає російської агресії. Україна, хоч поволі, але розвивається, і найголовніша проблема – добитися зниження тарифів на комунальні послуги. На шоу «Пульс» запрошують зазвичай експертів та політиків із проросійськими поглядами для того, щоб нав'язувати глядачам думку, що все дійсно так, як і говорять «шановні гості». А під час рекламної паузи можна довідатися, якою корисною була поїздка Віктора Медведчука до Російської Федерації, де він зустрівся з прем'єром Дмитром Медведєвим і обговорив подальшу співпрацю.

Подібною тематикою наповнені ток-шоу на всіх проросійських телеканалах, яким дозволяють функціонувати в Україні. На мою думку,

телерадіоканали, де простежується антиукраїнська позиція, потрібно заборонити, тоді набагато разів зменшиться кількість «ватників» в українському суспільстві і духовна соборність в Україні зміцніє. Ток-шоу «Пульс» перед президентськими виборами (2019 р.) було лідером. Але я вважаю, що крім гнівних перепалок, суперечок, безпідставних грубощів, там нічого корисного не відбувалось. На жаль, чимало людей хоче не лише хліба, а й видовищ і вони їх отримують разом з антиукраїнською маніпулятивною пропагандою. Це версія російських «60 минут», або «Вечера с Владимиром Соловйовим». Такі ток-шоу, як «Пульс» (112 Україна), «Український формат» на телеканалі «NewsOne», не потрібні громадянам України, бо сіють між ними непорозуміння, агресивність. Політичні ток-шоу повинні примирювати людей і кликати їх до єдиної мети: щоби російський агресор забрався з України, наша держава була вільною, багатою і люди у ній жили щасливо».

Однак російські блудники, наче злющі оси, обсідають і жалять українських патріотів, які правдиво, аргументовано, викривають московську імперську, колоніальну і постколоніальну політику російщення українців і перетворення їх у так зване «русскоязичное насєленіє». Новітні «раби, подножки, грязь Москви» як писав Тарас Шевченко, роблять все для того, щоби зробити з України стійло з московським сміттям. Невгамовна «Опозиційна платформа – За життя», «Партія Шарія», чимало «Слуг народу» та інших партій і партійок відкрито і приховано виступають проти розбудови української національної держави та головного фундаменту ідентичності – української мови.

Насичений московською блекотою блогер Анатолій Шарій схвалив та підтримав звернення членів своєї партії з Донецька, Запоріжжя та інших областей до поліції із заявами відкрити кримінальної справи проти журналістів та керівників Львівського телеканалу НТН за розпалювання міжнаціональної ворожнечі. Насправді кісткою в горлі україноненависників стало популярне ток-шоу «Говорить великий Львів», яке щотижня збирає авторитетних експертів для обговорення найактуальніших і найгостріших тем в українському суспільстві. Серед гостей телевізійного проекту народні обранці, провідні політологи, економісти, громадські діячі, журналісти, лідери морально-духовних, національно-громадянських організацій. Головна редакторка телеканалу Наталія Струк справедливо наголошувала в інтерв'ю, яке опубліковане в газеті українська «Україна молода» за 4 серпня 2020 р.: «Ми любимо безкомпромісний, україномовний, патріотичний контент. Звісно, що «вата» біситься і намагається всіма способами дискредитувати нас. Це боротьба з нашою проукраїнською позицією». Для А. Шарія і подібних

йому шарійчиків усі, хто за Україну, українську мову, національну культуру, соборну, незалежну Державу, – це розпалювачі ненависті. Шарій неодноразово називав працівників телеканалу НТА «рагульйонами і галицькими полукровками», залякує свою аудиторію галичанами, мовляв, «ані готови убіжать за язик», бо тупі, примітивні селюки, а він, Шарій, – російськомовний елітарій. Нагадаємо, що «русскоязичное насєленіє», до якого належить Шарій та різні шарійчики, російськомовність – це не юридичні, а політичні категорії, що згубно прив'язує Україну до її колоніального минулого і знаком поглинання українців Росією. Саме російськомовність стала політичною підставою для Путіна розпочати війну проти України під приводом захисту «русскоязичного насєленія». Українськоцентричну спрямованість ток-шоу «Говорить великий Львів» потрібно підтримувати, захищати від різних «подножок Москви».

У вересні 2020 р. на телеканалі «ZIK» розпочали транслювати ток-шоу «Ми всі УКРАЇНЦІ». Ведучі Тетяна Терехова і Ростислав Сухачов 24 вересня претензійно, на весь голос заявили, що «це – перше ток-шоу, яке буде нас об'єднувати». Безперечно, така місія шляхетна, адже громадяни України прагнуть жити в українському, доброзичливому, гуманістичному суспільстві, де панують порозуміння, злагода, мир, висока духовність, добробут. Однак обнадійливий промінь тут же згас, бо ведучі (модератори) Сухачов і Терехова одразу вдалися до звинувачення, мовляв, націоналісти заволоділи гаслом «Слава Україні!», вивищують українськість над усім і усіма. Чому б не казати «Слава Шевченкові!», «Слова Патону!»? Ці, наповнені іронізмом, слова миттєво викликали сум'яття, застережливі запитання. Пронизала думка: хіба хтось заперечує, що такі Постаті як Шевченко, Франко, Леся Українка, Ліна Костенко, Патон, Корольов, Глушко, десятки, сотні, тисячі найвидатніших синів і дочок України варті найбільшого пошанування, уславлення, як і нинішні герої-захисники української землі від московських загарбників?!

Але шановні ведучі не захотіли хоч трішечки бути чесними перед собою, бо хіба можна знецінювати святе гасло «Слава Україні!», «Героям Слава!», улесливо маніпулювати ним, зводити його до буденності. Гасло «Слава Україні!», «Героям Слава!» окроплене кров'ю українських патріотів, воно є визначальним символом українського національного духу, як Державний Прапор України, Державний Гімн України, Державний Герб України, а також додаємо, Українська Мова. І ток-шоу «Ми всі УКРАЇНЦІ» мало би сприяти відродженню історичної правди, формуванню, утвердженню у свідомості глядачів шани і поваги до української

мови і культури, але понад 90 % його учасників виступали російською мовою. Олександр Качура, Олена Лукаш, Світлана Крюкова, Андрій Деркач, Микола Скорик, Євген Червоненко вивищували російську мову над українською. По-різному зневажливо ставилися до носіїв українськості. Ведучі програми замість того, щоби спрямовувати дискусію в україноцентричне русло, їм толерували, не мотивували глядачів об'єднуватися на засадах високої моральності, духовності, патріотизму, української соборності. «Білою вороною» серед запрошених учасників цього ток-шоу, які нігілістично ставилися до державної мови й висловлювалися лише російською, був Володимир Омелян, бо спілкувався тільки українською мовою, захищаючи національні інтереси України.

У наступному ток-шоу «Ми всі УКРАЇНЦІ» Олена Бондаренко і Олександр Лазарєв за схвального сприяння ведучих Тетяни Терехової і Ростислава Сухачова без упину критикували Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної», цькували національно свідомих українців за те, що вони захищали природне право функціонування української мови в усіх клітинах освітньої, наукової, бізнесової, інформаційної, політичної, суспільної сфер розбудови національної держави «Україна». Водночас ведучі та учасники шоу схвалювали, що повсюдно в Росії панує російська мова, у США – англійська, у Німеччині – німецька, у Франції – французька, Японії – японська... Але щоби всі діти, молодь здобували освіту в Україні українською мовою, то – зась! Їхній маніпуляції стосовно функціонування української мови в Україні не було меж. Цинізм, брехня переповнювали студію. Але ведучі Тетяна Терехова і Ростислав Сухачов на це не звертали уваги. Мабуть, «купалися» в антиукраїнськості.

Природа видовищності на телевізійних екранах поєднує інформаційно-аналітичне мовлення з розважальним. Розважальні ток-шоу організаційно і психологічно поєднують у собі певну інформацію, гумор, гру, які «спрямовані на естетичне задоволення та корисну релаксацію» [12, с. 185]. Але творцям таких шоу-програм треба пам'ятати, що під час емоційного сприйняття у свідомість глядачів навіюються, укладаються певні ідеологеми [17]. Який зміст цих ідеологем, яку енергію вони випромінюють насамперед залежить від громадянської позиції, світоглядної орієнтації, духовно-національної спрямованості творців розважальних ток-шоу. Адже, розважаючи, можна морально і національно виховувати і навпаки – розважаючи, можна засівати отруйні зерна інфантилізму, нігілізму до української мови, культури, зневажливе ставлення до Держави. У процесі опанування журналістською професією надто важливо, щоби студенти навчилися критично, гума-

ністично, патріотично мислити і діяти, а ці здібності розвиваються під час творчої діяльності, складовою якої є аналіз і оцінювання ток-шоу. До вашої уваги два студентські матеріали.

А Ви любите Україну?

Шоу під красномовною назвою «Я люблю Україну» автори називають патріотичним гумор-шоу, та все це насправді схоже на добре поставлену клоунаду… З першої ж хвилини ефіру неможливо не помітити «мегазірок» українського шоу-бізнесу Потапа та Настю Каменських, які, немов блазні, бігають по сцені та просто лізуть у кадр, привертаючи до себе увагу. Щоправда, у цьому шоу вони знаходяться по різні сторони барикади, у них власні команди, учасники яких змінюються кожної програми. Звичайно ж, команди складаються лише з гламурних завсідників київських тусовок і тих, кому ще трішки хочеться попіаритись, мовляв: «Я дійсно люблю свою країну, інакше я б сюди не прийшов (або не прийшла)!?».

Щодо назви команд, то гравці Потапа «скромно» називають себе «Жовтками», а жовтий сектор уболівальників позаду них скандує назву незалежно від того, перемагають вони, чи ні. Команда Насті не була оригінальнішою і бовкнула, що першим прийшло в голову. Тож її прихильники, одягнені у сині футболки, викрикують назву команди «Синяки!!!». У студії тим часом панує повний безлад, з яким не дуже вдало намагається впоратись ведуча Лідія Таран. І наприкінці кожного конкурсу лунає хороша пісня «Я люблю Україну, у світі єдину…», під час якої лише на мить заспокоюються усі учасники.

Телеканал «1+1», який запозичив формат програми у голландської компанії, не дуже мудрував над її переробкою та адаптацією на український лад. Традиційні синьо-жовті кольори, неадекватна аудиторія, яка сліпо підкоряється напису «оплески» на табличках, дует Потапа і Насті, обличчя яких на кожному бігборді та телеекрані. А ще, звичайно ж, великі зірки українського кіно, спорту й телебачення, які вважають себе «ерудованими патріотами», у той же час не знають відповіді на просто смішні навіть для школяра запитання. Ну, звичайно ж, з кожного правила є винятки, але цими винятками стає зазвичай старше покоління українських зірок. «Золота» молодь, очевидно, не особливо цікавиться історією та й загалом Україною.

Привертає увагу й оформлення рекламного ролика. Поросята, які літають над Україною, тримаючи в ратицях вишитий рушник, чомусь дуже нагадують не таку вже і веселу ситуацію зі свинячим грипом.

Перший ефір отримав різноманітні відгуки та коментарі від глядачів. Хтось назвав шоу «прикольним» або «кльовим», а хтось говорив про нісенітниці, якими займаються на екранах наші селебрітіз. Та, не зважаючи на це, під час першого ефіру шоу подивилось 4,8 мільйона українців, а це близько 10 % населення нашої країни. Є й такі, які дивляться його регулярно та називають його цікавим. Але я їх точно ніколи не зрозумію.

Це шоу, окрім усього жартівливого, зачіпає також таку дуже серйозну та резонансну в суспільстві тему двомовності. Адже тут беруть участь як українськомовні зірки, так і ті, які розмовляють російською. Причому кожен з них переконує всіх довкола у тому, що любить Україну. Та окрім любити, її потрібно хоча б трохи знати. А їхні виступи показують, що краще на запитання про Україну відповідають ті, хто розмовляє саме мовою калиновою.

На мою думку, набагато краще було б зробити це шоу не гумористично-розважальним, а серйозним та інтелектуальним. І щоб у ньому брали участь не зірки шоу-бізнесу, а прості українські громадяни, які дійсно знають і люблять свою Батьківщину. Хорошим і пізнавальним було таке шоу на цьому ж телеканалі під назвою «100 % Україна», без балагану та з серйозними запитаннями, і винагорода тоді була достойна – великий грошовий приз. Не те, що у «Я люблю Україну» – макогін або мішечок соняшникового насіння.

Телебачення в Україні просто рясніє подібними телепередачами, особливо у прайм-тайм. І, на жаль, такого роду проекти користуються чималою популярністю серед населення. А це ще раз свідчить про низьку культуру не тільки самого телебачення, бо воно запозичує рейтингові закордонні проекти, але і нашого глядача, який часто не фільтрує того, що йому нав'язують. З'явилось багато таких, які дивляться все підряд і дуже багато. Дуже мало таких, які взагалі не дивляться неякісних телевізійних продуктів. Чимось пояснити таку непросвітленість наших співвітчизників мені важко, та легко зрозуміти, що шоу «Я люблю Україну» лише допомагає вбити час. Насправді ж цю годину можна провести набагато корисніше. Сподіваюсь ті, хто це шоу дивиться, невдовзі зрозуміють мене.

Марія Юрків

Обійдемося без бульвару

Справді, надмірна увага частини українських журналістів до вульгарщини вже переходить усі межі. Вони тонуть у морі бульвару, брудної білизни та гидоти. Це – проблема нашого суспільства, нашого часу. Ліна Костенко у лекції студентам Києво-Могилянської академії «Гуманітарна аура нації,

або дефект головного дзеркала» заборонила говорити, що ми, тобто нація, стоїмо на колінах, мовляв, хто таке вигадав? Та й ніхто не зобов'язаний нас із колін підіймати. Тому я кажу: ми не стоїмо на колінах, ми потроху сповзаємо в прірву, а щоб туди з гуркотом не впасти, треба шукати мотузку, за яку можна вхопитися.

Саме рятівною мотузкою мала б стати для нації наша журналістика, що повинна не тільки інформувати про «сякі-такі» події, а й виховувати, культурно освічувати. Вона, може й виховує, але не в той бік, що треба. Завдання журналіста – не просто створити телевізійний чи радіоматеріал: «Нехай знають!!!», а обдумати і повідомити людям справді соціально потрібну інформацію, написати щось на кшталт: «Даша Астаф'єва стане зайчиком із «Плей-бою» може кожен, хто хоч трохи вміє писати. «...Людям голови захаращують мотлохом. З преси, радіо, телебачення сиплеться філологічно й морально нерешетована продукція. А якісь прицільно ушляхетнені поодинокі з'яви – це результат суто індивідуальних зусиль як завжди етично зорієнтованих інтелігентів». Ці слова придумала не я, а Ліна Костенко сказала у тій самій, згаданій вже, лекції в «Могилянці». Не погодитися із нею було б, мабуть, гріхом.

У біганині за голосною сенсацією журналіст, чи то дипломований, чи то ні, втрачає образ морального захисника прав людини і дуже швидко перетворюється на хиже створіння. На жаль, у всій цій метушні не вистачає часу сісти і подумати: чи потрібна та моя писанина людям, що корисного вони візьмуть із моєї статті, чи теле- і радіопередачі? А ще, цікаво, хто перемагає у цій гонитві за сенсацією? Не журналіст, це – точно. Та я би й побоялася називати журналістами тих людей, які продають душу дияволу, тільки б написати щось «гаряченьке», сенсаційне або прислужитися ворогові.

Створюючи ток-шоу чи іншу передачу, редактори обирають такі теми, які, на їхню думку, мали би зацікавити глядача. Журналісти складають рейтинги програм, але чому вони вирішують, що аудиторії буде цікавіше дізнатися про виникнення, абсолютно безглуздого, на мою думку, гурту «Пающіє труси», ніж про очевидний сьогодні занепад українськомовного шоу-бізнесу. А чи уявляли себе ці редактори на місці людини по той бік екрану, радіоприймача? Якщо б уявляли, то знали б, що не всім приємно, коли їх годують масними історіями про те, хто голубий, а хто рожевий. Таке враження, що вони не дивляться своїх передач, чи просто вважають, що «повна пазуха грудей» на півекрана – це модно?! Не знаю. Пояснити це можуть хіба що самі редактори, бо ж їхніх думок, на жаль, прочитати не можемо.

Ще донедавна я також блукала між жовтою сенсацією і здоровим глуздом, поки мене викладачі не навернули на правильний шлях. Мабуть, надивившись передач, мені теж здавалося, що людям буде цікавіше почути про шовкові трусики співачки Юлії Рай, ніж її думку про долю української пісні, культури, мови. Але після ввічливого «промивання мізків» моїм викладa-

чем я, нарешті, можливо, вперше в житті, задумалася над тим, чи потрібна ота моя писанина про труси людям? Я дійшла висновку, що треба мислити глибше, моральніше. Кому яке діло до того, в чому зараз виступає Юлія Рай? Я зрозуміла, що в житті є важливіші теми, які ще не розкриті до кінця. Саме такі теми треба для себе обирати, щоби було над чим подумати, а не просто написати: «почитали й забули». Появі таких думок я завдячую професорові Василю Лизанчукові. Саме через силу його аргументів я змінила тематику мого інтерв'ю із Юлією Рай.

Сенсаційність, бульварщина, базарність – що це? Намагання задовольнити слухача і глядача чи деградація суспільства? Я бачу для так званих «гидких» журналістів лише один вихід із замкнутого кола, вихід у них самих, у їхніх душах. Усі ми люди, в кожного з нас живе щось добре і щось зле, треба активізувати свої добрі засади. Треба зрозуміти, що справжній журналіст, талановитий, будь-що не показує по телебаченню, він навчає людей своїм мудрим словом і зображенням. Тому, якщо суспільство деградує, то радіо і телебачення покликані витягати його з прірви, а не вганяти його туди.

Думаю, журналістика – це та сфера діяльності, де найперше треба для себе усвідомити, що ти маєш дати своїй нації, який внесок зробити у її життя, а головне – нічого не просити натомість. Доктор К. Костів казав: «потрібно усвідомити потреби своєї нації». То ж збагнімо це! Чи потрібна нашим людям спотворена інформація, бульварщина?

Але як переконати ту частину сучасних журналістів, які вже «собаку з'їли» на сенсаціях, варваризації суспільства? Чи горбатого лише могила виправить? Одна надія на майбутнє покоління. А щоб воно виросло достойним, гідним України, треба виховуватись не на «публіці», як каже моя бабця (тобто аморальності, розбещеності), а на творах добродійності, духовності. Бо хто ж, як не ми, журналісти, мали би правдивою вербальною і візуальною інформацією допомагати творити українську Україну?!

Уляна Бодай

Основою духовного збагачення для українця, як для болгарина, єврея, німця, росіянина, француза, японця, є рідна мова, національна культура. На жаль, репертуар багатьох теле- і радіоканалів сприяє відчуженню українців від своєї мови, культури, духовності. Наприклад, мегапроект телевізійного каналу «СТБ» «Х-фактор», який також вважають ток-шоу, це закамуфльований спосіб формування особливої російської свідомості в українців. Безперечно, милуєшся красивими, розкутими, емоційними, талановитими, впевненими в собі молодими людьми з гарними голосами. Але ж протягом усього дійства на екрані

тотально панувала російська мова як робоча мова суддів і конкурсантів, та російська й англійська мови творів, що їх виконували. На такому фоні, зазначає Володимир Серветник, співчуття і жаль викликали потуги нашого відомого шоумена спілкуватися із суддями та учасниками українською. Дивлячись на нього, раз по раз ловиш себе на спогадах про безсмертних Тарапуньку і Штепселя. Врешті-решт, у вузькому колі на чотирьох, поза глядацьким залом чи студією наш носій українства охоче і радісно переходив на «общєпонятний», що, мабуть, не без задуму режисерів, мусило додатково підкреслювати нефункціональність і непотрібність української мови у культурному і вишуканому російськомовному товаристві. Отож, з одного боку – свобода і розкутість, а з іншого – не дай, Боже, роз'ятрити ніжні вушка членів журі та власників каналу «СТБ» українською мовою [18].

Навіть тепер, коли діє Закон Верховної Ради України щодо квотування пісні (2016 р.), Закон про встановлення мінімальної частки телевізійних передач державною мовою впродовж доби (2017 р.) і від 16 липня 2019 р. Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної», у ток-шоу на телеканалах «112 Україна», «NewsOne», «ZIK», «Наш», «Інтер», «Україна» та деяких інших, маніпулюючи перекрученою «Європейською хартією місцевих малопоширених (міноритарних) мов», московські блудники в Україні виступають проти того, щоби українська мова функціонувала в усіх клітинах державного і суспільного організму.

Проаналізувавши праці В. Бабенко, М. Житарюка, М. Караменова, В. Кулика, Е. Могилевської, Г. Почепцова, О. Холода та інших дослідників, Н. В. Островська привернула увагу до таких маніпуляційних прийомів, які найчастіше застосовують у ток-шоу: «фальшивий авторитет»; «безпідставне твердження»; «наклеювання ярликів»; «перенесення негативу»; маніпулятивне «перенесення»; постійна апеляція до авторитету – президента, вищого начальника, власної посади; демонстрація особливої обізнаності, що дає змогу понизити опонентів як дилетантів, які не знаються на предметі дискусії; прийоми фальшивої згоди та фальшивого схвалення, коли, визнаючи слушність аргументів протилежної сторони, політик використовує їх для підтвердження власної правоти; «багаторазове повторення», яке передбачає, що слухачі не будуть замислюватися над тим, чи відповідає викладена теза дійсності; технологія «роздування деталі»; «замовчування» та «опускання» незручної інформації; «перекручування слів» і «підміна понять»; «напівправда» та відверта брехня; «мультиплікативність» (подрібнення інформації з

метою отримати кумулятивне негативне чи позитивне враження); «висміювання» чиїх-небудь дій; спільне застосування наполягання на особливій складності питання, що розглядається; апеляція до «особливої поінформованості», розрахованої, зазвичай, на те, щоби споживач повірив на слово; «констатація факту», коли бажане становище подається як здійснений факт; «трансфер»: у відповідь на звинувачення – позитивний приклад діяльності в іншій сфері [14, с. 252].

На увагу також заслуговує набір маніпулятивних прийомів, що використовується в будь-якій дискусії на історичні теми: «безпідставні твердження», «надузагальнення», «апелювання до емоцій», «маніпулювання стереотипами», «демонізація опонентів», «фальшиві аналогії», навішування ярликів «свій-чужий» на історичні події та постаті. Причому найбільш активно політики застосовують названі прийоми в ті моменти дискусії, коли не вистачає раціональних аргументів [11]. Значну кількість маніпуляцій пов'язують з ведучими ток-шоу (їхній світогляд, суспільно політична позиція, морально-національні, духовно-громадянські засади діяльності), а також із проблемою добору учасників програми.

Аналізуючи соціально-комунікаційні технології, що реалізуються у ток-шоу, Володимир Кулик слушно наголосив, що у цих телепрограмах часто присутні російські політики та експерти, де вони, зазвичай, є легітимними носіями «іншого погляду», який «симетричність медійного представлення ставить на один рівень з українським. А в деяких випадках, завдяки асиметричним засобам (на зразок зв'язку телемостом зі студією, де зібралися українські учасники, чи заздалегідь записаного коментаря, що його ті учасники мусять дивитися й потім обговорювати), медійники ставлять росіян у привілейоване становище арбітрів або первинних означувачів у якійсь українсько-російській або внутрішній українській суперечці» [9, с. 294].

Отже, тематичне і змістове наповнення ток-шоу, його суспільно-політична спрямованість, морально-психологічна енергія (позитивна чи негативна, будівна чи руйнівна) залежить від ведучого, творчого колективу, який готує програму, запрошених гостей у студію. Вони (і політики, і депутати, і службовці, і журналісти, і експерти) повинні глибоко усвідомлювати, що їхня гуманістична, національно-громадянська діяльність має ґрунтуватися на органічному поєднанні української національної гідності, свободи слова і відповідальності за долю людини, родини, суспільства, держави, української мови, культури, духовності, самобутності, неповторності України.

Запитання для самоконтролю

1. Що означає ток-шоу українською мовою?
2. Схарактеризуйте основоположника ток-шоу.
3. Назвіть найпопулярніші й найтриваліші програми ток-шоу.
4. Охарактеризуйте перші ток-шоу в Україні та їхні особливості.
5. Які необхідні елементи ток-шоу?
6. Як за тематикою характеризують ток-шоу?
7. Назвіть і схарактеризуйте обов'язкові компоненти ток-шоу.
8. Які ток-шоу найпопулярніші серед глядачів?
9. Що є головною умовою успіху ток-шоу?
10. Яка позиція ведучого ток-шоу в умовах гібридної війни Російської Федерації проти України?
11. Лауреат Шевченківської премії Дмитро Павличко про ток-шоу Савіка Шустера.
12. Свобода слова на ток-шоу у телевізійних каналах України.
13. Назвіть жанрові особливості й можливості ток-шоу.
14. Порівняйте тематику ток-шоу на телеканалах України.
15. Назвіть і схарактеризуйте політичні, соціальні, культурно-просвітницькі, побутові, розважальні ток-шоу.
16. Назвіть складові методики створення ток-шоу.
17. Яка суть шкідливості українсько-російської двомовності у ток-шоу?
18. Маніпуляційні прийоми, які найчастіше застосовують у ток-шоу.
19. Від кого залежить суспільно-політична, морально-психологічна, духовно-громадянська спрямованість ток-шоу?
20. Окресліть головну мету ток-шоу в сучасних умовах захисту від російських агресорів і будівництва духовно соборної української України.

Завдання для самостійної роботи

Опрацювати рекомендовану літературу до викладеної теми. Переглянути кілька ток-шоу на різних телевізійних каналах, зіставити їх, письмово проаналізувати на предмет тематики, громадянської позиції

учасників, професійної майстерності ведучих, обговорити на практичному занятті.

Література

1. Бирбом М. Хозяин ток-шоу / М. Бирбом // Спутник-ТВ. – 2005. – № 7. – С. 11–13.
2. Вовканич С. Інформація, інтелект, нація / С. Вовканич. – Львів, 1999. – 416 с.
3. Горбулін В. Вулканічний синдром / В. Горбулін // Дзеркало тижня. – 2018. – 15 черв.
4. Довженко О. В поисках идеального ток-шоу [Электронный ресурс] / О. Довженко. – Режим доступа : http://www.mediaport.ua/articles/68542/ v_poiskah_idealnogo_tok-shou (дата перегляду – 28.10.2019)
5. Карпенко В. О. Інформаційна політика та безпека : підручник / В. О. Карпенко : Нора-Друк, 2006. – 320 с.
6. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки / В. Кулик. – К. : Часопис «Критика», 2010. – 656 с.
7. Лигачева Н. А если по гамбургскому счету? [Электронный ресурс] / Н. Лигачева // Телекритика. – 2006. – 05. – 23. – Режим доступа : http://www.telekritika.ua/nl/print/7027 (дата перегляду – 10.04.2019)
8. Майорова М. Є. Поняття політичного ток-шоу як розважального стилю / М. Є. Майорова, О. В. Чекмишев // Молодий вчений. – 2016. – №7 (34). – Липень. – С. 335–338.
9. Мащенко І. Телевізійні аномалії: мас-медійні історії в деталях / І. Мащенко. – К. : Телерадіокурєр, 2005. – 216 с.
10. Мітчук О. Ток-шоу в українському ефірі як конфліктогенне середовище / О. Мітчук // Теле- та радіожурналістика. – 2013. – Вип. 12. – С. 340–345.
11. Моніторинг політичної пропаганди та маніпулятивних технологій у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-політичних програм та політичних ток-шоу [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.telekritika.ua/media-continent/monitoring/politprogram/ (дата звернення: 03.08.2019).
12. Набокова Г. Категорії дослідження телевізійної видовищно-розважальної культури / Г. Набокова // Культура України. – 2013. – Вип. 41. – С. 182–189.
13. Островська Н. В. Характерні риси і критерії моделі суспільно-політичних ток-шоу / Н. В. Островська // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 13. – С. 282–290.
14. Островська Н. В. Характеристика різновидів соціальнокомунікаційних технологій політичних ток-шоу / Н. В. Островська // Медіатрансформації: рік другий : колект. монографія [за ред. проф. О. М. Холода]. – К. : КНУКіМ, 2015. – С. 234–261.

15. Павличко Д. Великі й малі українці / Д. Павличко // Літературна Україна. – 2008. – 10 січ.
16. Писаренко Л. М. Дискурс політичного ток-шоу як гібридний тип дискурсу / Л. М. Писаренко // Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія. – 2014.– С. 165–169.
17. Побєдоносцева І. Є. Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму: автореф. канд. мистецтвознав.: спец. 17.00.04 «Кіномистецтво. Телебачення» / І. Є. Побєдоносцева; НАН України. Ін-т мистецтвознав., фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. – К., 2005. –21с.
18. Серветник В. «Х-фактор» залишив взаємопоборювальні відчуття.../ В. Серветник //День. – 2011. – 14–15 січ.
19. Холод О. Слово як масмедійне видовище (або синергетикаfeedbek як трансформація комунікації) / О. Холод // Соціальні комунікації : результати досліджень. – 2013 : У 3 т. /за наук. ред. О. Холода. – К. : КНУКіМ, 2010–2014. – Т. 1. – 2010. – С. 75–92.
20. Шаумян С. С. Генезис зрелищной культури от истоков к зрелости (XVIII в.): Западная Європа и Россия: Дис. на соиск, учен. степ. канд. истор. наук: спец. 24.00.03 «Теория история культуры» / С. С. Шаумян. – М., 2000. – 131 с.
21. Широпаєв О. Головне, аби демократія не скасувала заразом і Україну / О. Широпаєв // День. – 2019. – 3 квіт.
22. Щербина Ю. В. Порівняльна характеристика шоу на телеканалах США та України / Ю. В. Щербина // Наукові записки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – 2013. – Т. 51. – Квітень-Червень. – С. 97.
23. Щовівторка Майдан Reload (Перезавантаження) – відкриті дискусії з гострих питань [Електронний ресурс] // Майдан. – Режим доступу : https:// maidan.org.ua/2013/03/schovivtorka-majdan-reload-perezavantazhennya-vidkryti-dyskusiji-z-hostryh-pytan/ (дата перегляду – 28.10.2019)
24. 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.
25. Clive J.The genius of Dick Cavett. [Electronic resource] / Access mode: https://slate.com/news-and-politics/2007/02/the-genius-of-dick-cavett.html (дата перегляду – 28.10.2019)
26. Gdbler B. ... und unseren tdglichen Talkgibunsheute!» Inszenierungsstrategien, redaktionelle Dramaturgien und Rolleder TV-Polit Talkshows Herausgeber [Elektronische Ressource] / Bernd Gdbler. – Frankfurt/Main : OttoBrennerStiftung, 2011. – 149 s. – Regimedes Eingangs : http://www.ottobrenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/2011_08_15_ AH68_Talkshow_web. pdf (дата перегляду – 17.07.2019).
27. Schicha Ch. «Europa» in politischen Fernsehgesprdch sendungen. Eine exemplarische Betrachtung von «Sabine Christiansen» und «Berlin Mitte» [Elektronische Ressource] / Christian Schicha. – Regimedes Eingangs : http:// schicha.projekt-wfw.de/fileadmin/schicha/Texte/Download/ talkbits.pdf (дата перегляду – 15.07.2019)
28. http://uk.wikipedia.org/wiki/Свобода_слова_(ICTV)

Розділ VIII.

Конвергенція в засобах масової інформації України

Потужний розвиток комунікаційних технологій відкриває нові освітні, наукові та інформаційні горизонти. У цьому процесі «конкурентоспроможним є і буде той фахівець, який опанував основи наук, володіє найновішими способами виготовлення, передачі та сприймання інформації, усвідомлює, що людина не сяка-така планетарна особина, планетарний громадянин, а конкретно-історична і національно-культурна індивідуальність» [6, с. 3], творець морально-духовних, світоглядно-громадянських цінностей. У такому контексті розглядаємо змістовно-технологічну еволюцію функціонування сучасних засобів масової комунікації, яку називають конвергенцією.

Уперше термін «конвергенція» вжив В. Дергам у праці «Фізіотерапія» (1713 р.) для позначення конвергенції проміння [16]. Цей термін набув поширення завдяки науковим публікаціям І. де Сола Пул і Н. Негропонте [18; 21], які вели мову про особливості розмивання меж у сфері телекомунікацій (пошта, телефон, телеграф) і масових комунікацій (преса, радіо, телебачення).

Термін «конвергенція» походить від латинського convergentio, утвореного від convergo – «сходжусь, наближаюсь», і свідчить про належність терміна до біології, етнографії, медицини, лінгвістики тощо [8, с. 435]. У медіагалузі термін «конвергенція», як зазначають автори праці «Новітні медіа та комунікаційні технології. Термінологічний словник», означає процес інтеграції інформаційних і комунікаційних технологічних платформ, а також інформаційних продуктів, які вони передають. Спираючись на поняття «наближення», «взаємопроникнення», «злиття» окреслено основну суть конвергенції: 1) злиття технологій; 2) злиття раніше роз'єднаних і віддалених один від одного традиційних ЗМІ (періодичної преси, радіомовлення і телебачення); 3) злиття ринків – створюється новий інтегрований ринок, на якому раніше конкуруючі компанії об'єднуються з метою зниження фінансових ризиків; 4) злиття власне інформаційного продукту: текст, графіка, звук, відео інтегрується в єдиний інформаційний продукт, який позначають терміном «мультимедіа»; 5) уможливлення керувати мультимедійним інформаційним потоком з єдиного центру [9, с. 31].

Досліджуючи «конвергентний континуум» [20, с. 199], вчені схарактеризували конвергенцію в медіа і конвергенцію, спричинену медіа [17, с. 1]. «Конвергенція зруйнувала географічні кордони між спільнотами, спричинила постання нових організаційних і економічних моделей у галузі інформації і комунікації, змінила відносини між адресатом і адресантом комунікаційного процесу, перетворивши співпрацю в сфері

медіа на діяльність, спрямовану на інтегроване використання медіа для збирання і поширення інформації» [12, с. 87].

На основі аналізу наукових напрацювань зарубіжних та українських учених А. С. Кавєріна виділила шість основних напрямів розвитку конвергенції: конвергенція засобів масової інформації (преси, радіо, телебачення, інтернету) на базі інтернет-платформи; конвергенція телекомунікаційних пристроїв та технологій; конвергенція медіаресурсів, яка проявляється у поєднанні офлайн та онлайн-ресурсів; конвергенція медійних професій, що пов'язана з трансформацією ролі та функцій журналіста у процесі збирання та поширення інформації; конвергенція рівнів професіоналізму, яка пов'язана зі спрощенням доступу до інформації і каналів її трансляції й появою можливості активної інформаційної участі аудиторії у процесі масової комунікації; а також конвергенція сфери послуг, яка передбачає поєднання у мережі розважальних, інформаційних, маркетингових та інших ресурсів [4, с. 9–10].

Професорка Л. Є. Василик у праці «Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми» слушно наголошує, що термін «конвергенція» треба розуміти в усій його універсальності, особливо коли процеси конвергенції нині глибоко інтегрувалися у стратегії медіакомпаній, в технологічні зміни, вдосконалення та поширення контенту на різних платформах, у професійні профілі журналістів та форми доступу до контенту. Конвергенція традиційних засобів масової комунікації є своєрідним синтезом культури виробництва і споживання інформації, зумовлених специфікою комп'ютерно-опосередкованої комунікації у мережевому соціумі. «Конвергенція стає тим комунікаційним середовищем, у якому створюється, транслюється, споживається контент, модифікується робота редакцій, з'являються нові бізнес-моделі та рекламні майданчики, видозмінюються схеми взаємодії з аудиторією» [13, с. 119–120].

Охоплюючи економічні, організаційні, технологічні, соціокультурні виміри, конвергенція інтегрує різні види інформаційного контенту з мультимедійними технологіями на базі єдиної цифрової платформи. Виходячи на вищий рівень якості контенту, медіаконвергенція створює потужні можливості для поширення інтелектуальних знань, ефективної комунікації, змістовної колективної творчості, формування у споживачів на засадах правдивої інформації національно-громадянських, морально-духовних, культурно-естетичних цінностей.

Існують різні моделі конвергенції. У дослідженні «Newsroom convergence. A transnational comparison» австрійського наукового інституту Medienhaus Wien наведено три моделі конвергенції: повна інтеграція, перехідні медіа, окремі платформи.

В інформаційно-гуманітарному просторі України медіаконвергенція має різні форми. Наприклад, на Суспільному телерадіоканалі можна почути і побачити прямоефірну програму «РадіоДень», яку готують ведучі «Українського радіо» – піаніст-імпровізатор, композитор, журналіст Роман Коляда і акторка, продюсерка Галина Бабій. Разом із запрошеними гостями-експертами розмовляють на соціально важливі і мистецькі теми. «Зараз багато вже програм транслюється і на радіо, і на телебаченні, але ми були першими. Я не вважаю, що це успіх мій, або мого колеги Романа Коляди, це успіх усіх працівників Суспільного. Успіх тих, хто завжди оперує словом, сенсом. Якщо людина має що сказати, то це сприймається не тільки через радіо, а й через телеканал»[1], – наголосила ведуча Галина Бабій і розповіла учасникам Літньої школи журналістики «Дня», що одним із найуспішніших своїх проектів вважає проект «Мистецькі історії», який здійснювали у Будинку звукозапису Українського радіо. Українське радіо як Суспільний мовник має симфонічний оркестр, хорову капелу, оркестр народних інструментів і великий дитячий хор. Ці колективи впродовж чотирьох років готували тематичні концерти у Будинку звукозапису. Галина Бабій писала сценарії і вела програми, які транслювали радіо і телебачення.

На засадах конвергентності ефективно функціонує суспільно-політичне, національно-громадське, духовно-культурологічне, морально-естетичне поле всеукраїнської газети «День». Колектив редакції успішно здійснює низку цікавих, важливих проектів, як-от Бібліотека «Дня», Літня школа журналістики, міжнародні фотоконкурси, систематичні фотовиставки, випуски глянцевого додатка «Маршрут №1», історичний веб-проект «Україна Incognita», дискусійні клуби і т. д. 14 травня 2013 стартував відеопроект «День – TV» – платформа, де журналісти та автори газети віалізують теми та ідеї «Дня». Починалося все як інтерв'ю з відомими людьми, що їх записували в редакції. Згодом ідею видозмінили і почали записувати подієві сюжети. Особливо багато матеріалів було про Майдан – Революцію Гідності Івана Любиш-Кірдея та Марії Семенченко.

Глядачі, професійні телевізійники зазначають, що відеопроект «Дня» вирізняє те, що сюжети та інтерв'ю знімають журналісти друкованого слова. «Відповідно – добір гостей, аналітичне занурення у тему – гарантовано, – зазначив Вадим Лубчак. – А ще – ми не обмежені часовими ефірними рамками» [7]. «Друкована газета знімає відеосюжет... А в результаті в редакцію звертаються центральні телеканали з проханням придбати право на показ цілих сюжетів чи їхніх фрагментів, – коментує авторка Марія Семенченко. – Так було з відео «Марія

Стус. Між двома війнами», коли наші журналісти записали розмову з сестрою Василя Стуса Марією Семенівною. З центральних каналів звернулися з проханням «поділитися контактами» онуки Миколи Лисенка – Ради Остапівни після сюжету «Бути онукою класика». Також у рамках проекту з'явилися знакові інтерв'ю з Євгеном Грицяком, Євгеном Головахою, Джамалою, Іваном Леньо та іншими видатними людьми. Кількість переглядів показали, що цей формат «живих» діалогів є цікавим і затребуваним. А оцінка професійних телевізійників – тільки підштовхує нас працювати на краще» [7].

Вадим Лубчак, Дмитро Плахта розповіли, що «День – TV» це ще й цікаві флешмоби, відеохроніки, опитування, лекції-оповіді (наприклад, про Київ Михайла Кальницького та Дмитра Малакова). А також – якісний відеосупровід проектів «Дня» – фотовиставки, нагородження лауреатів премії імені Джеймса Мейса, презентації книжкових проектів, висвітлення круглих столів. «Ми не обмежені ефірним часом чи тематичними рамками. І не плануємо конкурувати з новинним телебаченням, – наголосив Вадим Лубчак. – Просто хочемо надати читачам «Дня» альтернативне джерело цікавої інформації. Якось колишній співробітник Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Микола Гриценко сказав, що в його розумінні «Ідеальне суспільне телебачення» – це телевізійна версія «Дня». Ми до цього будемо прагнути. Залишайтеся з нами» [7].

Дуже важливо, що газета «День» крізь призму своїх соціальних і професійних ініціатив заохочує читачів, глядачів і слухачів поглиблено пізнавати українське, а вже тоді загальноєвропейське, загальнолюдське, адже основна мета, наприклад, фотоконкурсу – показати українцям невідому Україну; стратегія «Бібліотеки», дискусійного клубу, літньої школи журналістики – створити інтелектуальний український національний фундамент [5].

Конвергенція оптимізує функціонування традиційних ЗМІ, створює продуктивну взаємодію між виробниками, ретрансляторами і зацікавленими споживачами інформації – суспільної сили медіаконвергенції. «У контексті медійних реформ помітно збільшується кількість каналів трансляції інформаційної продукції, і, відповідно, формуються нові форми взаємовідносин між традиційними та мережевими засобами масової інформації» [11, с. 305]. Медіа взаємопроникають і таким чином вдосконалюють, доповнюють одне одного, що сприяє реформуванню медіапростору України, результатом якого є конвергенція ЗМІ в альянси, холдинги, корпорації, медіагрупи.

Про сучасні виклики медіаконвергенції на прикладі медіахолдингу ZIK розповіла Тетяна Вергелес – українська медіаекспертка, головна редакторка інформаційного агентства ZIK: «Інформаційне агентство ZIK (Західна інформаційна корпорація) з'явилося на українському медіаринку в липні 2004 року і було одним із перших онлайн-видань в Західній Україні; телеканал ZIK – 1 вересня 2010 року. Вже впізнаваний і популярний бренд ZIK дав добрий старт телеканалу.

На своєму шляху до конвергентності ми набили свої гулі. Підхід на початках виглядав спрощено: тележурналіст робить розслідування, його показують у телепрограмі, і цей текст той самий журналіст відписує на сайт. Ці «відписки» унаочнили проблему: те, що переконливо звучить із телеекрану, «на письмі» виглядає кострубато. Те, що в ефірі класно сприймається, бо залучені слух, зір, живі емоції, подекуди акторство, у текстах втрачає всі фарби, змазуються акценти. Більше того, засвічуються фактологічні, логічні прогалини. Стає очевидним: текст вимагає додаткового, і то серйозного, опрацювання. Бо ж недаремно на факультетах муштрують студентів щодо жанрів. Тележурналістика і «журналістика друкована» мають свою специфіку. А ще додати стресову ситуацію для журналіста: ти мусиш встигнути скрізь» [10]. *Мовиться про той ZIK, який ще не був власністю Козака-Медведчука.*

Тетяна Вергелес зазначала, що було чимало дискусій і каменів спотикання, поки прийшли до розумного підходу до отого, що називається конвергентністю: «І це стосується не лише ZIK. Пам'ятаю, мала приватну розмову із журналісткою «Радіо Свобода»: вони також пройшли крізь конвергентні випробування. Почула від неї: «Ми це вже «проїхали», переосмислили». Ключове слово – «переосмислили».

На мою думку, ZIK виробив зручну модель конвергентності телеканалу й інформагенції. Мені більше подобається взаємодія. Це таке партнерство усіх ланок, усіх структур медіахолдингу, і воно, це партнерство, є ефективним – про це свідчать, зокрема, рейтинги. Так, нас об'єднує територія сайту. Але це федеративний устрій. Новини, статті, фоторепортажі, блоги, розслідування Аналітичної групи для сайту, стріми – це зона відповідальності Інформаційного агентства. Всередині редакції ми взаємозамінні, можемо виконувати роботу одне одного – отже, конвергентні. А над продукцією телеканалу, оформленням її фрагментарно у тексти – над цим працює спеціальний контент-відділ: зокрема, з коліс відписує токінги з телепрограм. Це їхній внесок у новинну стрічку. Важливо: тексти готують не тележурналісти, а люди, які пройшли школу в газетах, в онлайн-виданнях, зорієнтовані на тексти, а не на мовлення. Очолює контент-відділ професіонал у журналістиці

Тарас Смакула. Вже не уявляю сайта без відео з проектів телеканалу. Як не уявляє його собі наш читач.

Безперечні плюси – спільні і для телеканалу, і для інформагентства – юридична, комерційна, маркетингова, піар-служби, SMM-відділ, а також господарський сектор. Це складний механізм, в якому кожна частина – важлива. Є координатор, який працює над тим, щоб ми «конвергували», взаємодіяли злагоджено, оперативно видавали результат: це заступник генерального директора Іван Гісем. Він у Києві, ми у Львові, але ми на відстані телефонного дзвінка, повідомлення у «месенджер» чи «вайбер», адже «географія» не має значення» [10].

Осмислюючи комунікативну тріаду «ЗМІ – конвергенція – реципієнт», Тетяна Вергелес дуже слушно привернула увагу до надзвичайно важливої складової сприймання інформації, яке тісно пов'язане з рівнем фаховості журналіста, його світоглядно-громадянською позицією. «Оптимізуючись, не втратити якості. Не піддаватися на сліпе калькування буцімто в когось успішної конвергентності. В онлайн-виданні, яким є ІА ZIK, справді перевага надається журналістові-універсалу. Однак стрибати по верхах – це й недолік. Разом з універсальністю мусить бути у журналіста й свій напрям, своя тематика. Ще зі своїх студентських років чула, що хороший журналіст – це талановитий дилетант. Мабуть. Але вершин у нашій професії все ж досягали журналісти, які є асами у певних темах. Мусимо все встигати: не тільки перестрибувати з новини на новини, а й сягати глибини, дивитися в корінь.

От, журналіст іде на подію (чи, як ми кажемо, «на анонс»). Подій за день буває з десяток. Треба зробити світлини з місця. Нераціонально, щоб за кожним журналістом тінню йшов фотокореспондент чи стрімер (аби зробити відео). Журналіст може сам подбати про фотофакт – в усіх смартфони, планшети. Інша річ, коли потрібне справді мистецьке фото, зроблене не поспіхом, а з урахуванням фотомистецьких нюансів… Тобто до будь-якої ідеї (мовиться про ідею конвергентності) слід підходити мудро, без фанатизму. «Не нашкодь!» – це й наш принцип. Конвергентність має свої межі» [10].

Наголошуємо, що медіаконвергенція не є стратегічною потребою, а надто важливим економічним (ринкова, регуляторна, корпоративна конвергенція) та гуманітарним (продукування найефективнішого і найпривабливішого контенту) інструментом задля найефективнішого функціонування традиційних засобів масової комунікації. Цікавим, наприклад, є конвергентний досвід ТРК «Люкс», яка спочатку складалася із «Люкс FM» та газети «Поступ». У радіоредакції готували матеріали для ефіру, а журналісти «Поступу» писали тексти для газети.

Ініціативні радіожурналісти час від часу окремі теми висвітлювали на сторінках «Поступу». Із створенням на ТРК «Люкс» телевізійного випуску «Наш репортер» ситуація змінилася. З метою оптимізації ресурсів радіожурналісти редакції «Люкс FM» готували матеріали і для радіо, і для телебачення. «Таке управлінське рішення дало журналістам навики роботи на двох комунікаційних платформах, вони стали універсальнішими, – зазначає Тарас Назарук. – У цій ситуації маємо першу модель конвергенції – «повна інтеграція» між радіостудією і телеканалом, а газета «Поступ» залишилася відокремленою платформою аж до моменту її зникнення з медіапростору Львова» [15].

До медіахолдингу ТРК «Люкс» на час написання цього тексту (25 липня 2019 р.) входять: телеканал новин «24» разом із веб-сайтом «24tv.ua», відділ львівських новин телеканалу «24» (колишній «Наш репортер»), радіостанції «Люкс FM» і «Радіо 24», інтернет-портали «Zaxid.net», «Football24.ua» та рекламне агентство «Люкс». Шеф-редактор відділу львівських новин телеканалу «24» Арсен Данилюк розповів про співпрацю львівської редакції телеканалу «24» та інформаційно-аналітичного інтернет-ресурсу «Zaxid.net»: «Конвергенція неминуча для сучасного медіапростору. Ми робимо певний контент і подавати його тільки традиційними каналами зв' язку через ефірне чи кабельне телебачення – це вчорашній день. Чим далі, тим більше людей дивляться новини в інтернет-мережі, відмовляючись від телевізора. Якщо ми не хочемо втрачати цю аудиторію, мусимо переходити на ті канали зв'язку, які обирає наша аудиторія. Крім того, це додатковий і перспективний канал зв'язку, адже формат онлайн-ЗМІ дає більше можливостей. Безумовно, конвергенція вигідна для власника ЗМІ, оскільки передбачає оптимізацію ресурсу медіахолдингу. А для самого журналіста конвергенція, передусім, означає додаткову роботу, а, отже, більшу заробітну платню. Щодня матеріали львівського відділу новин транслюють на всеукраїнському телеканалі «24». Їхні редактори мають можливість ще на рівні доефірної підготовки переглянути, хто що знімає у нашій редакції. Контакт між двома каналами підтримується щодня. По кілька разів зустрічаємося або зідзвонюємося. Як наслідок, обмінюємося матеріалами».

Телевізійні журналісти львівського відділу телеканалу «24» відповідають за підсумковий випуск регіональних вечірніх новин, який упродовж робочого тижня (з понеділка по п'ятницю) транслюють на ефірних частотах Львівської області. А «Zaxid.net» – це інформаційно-аналітичний ресурс, зорієнтований, в першу чергу, на висвітлення подій Львова та області. Арсен Данилюк пояснив: «Наша телевізійна

редакція готує вечірній підсумковий випуск новин за день. У формат цього випуску вписуються всі події Львівщини за останні 24 години. У інтернет-ЗМІ такої програмності немає – як тільки матеріал готовий, його публікують на сайті. Чим швидше, тим краще. Ми працюємо у конвергентному середовищі, тому, якщо ми запізнюватимемося з публікацією новин, то будемо програвати конкуренцію іншим ЗМІ. Для тележурналіста, який повертається зі знімання, першочерговим пріоритетом є онлайн-медіа. Спочатку він має відписатися про подію на «Zaxid.net», і тільки після цього може братися за написання сюжету для вечірнього випуску новин. Це, передусім, стосується так званих «гарячих» новин, присвячених анонсованим, неексклюзивним подіям, з яких роблять репортаж, як ми, так і наші конкуренти».

Шеф-редактор інформаційно-аналітичного інтернет – ресурсу «Zaxid.net» Олег Онисько доповнив оповідь Арсена Данилюка так: «Конвергенція дотична до різних аспектів медіабізнесу. Якщо мова про рекламу, то можна говорити про повну конвергенцію на ТРК «Люкс». Наше рекламне агентство обслуговує абсолютно всі підрозділи компанії: зокрема, всі телеканали, радіостанції, інтернет-портали. На ТРК «Люкс» єдина рекламна політика. Про повну інтеграцію можна говорити і в технічному плані, адже працює єдиний відділ, який, наприклад, відремонтує як відеокамеру телевізійникам, так і диктофон радійникам, а інтернет-журналістам налаштує мережу. А щодо суто журналістської праці, то йдеться все-таки про перехідну конвергенцію, оскільки в кожного журналіста є прив'язка до певної редакції. Телевізійники передусім вибирають події залежно від того, чи буде у них там що відзняти для сюжету. Наприклад, різноманітні демонстрації, пікети, інші надзвичайні події знімають телевізійники, а умовне засідання будівельної комісії в обласній раді дістається інтернет-журналістам, оскільки для телевізійного формату ця подія не підходить. Натомість ми знаємо, що зібрану інформацію з пікету отримаємо від телевізійників».

Аспірант кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка Дмитро Плахта розповів про один із найбільш насичених днів під час стажування у відділі львівських новин телеканалу «24»: «Розпочався робочий день із поїздки на знімання до Жовкви, де проходив перший тур «Суперліги» із настільного тенісу. Повернувшись до Львова у редакцію, підготував сюжет для випуску новин і матеріал на сайт. Далі написав БЗ (відео без закадрової начитки) «Срібло в Монако» та відповідно відписав цю новину на «Zaxid.net». Далі поїхав до спорткомплексу «Галичина» для запису коментаря головного тренера гандбольної команди «Галичанка».

Як наслідок, ще одне БЗ і новина для інтернет-порталу. І насамкінець підготував традиційну рубрику «Спорт на вихідні». Якщо підсумувати, то мій робочий день – це два знімання, заради яких довелося проїхати 70 км, і, як наслідок, 7 журналістських матеріалів, з яких 1 повноцінний телевізійний сюжет, 2 БЗ, одна графіка для рубрики та 3 матеріали для «Zaxid.net». Без сумніву, журналіст не може не бути задоволеним собою за такий продуктивний день, проте питання в тому, чи задовольняє його якість абсолютно всіх підготованих матеріалів? Радше ні, ніж так. Тому, щоби стати універсальним та взаємозамінним журналістом, потрібно цілеспрямовано підвищувати свій професійний рівень, який стане запорукою доброї якості матеріалів для всіх засобів масової інформації».

Проводячи майстер-клас під час медіафоруму, генеральний директор корпорації ТРК «Люкс», 24 каналу та «Zaxid.net» Роман Андрейко, окреслив переваги цієї комунікації в редакції. Результатом конвергентної новини є економія ресурсів; якість – через оперативність та кількаразову перевірку інформації одного журналіста багатьма редакторами; підвищена мотивація працівників через премії за конвергентні новини; кросс-промо медіа-продуктів (новина на радіо подається із супроводом анонсу репортажу на телеканалі); спрощення адміністрування медіахолдингу – через централізованість бухгалтерської частини.

В умовах конвергентної редакції важливим є визначення пріоритету. Медіахолдинг, до якого належать 24-й канал, радіо «Люкс» і «Zaxid.net», чітко визначає «Zaxid.net» як пріоритетне медіа. До прикладу, резонансну подію, що відбулася 10.08.2020 року («В Білорусі почались масові сутички протестувальників з поліцією»), того ж дня в 00 годин 47 хвилин, незадовго після оголошення результатів виборів, було висвітлено на сторінці інтернет-агенції. Днем раніше Zaxid.net дає розгорнуту інформацію про результати офіційних екзит-полів, а 7 серпня – деталізовану аналітику з прогнозом протестів у Білорусі. Щогодини агенція повідомляє про події, які розгортаються в Білорусі: «Володимир Зеленський відреагував на протести в Білорусі» (09:49), «Одного з учасників протестів у Мінську на смерть збив автозак» (10:41), «Польща закликає до позачергового саміту ЄС через ситуацію в Білорусі» (12:14), «Суперниця Лукашенка не визнала результатів виборів президента Білорусі» (13:11). Лише 11.08.2020 року, увечері про цю подію вперше повідомили у повинній програмі «Чорне і біле» на 24 каналі. Ведучий Андрій Дрозда зауважив, що дві доби тривають протести у Білорусі, і акцентував на акції підтримки, яка відбувалася поблизу консульства у Львові. Тобто агенція пріоритетним бачить критерій оперативності,

телевізійний канал – цільову аудиторію та територіальне охоплення. Тим часом радіо «Люкс» робить акцент на рекомендації міністра закордонних справ Дмитра Кулеби не їхати до Білорусі.

Якщо аналізувати форму подання подій у Білорусі, то зауважимо, що до найпростішої вдається радіо «Люкс». Медіа головно використовує інформаційне повідомлення без синхрону. Немає коментарів ані міністра закордонних справ України Дмитра Кулеби, ані звільнених з СІЗО українських журналістів Костянтина Рєуцького та Євгена Васильєва, ані львів'ян, що прийшли підтримати білорусів. Записані коментарі у новинному контенті цього радіо відсутні. У новинах подані лише цитати, що на нашу думку, є не найкращою формою коментування для радіо.

«Zaxid.net» натомість використовує усі інструменти, щоб привернути увагу читачів, спонукати їх читати новину і висловити свої уподобання в соцмережах. Окрім вдалого інформативного заголовку журналісти агенції часто використовують важливі підзаголовки. Приміром: «У Білорусі другий день тривають протести проти результатів виборів президента» – це заголовок. «Мітингувальників, які не визнають перемоги Олександра Лукашенка, на вулицях білоруській міст затримують та б'ють правоохоронці» – підзаголовок, «На концерті до Дня Незалежності використали пісні гуртів без їхньої згоди» – заголовок. «Офіс президента прокоментував ситуацію через два дні» – підзаголовок. Передати ідею та настрій тексту журналістам допомагають ілюстрації та вдалі підписи до них: «Поодинокі затримання людей переросли в масове побиття учасників протестів», «На концерті до Дня Незалежності взяли участь 17 українських виконавців». «Zaxid.net», висвітлюючи ці події, використовує інформаційні повідомлення з коментарем та репортажі з елементами аналітики.

Якщо упродовж дня інформаційна агенція та радіо можуть оновлювати інформацію, подаючи нововиявлені факти або різного роду реакції на них, то новинна програма «Чорне і біле» телевізійного каналу «24» такої можливості не має – вона виходить в ефір о 18.20 з кількома повторами, тому репортерам доводиться подавати найголовніше, зібравши все в одному репортажі. Що зрештою, і спостерігаємо у зазначених прикладах.

Телевізійний канал «24», зазвичай, використовує репортаж та інформаційні повідомлення з синхроном. Стосовно резонансних подій та головних подій дня, то журналісти знімають репортаж, активно використовуючи усі його складові: інтершум, синхрони, зрозумілі і просто написані закадрові тексти, влучні підведення, стенд апи. Така структурі робить текст динамічним, а його сприйняття легким.

Журналісти усіх трьох видань, які ми проаналізували, чітко розуміють критерії, за якими відбирають новинні приводи: цільову аудиторію, близькість теми, її вплив та героїв, новизну, наявність конфлікту та емоцій, передісторію. Щоб відповісти на ці питання, нагадаємо, треба – сформулювати суть новини та вибудувати структуру репортажу чи новинного повідомлення. Це добре демонструють журналісти радіо «Люкс». Новинний контент містить прості речення, зрозумілі для слухача слова. Новина вибудувана від головного, продовжується важливим, а найменш важливі факти радіо подає в кінці інформаційного повідомлення. За обсягом матеріал на радіо містить 7–10 речень. Часто радіо «Люкс» нехтує вимогою стандарту достовірності, і журналісти не завжди подають прізвища та посади людей, чиї коментарі цитують. Як приклад: «За словами тих, кого затримали, в переповнених ізоляторах їх били, не давали їсти й пити, а самі умови утримання виявились жахливими», «Підтримати білоруський народ вийшли жителі міста. Ввечері четверга сотні львів'ян, а також представники діаспори влаштували під Ратушею мирну акцію. Багато хто приніс зі собою червоно-білі прапори, а ще одягнув вбрання таких же ж кольорів».

З огляду на те, що в інформаційній агенції читач може повернутися на початок тексту та має можливість його перечитувати по кілька разів, журналісти у тексті чітко зазначають посади та імена людей, що коментують подію, виділяють вислови, що є передісторією. Ті коментарі, які розшифровує і подає для «Zaxid.net» журналіст телеканалу «24» , написані літературною мовою, фактично переписані та структуровані без втрати основного змісту. На телебаченні ж відредаговані та написані літературною мовою для «Zaxid.net» синхрони подані звичайною розмовною мовою. Адаптовуючи телевізійні тексти для «Zaxid.net», журналісти детально описують та називають місце події. На телебаченні глядач впізнає це місце через загальні та панорамні плани, зафіксовані телевізійною камерою. Тому журналіст не має потреби кожного разу називати, де це сталося, – з відеоряду це й так зрозуміло.

Тексти журналістів телеканалу «24» чітко зорієнтовані на відео, яке знімальна група привезла з події. «Писати під відео» – цього правила представники телевізійних каналів зобов'язані дотримуватися у своїх матеріалах. У тексті репортажу трапляються повтори того, що вже сказано у підведенні до сюжету. Припускаємо, це стається тому, що журналісти спочатку розписують синхрони, потім формують собі каркас сюжету, який уже згодом наповнюють фактами. В усіх текстах, які готують журналісти медіахолдингу, матеріали завершують або передісторією (бекграундом), або частіше – перспективою. Наприклад:

«Зараз тамтешні омонівці затримали українських журналістів Костянтина Рєуцького та Євгена Васильєва. Але можна підтримати білоруських протестувальників у Львові. Уже сьогодні, о сьомій вечора на площі Ринок проведуть акцію солідарності із сусіднім народом» – так завершило свій матеріал про протести у Білорусі радіо «Люкс». «Таке святкування – це дзеркало реальності, якій ми живемо. Це в нас серед лідерів українського YouTube переважно російськомовні виконавці, це наша молодь постійно слухає російських реперів і невідомо, як з цим далі бути». Так «24» канал узагальнює реакцію українців на святкування Дня незалежності України.

Отож, процес конвергенції та мультимедіатизації редакцій вимагає підвищення професійних компетенцій журналістів, які повинні вміти готувати матеріал будь-якого жанру так, щоб його одночасно можна було оприлюднити у друкованому виданні, теле- чи радіопрограмі, мережевому ресурсі. «Основна увага в редакційно-видавничому процесі зміщується з готового видавничого продукту на контент, який може змінюватися залежно від потреб комунікативного засобу, за допомогою якого людина цей контент отримує» [2, с. 143]. Отже, потрібно готувати таких фахівців, які здатні формувати контент у всіх його сучасних виявах та використовувати найновіші технології для поширення і доставки цього контенту споживачеві.

Відомо, що редакційний процес підготовки журналістських матеріалів кожним засобом масової інформації має свою специфіку. Конвергенція медіа призводить до зміни власне інформаційного продукту: текст, звук, відео, графіка інтегруються в єдиний інформаційний продукт. Звідси випливає «конвергенція професіоналізму» (Л. Є. Василик), на якому відбувається взаємопроникнення компетенцій та утвердження концепції універсального журналіста з навичками створення контенту для всіх можливих конвергентних форматів. Для забезпечення базових кваліфікаційних потреб медіасфери потрібно готувати таких журналістів, які здатні формувати контент у всіх його сучасних виявах і розробляти технології поширення і доставки цього контенту споживачеві.

Універсальний журналіст має фахово володіти методами збирання і фіксації інформації, найновішими видами техніки, різними формами роботи з матеріалом: здатний зробити найпростіше відео, аудіозапис, уміє фотографувати і, безперечно, уміє підготувати матеріал з однієї і тієї ж події для преси, радіо, телебачення, інтернету, врахувавши особливості функціонування кожного засобу комунікації. Адже від-

бувається «конвергенція жанрів і форм, результатом якої є поєднання різних медіа-платформ; жанри, які раніше були властиві винятково одній медіа-платформі, взаємопроникають і асимілюються з іншими» [3, с. 16–17].

Триває трансформація жанрів, що є логічною відповіддю на інновації в галузі журналістики, які постали у зв'язку з переходом на цифрові технології. Кандидат наук із соціальних комунікацій Є. С. Цимбаленко зазначає, що інтернет-версії друкованих видань набувають більшої популярності, аудиторію більше цікавить аудіо-візуальне відтворення подій [14, с. 80]. Адже зображення в органічній єдності з правдивим, інформаційно насиченим текстом розширеного повідомлення чи замітки може повністю передати сенс того, що відбулося, не обмежуючи соціальну, виховну та просвітницьку функцію медіа.

Трансформація репортажу в онлайн-журналістиці полягає в тому, що він може бути безперервним постингом коротких повідомлень з місця подій. Є чимало прикладів, як у соціальних мережах працівники мистецької галузі (і не тільки!) розповідають своїм фанатам про те, чим вони займаються, що відбувається навколо них. Таким повідомленням притаманні риси репортажу. Можна сказати, що оригінальним, динамічним, оперативним, запаморочливим було віртуальне спілкування В. О. Зеленського з виборцями в мережі «Instagram». Отже, «трансформований репортаж є синтезом трансформованих інформаційних повідомлень (зокрема твітів), традицйного звіту, традиційного репортажу з елементами аналітичних та, в окремих випадках, художньо-публіцистичних жанрів» [14, с. 81].

Інтернет-комунікації спричинилися до того, що аналітичні жанри (стаття, бесіда, коментар тощо) поступово трансформуються в інформаційні повідомлення у соціальних мережах. Безперечно, аналітичне осмислення фактів, подій, явищ в інформаційному радіо- і телеповідомленні, замітці залежить від рівня професіоналізму журналіста, його морально-громадянської, духовно-національної свідомості. Адже аудиторія, яка спілкується з багатьма мультимедійними платформами, хоче отримати не лише фактологічну інформацію, а й кваліфікований аналітичний коментар. Хоч на зміну мономедійності, притаманній традиційним ЗМІ (преса, радіо, телебачення), приходять мультимедійність, інтерактивність, багатоканальність. Читач, слухач, глядач хоче почути правдиву, інтелектуальну, змістовну оцінку суспільно-політичним, соціально важливим фактам, подіям, явищам. Покликання журналістів також сприяти формуванню нової культури сприймання інфомації –

від пасивної і споживацької – до кооперативної та інтерактивної, що є основою нового психотипу людини, здатної відповідально захищати українські національно-державницькі інтереси в умовах інформаційно-психологіної і військової агресії Російської Федерації проти України, від ворогів будь-якого штибу.

Надто звузилася сфера використання у ЗМІ художньо-публіцистичних жанрів. З появою інтернет-видань, розвитку медіаконвергенції художньо-публіцистичні жанри зазвичай трансформуються у блоги. Правда, блогери не публікують нариси про видатних людей з різних сфер української життєдіяльності, не оповідають про патріотів, які захищають духовно соборну Україну в російсько-українській війні. Не почуєш в інтернет-виданнях радіокомпозицію, радіофільм, оригінальну радіодраму (радіоп'єсу), не прочитаєш фейлетон чи інші гумористичні жанри. У блогах найчастіше можна прочитати розповідь автора про себе самого або його друзів, знайомих. Виклад таких матеріалів стислий, мова далека від художньо-публіцистичного стилю. Є. С. Цимбаленко слушно пише про те, що публікації у блогах можуть бути чимось подібним до есе з елементами інтерв'ю, репортажу, замітки, або кореспонденції. Такі матеріали мають емоційне забарвлення, у них часто переважає авторське «Я».

Доречно тут процитувати важливий вислів: «Історія вчить нас, що старі медіа ніколи не помруть. Жанри і технології зазнають змін, а медіа залишаться» [19, с. 93]. Медіаконвергенція завдяки новим технологічним можливостям суттєво змінює доступ до інформації, бо передбачає поєднання форматів – текст, аудіо, відео, графіка, світлини, анімація тощо. Конвергенція старих і нових медіа за певних позитивних передумов може забезпечувати їхнє ефективне функціонування. Адже «завдяки можливостям інноваційних цифрових технологій конвергентні ЗМІ мають змогу безперервно і оперативно оновлювати інформацію, подаючи її у мультимедійному форматі, працювати в режимі реального часу, організовувати дистанційну співпрацю інтерв'юерів та інтерв'юйованих, а також медіапрацівників між собою, залучати аудиторію до тісної співпраці» [11, с. 304].

Отже, щоби медіаконвергенція найяскравіше віддзеркалювала нові форми виробництва і розповсюдження соціально важливої інформації, сприяла пізнанню позитивного нового, інтелектуально-духовному збагаченню і продуктивному самовираженню людської і української національної гідності, журналістам потрібно цілеспрямовано, систематично і наполегливо підвищувати свій фаховий рівень, адже конвергентне середовище сучасних медіа диктує нові правила та умови роботи.

Концепції своїх матеріалів як для телебачення і радіо, так і для інтернет-ЗМІ, журналіст повинен розробляти ще перед початком знімання вибраної події чи запису на аудіоносій. Від розробленого плану дій залежатиме і етап збору інформації, і процес написання матеріалів, а, отже, й адаптації тексту для різних ЗМІ.

В умовах конвергентної редакції до обов'язків радіо- чи тележурналіста додається також написання замітки-новини для інтернет-порталу. Їдучи на знімання, він повинен збирати інформацію не тільки для телевізійного репортажу, а й для радіовипуску та інтернет-медіа.

Якщо йдеться про так звані «гарячі» новини, присвячені анонсованим, неексклюзивним подіям, то для журналіста інформаційного відділу в умовах конвергентного ньюзруму пріоритетним є написання новини для онлайн-медіа. У конвергентному середовищі, якщо інтернет-видання запізнюватиметься з публікацією новин, то програватиме конкуренцію іншим ЗМІ.

Недолік конвергенції ЗМІ та універсалізації журналістської професії полягає в надмірній спрощеності матеріалів, які журналіст через брак часу може зробити не зовсім доброякісним. Тому журналістові слід постійно відшліфовувати свій професіоналізм, щоби нівелювати цей недолік і створювати цікавий, змістовний матеріал.

Під час адаптації тексту матеріалів журналістові треба враховувати специфіку підготовки телевізійного чи радіорепортажу та особливості написання матеріалу для онлайн-медіа, які досить суттєво відрізняються. Специфіка радійного чи телевізійного тексту полягає у тому, що людина його сприймає на слух, а особливості тексту замітки у інтернет-ЗМІ в тому, що людина його сприймає, читаючи. Якщо, наприклад, на телебаченні журналіст має змогу показати подію, то в тексті мусить її описати. Звідси ключові відмінності, які полягають у різних підходах до формування заголовку матеріалу; стилістики текстів; опрацювання фактажу (цифри, імена, власні назви, абревіатури і т. д.); а також відмінних підходах до підбирання важливих цитат.

Універсалізація журналістської професії спонукає журналіста добре орієнтуватися у специфіці роботи усіх типів ЗМІ. Передусім йдеться про нові інтернет-медіа, які з часом тільки вдосконалюватимуться та ставатимуть популярнішими внаслідок процесу диджиталізації. Журналістові варто не забувати, що завдяки конвергенції на ринку праці попит зростає на чесного журналіста-універсала, творчість якого ґрунтується на засадах правдивості, компетентності, національно-громадянській позиції. Універсальний журналіст в умовах роботи конвергентної редак-

ції має мислити мультимедійними категоріями та відповідно до цього будувати свою професійну діяльність на всіх етапах роботи. Журналістам варто пам'ятати, що вони працюють не у традиційному виді ЗМІ й адаптовуватися до роботи в конвергентній редакції. Інтернет-мережу журналісти повинні сприймати не як користувачі, а як професіонали.

Запитання для самоконтролю

1. Що означає термін «конвергенція»?
2. Хто вперше вжив термін «конвергенція»?
3. Коли набув поширення термін «конвергенція»?
4. Окресліть суть поняття «конвергенція»?
5. Назвіть шість основних напрямів розвитку конвергенції.
6. Які три моделі конвергенції ви знаєте?
7. Що найважливіше в комунікативній тріаді «ЗМІ–конвергенція–реципієнт»?
8. Чому для медіапростору конвергенція неминуча?
9. Які нові правила та умови роботи диктує конвергентне середовище?
10. У чому полягає зміст конвергенції традиційних засобів масової інформації?
11. Яка мета конвергенції у засобах масової інформації?
12. Схарактеризуйте моделі конвергенції.
13. Перелічіть особливості газетного відеопроекту «День - ТУ».
14. Чому конвергенція оптимізує функціонування традиційних ЗМІ?
15. Окресліть сучасні виклики медіаконвергенції.
16. Схарактеризуйте конвергентний досвід ТРК «Люкс».
17. Якими професійним компетенціями має володіти журналіст, працюючи у конвергентному ЗМІ?
18. Окресліть концепцію універсального журналіста.
19. У чому полягає конвергенція жанрів?
20. Чому медіаконвергенція суттєво змінює доступ до інформації?
21. Назвіть недоліки конвергенції та універсалізації журналістської професії.

Завдання для самостійної роботи

Студенти опрацьовують рекомендовану літературу до цієї теми. З однієї події створюють матеріал для радіо, телебачення, інтернет-видання та газети. На занятті ці матеріали обговорюють, окреслюють особливості підготовки до кожного виду ЗМІ, оцінюють змістовно-виражальну якість.

Література

1. Воробйова Є. С. «Успішність – це твоя інтеграція в «сьогодні»/ Є. Воробйова // День. – 2019. – 19–20 лип.
2. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ / М. І. Женченко // Наукові записки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – 2012. Т. 49. – Жовтень–Грудень.
3. Журналистика и конвергенция : почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – 200 с.
4. Кавєріна А. С. Довіра до конвергентних медіа в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціологічних наук : спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» / А. С. Кавєріна. – Харків, 2017. – 20 с.
5. Лавриш Ю. Кілька способів перетворити редакцію газети на конвергентне медіа, або як розширювати простір для української ідеї / Ю. Лавриш // День. – 2012. – 30 лист.
6. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
7. Лубчак В. Конвергентність як правило / В. Лубчак // День. – 2016. – 13–14 трав.
8. Мельничук О. Словник іншомовних слів. – К. : Українська Радянська Енциклопедія, 1985. – 966 с.
9. Новітні медіа та комунікаційні технології. Термінологічний словник (За ред. В. Е. Шевченко). – К. : Паливода А. В., 2012. – 412 с.
10. Плахта Д. Тетяна Вергелес про конвергенцію в медіа: «Не нашкодь!» – це й наш принцип» / Д. Плахта // День. – 2018, – 16 листоп.
11. Самуляк О. Медіаконвергенція та форми її реалізації / О. Самуляк // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 13. – С. 303–308.

12. Сарміна Г. Л. Медіаконвергенція як чинник формування крос-медіа / Г. Л. Сарміна // Наукові записки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – 2017. – Т. 1 (66). – Січень–Березень. – С. 86–92.
13. Цимбаленко Є. С. Трансформація видів журналістики: онлайнова журналістика / Є. С. Цимбаленко // Наукові записки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – 2013. – Т. 52. Липень–Вересень. – С. 117–121.
14. Цимбаленко Є. С. Трансформація журналістських жанрів (на прикладі інтернет-медіа) / Є. С. Цимбаленко, К. Соколова // Інформаційне суспільство. – 2013. – Вип. 17. – С. 80–83.
15. Derham W. (1713), Physio-theology, Or, A Demonstration oft the Being and Attributes of God from His Works of Creation – Being the Substance of Sixteen Sermons Preaches in St. Mary-le-Bow Church, London, at the Honorable Mr. Boyle`s Lectures, in the Years 1711, and 1712 : with Large Notes, and Many Curious Observations. [Electronic resource] / Access mode: https://books.google.co.uk/books?id=6Tm2CZLTl0wC&printsec= frontcover &hl=ru#v=onepage&q&f=false
16. Fьssel Stephan (2012), Medienkonvergenz – Transdisziplindr. Band 1. Berlin, de Gruyter. – 193 s.
17. https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/pryvyd-khodyt-po-redaktsiyakh-pryvyd-konverhentsiyi.html
18. Ithel de Sola Pool (1983), Technologies of Freedom, Harvard University Press, – 299 p.
19. Jenkins H. (2001), Convergence? I Diverge. Technology Review. – P. 93.
20. Kolodzy J., Grant August E., DeMars Tony R., Wilkinson Jeffrey S. (2014), The Convergence Years // Journalism&Mass Communication Educator. Vol. 69 (2). – P. 197–205.
21. Negroponte, N. (2015), Being Digital, Knopf Doubleday Publishing Group, New York. – 272 p.

Розділ IX.

Новинний контент: можливості та виклики часу

Телебачення і радіомовлення в Україні втрачає свої лідерські позиції серед медіа, водночас кількість користувачів соціальних мереж та інтернету загалом збільшується. Зараз тривають дискусії – що таке медіа? Як інформаційний посередник між людиною та реальністю медіа бувають персональні і редакційні [20, с. 24], – таку контраверсійну гіпотезу висловлює український дипломат і комунікатор Дмитро Кулеба. І наголошує: «Якщо над тобою немає редакції, вповноваженої корегувати твій матеріал, значить ти сам собі медіа. У найзагальнішому сенсі персональним медіа є кожен користувач соцмережі або свого каналу на ютубі. Найвпливовіших із них називають блогерами. Радіо, газета, телеканал, онлайн-видання – класичні приклади редакційних медіа.» [20, с. 24]. Тому відповідальність за поширення контенту – не лише на редакторах, але й на його авторові.

Опитуванння показало, що 68 % респондентів використовують соціальні мережі для отримання новин – зростання у 2018 році було 53 %, а популярність та охоплення аудиторії телеканалами знизилися до 66 % в порівнянні з 77 % 2018 року [29]. **Такі результати щорічного опитування**, яке було виконано соціологічною компанією InMind на замовлення міжнародної неприбуткової організації Internews, що реалізує «Медійну програму в Україні» за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). У червні-липні 2019 року представники InMind опитали 4056 респондентів. Похибка вибірки не перевищує 2,5 %.

Традиційні ЗМІ втрачають базову цінність – довіру. Українці стали набагато менше довіряти медіа – це дослідження показує, що довіра до всіх ЗМІ впала в середньому на 11 % в порівнянні з 2018 р. Довіра коливається між 19 % до загальнонаціональної преси, 22 % до місцевого радіо та 49 % до загальнонаціональних телеканалів. Тим часом загальнонаціональному інтернет-медіа довіряють 51 % респондентів – найбільший показник 2019 року [29].

За останні роки, окрім великої ротації новинних випусків, на телебаченні спостерігаються характерні тенденції до зростання політичних ток-шоу. Оскільки фактично увесь український телеринок поділений між впливовими українськими бізнес-групами, близькими до політики, то відповідно зростає політичний та бізнесовий тиск на медіа. Ситуація стає загрозливою ще й через те, що у тих бізнес-групах усе частіше впливові місця займають люди, які не мають українськоцентричної позиції і відстоюють інтереси агресора.

Політичні та економічні кризи, які переживає Україна у час російсько-української війни, на нашу думку, лише сприяють комерціалізації та політизації українського медіаландшафту загалом, і телебачення, і радіо зокрема. Такий стан речей відштовхує потенційного глядача і слухача, оскільки йому не пропонують того контенту, який він може знайти в інтернеті та соціальних мережах. Увиразнюють ситуацію так звані нішеві телевізійні канали, які пропонують розвитково-просвітницьку інформацію. Таких каналів не так багато, як в Європі, і вони не завжди пропонують якісний, інтелектуально багатий вдумливий контент, але такі канали є. В умовах жорсткої конкуренції за споживача на медіаринку добрих успіхів могли б досягти регіональні теле- і радіоканали. Адже вони мають якнайшвидший і якнайближчий доступ до тих подій, які стосуються їхнього глядача і слухача. Однак зниження якості соціальної та політичної журналістики позначилося і на локальних медіа: немає попиту на аналітичні проекти, а регіональний медіаринок, як і загальноукраїнський, також чітко розподілений між основними бізнес-групами. І ці бізнес-групи, конкуруючи між собою в політиці за вплив, проектують цей вплив і на медіаринок, що суттєво послаблює його якість. Зниження якості медійного продукту спонукає глядача і слухача «тікати» на інтернет-платформи та в соціальні мережі, які створюють більше можливостей, щоби користувачі могли бути творцями контенту.

Visual Capitalist візуалізував дані дослідження Sensor Tower, у рамках якого, серед іншого, назвали 20 найчастіше завантажених додатків 2019 року. Про це повідомляє Ain.ua. Лідером за кількістю завантажень серед додатків став WhatsApp з майже 900 млн завантажень. На другому місці з незначним відривом опинилася соцмережа TikTok, заснована тільки в 2017 році китайською компанією. Замикає топ-3 додаток Facebook Messenger [43].

Додатки перетворилися у найбільшу споживчу екосистему на планеті. Прогнозують – до 2021 року загальносвітовий прибуток від додатків досягне $ 6,3 трильйона.

Відповідно розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дає можливість миттєвого доступу значної кількості людей до бази даних та до інформації, право на яку ще кілька десятків років тому мали журналісти. Інтернет-мережа дозволяє кожному громадянину з відносно мінімальними витратами звернутися до необмеженої за своїм складом аудиторії та висловити свою думку з того чи іншого питання [47].

Зростання популярності цифрових медіа на противагу традиційним ЗМІ (преса, радіо, телебачення) є світовою тенденцією. Це підтверджу-

ють дані традиційного дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа», яке було виконано соціологічною компанією InMind на замовлення Internews, що реалізує «Медійну програму в Україні» за фінансової підтримки Агенства США з міжнародного розвитку (USAID). У липні-серпні 2020 р. представники опитали 4000 респондентів у 12 областях України. Похибка вибірки не перевищує 2,5 %.

За результатами дослідження 62 % респондентів дізнаються про події в Україні та світі на соціальних медіаплатформах. Телевізійні новини дивляться лише 52 %. Слухають випуски новин на радіо 13 % респондентів, а читають пресу заради новин лише 8 % громадян. За період – з 2016 по 2020 рік включно на 33 % менше глядачів дивляться телебачення заради новин. Радіоаудиторія, яка слухала інформаційні передачі, скоротилася на 22 %. Головною соціальною платформою України у 2020 р. був Facebook. Непоганий рейтинг мали YouTube і Telegram. Експерт Наталя Іщенко зазначила, що інформаційне перевантаження при одночасному дефіциті «хороших» новин створюють «новий тип» людини, яка «втомилася від новин».

Отже, у таких умовах перед телевізійною і радіожурналістикою та й суспільством загалом постають проблеми, спровоковані необмеженим доступом до інформації та можливістю її інтерпретувати на свій лад: небезпека посилення тенденцій до поляризації та фрагментації суспільства, використання можливостей контролювати громадян; нова дискримінація, заснована на обмежені доступу до комп'ютерних мереж; свобода слова і зборів у віртуальному просторі; можливість брати участь в економічній діяльності з використанням комп'ютерних мереж як засобу виробництва; право на охорону приватного життя; право споживачів на захист від неправдивої інформації [18]. Очевидно, що Інтернет забезпечує нечуваний раніше доступ до інформації та розширює можливості комунікації. І водночас нав'язує структурні обмеження.

Унаслідок цього у людей з'являється відчуття, що в Facebook усі говорять на одну й ту ж тему. Або ж, що у стрічці постійно повторюються речі, про які ми вже читали. Так відбувається, оскільки крім алгоритму соціальної мережі нашу стрічку формує вірусний редактор [28, с.100]. Концепцію «вірусного редактора» у 2011 році запропонував російський дослідник і теоретик медіа Андрій Мірошниченко [41]. Він називає це штучним інтелектом, визначальними чіпами, в якому є самі інтернет-користувачі. Чим частіше певну новину читають, коментують і, головне, поширюють у мережі, тим більша ймовірність, що ми її теж прочитаємо. На думку А. Мірошниченка, випадкові або ж кардинально

протилежні позиції відсіюються вірусним редактором на користь найпопулярніших суджень. Повторюється те, що найпоширеніше серед друзів і знайомих. Досить багато журналістів не витримує конкуренції. Бо вірусний редактор доносить до користувача новини швидше, ніж журналісти, які самі дедалі частіше дізнаються про найважливіші події від вірусного редактора соцмереж.

Однак персоналізація алгоритмів, попри постійне оновлення, не є досконалою та може штучно створювати протилежний ефект і усувати з інформаційного поля цікаву для нас інформацію. Також електронна комунікація не має нічого спільного з відкритою комунікацією face to face «обличчям до обличчя». Аргументація вимагає перевірки та осмислення, а на це немає часу. Перевага швидкості таким чином обертається на недолік. Питання, відповіді, коментарі йдуть синхронно, тож не залишається часу для формування власної думки. Інтернет не тільки змінює існуючі кордони, а й створює нові. Його користувачі фрагментуються інакше, ніж у суспільстві. Інтернет розщеплює громадськість на велику кількість груп за інтересами.

Інформатизація суспільства, коли за привабливість борються іміджі, а не погляди і реальні справи, веде до популізму. А сучасний ритм життя і швидкість його представлення в медіа роблять немодними серйозні обговорення перспектив розвитку та аналіз успіхів і невдач.

На телевізійному екрані сучасний глядач бачить сцени агресії в середньому кожні 16 хвилин, а в період з 19 год до 23 год (прайм-тайм), коли перед екраном збирається найбільша глядацька аудиторія, цей умовний інтервал скорочується до 12 хвилин.

Соціальні мережі реагують найшвидше на негативні резонансні теми, натомість – глибинний аналіз навіть цих тем залишається поза інформаційним простором. Емоції будь-яких користувачів соціальної мережі, незалежно від професії, статусу та демографічних характеристик, поступово змінюються з позитивних на негативні. Соціальна мережа – своєрідний наркотик, що підживлює в користувачеві нарцисизм, і маніпулятори можуть цим користатись. «*Логіка соціальних медій – затягнути у стан, де ти намагаєшся привернути до себе увагу, отримати інформаційне задоволення й поширення. Але цій системі байдуже, чи маєш ти рацію. Щоб отримати увагу, ти маєш бути скандальним*», – пояснює в інтерв'ю британський дослідник Пітер Померанцев. І це – готовий алгоритм поведінки для політиків [27].

Від негативізму, поверховості та популізму не рятують навіть популярні зараз політичні ток-шоу, які після випусків новин претендують на звання «візитівки» каналів. У суспільстві знижується довіра і до

такого контенту. Насамперед через «втому від сварок політиків», через брак конструктивних думок і через розуміння приналежності того чи іншого телеканалу до певної політичної чи бізнес-групи. Розважальний контент, який ще кілька років тому претендував на першість, не є зараз настільки популярний як політичні ток-шоу[1].

І хоча в Україні досі не врегульоване питання правового статусу ЗМІ в інтернеті, аудиторія інтернету в Україні динамічно зростає. Люди шукають альтернативне джерело інформації. За роки, відколи в Україні з'явився інтернет, багато українців стали користувачами однієї, а то й двох соціальних мереж, дописувачами та авторами статей довідкових сайтів. «Українська Wikipedia за 16 років існування посідає друге місце у світі за показником наповнення ресурсу статтями в перерахунку на одну людину, яка була долучена до редагування чи написання текстів, і на 12 місці у світі за якістю текстів», – стверджує Юрій Пероганич, засновник ГО «Вікімедіа-Україна» [44]. Динамічно розвинувся ринок мобільних додатків (mobile applications), більшість сайтів мають свої версії, створені під мобільні платформи.

Сучасний технологічний прогрес розмиває межі того, що ми звикли називати та розуміти як медіа. Прибуток медійні індустрії обґрунтовують і формують на прагненні аудиторії бути поінформованою та розважатись. З'явилися доступні платформи, де кожен може бути творцем новин. Збільшується кількість комп'ютерів та смартфонів, вікова аудиторія Інтернету розширюється. Якщо раніше ядро цієї аудиторії сягало 50-ти років, то зараз вона сягає за межі 65 +.

Кількість кліків та миттєве охоплення аудиторії стали головними показниками, на які зважають. Натомість – і досі бракує якісного контенту. І проблема, яку десятиліттями не вирішують, є на сьогодні актуальною.

Телевізійні і радіоканали втрачають глядачів і слухачів: молода аудиторія має альтернативу, старша за інерцією ще дивиться телевізор чи слухає радіо, але формувати ядро рейтингу лише з цієї аудиторії і не нарощувати його – це втрачати перспективу для телебачення і радіомовлення. Тому у ситуації, коли потенційні глядачі і слухачі шукають альтернативу, канали мусять її шукати разом з ними – послуговуватись новими платформами та каналами комунікації, змінювати форми подачі матеріалу, робити їх зручними для сприйняття та дбати про якісний контент. Доброякісний – означає те, чим цікавиться глядач і слухач, що може бути для нього корисним та захоплюючим; інформація, яка

[1] Детально про політичні ток-шоу мовиться у VII-му розділі.

стосується його безпеки та розвитку, можливості розважатись та глибше пізнавати нове і важливе у життєвому середовищі. Цю психологічну ситуацію мусить враховувати традиційне телебачення і радіомовлення. Адже розробники та власники платформ працюють над тим, аби екосистема добирала ту інформацію, яка може зацікавити глядача і слухача, базуючись на даних, зібраних про реципієнта. Штучний інтелект пристосовуватиметься до нашої ідентичності, вивчатиме наші емоції і пропонуватиме глядачеві саме ту інформацію, яка буде йому необхідна.

На думку професора Лондонської школи економіки Чарлі Бекета, у сучасному світі ЗМІ стикаються з трьома викликами: це економічний – конкуренція стала набагато жорсткішою, новини стрімкішими і доступнішими цільовій аудиторії; це – технології. Уже зрозуміло, що візуалізація даних привертає набагато більше уваги, ніж просто перелік фактів (чим далі, тим більше новини розповсюджують через соціальні мережі, і стає важливим змусити аудиторію розширити контент); це – виклик, пов'язаний з людською психологією (люди реагують на емоції, а не на факт). Як наслідок, ЗМІ можуть потрапити в пастку «сферичного фільтру у вакуумі». Аудиторія буде реагувати тільки на емоційні подразники, які її задовільняють [49]. ЗМІ переживатиме неминуче зменшення аудиторії, яка розподілиться за своїми нішами відповідно до переконань, – і цей феномен простежується у соцмережах. Виходом із цієї ситуації можуть стати візуальні наративи, тобто ілюстрування кожної новини тим чи іншим чином [8, с. 20].

Втрата цікавості до телебачення в класичному його розумінні наростає, як і наростає цілком реальна загроза створення наративу в соціальних мережах, який може бути шкідливим. Все частіше з цього приводу висловлюються не лише журналістикознавці. Про це у своїй книзі «Війна лайків» зазначають відомі дослідники інтернету Пітер Сінгер та Емерсон Брукінг. «Інженери, що розробляють соцмережі, умисно проектують платформи так, щоб викликати звикання. Коли користувач публікує якесь повідомлення, що приветає увагу інших, мозок викидає дрібні порції дофаміну і людина потрапляє у пастку лайків, ретвітів та поширень» [37, с. 10]. Автори цієї книжки пропонують термін «економіка уваги» і доводять, що у нинішньому світі відео та зображення швидші, ніж правда. Адже інтернет, який створив цілу екосистему, тепер бореться за увагу читачів. «Соціальні мережі фактично унеможливлюють зберігання будь-яких таємниць. Позаяк вірусність часом переважає над правдою, можна видозмінювати відоме. Ось чому силою на цьому полі битви – не фізична потуга чи високотехнічне устаткування, а привертання уваги» [37, с. 31].

Розробники платформ соціальних мереж не можуть коригувати таким обсягом контенту, в чому вони неодноразово зізнавалися; і жорстко коригувати цей контент не в їхніх інтересах, адже вони кількісно втрачатимуть аудиторію. А це відіб'ється на прибутках.

Як бути телевізійним і радіоредакціям, коли споживач має стільки інформаційних альтернатив та багато втоми від великого обсягу інформації? До того ж медійний та інформаційний світ дуже швидко змінюється. Тепер недостатньо лише називати та перераховувати факти, глядач чекає на їхнє тлумачення, пояснення та розуміння контексту: чому так сталося, хто у цьому зацікавлений чи не зацікавлений, як це вплине на його розвиток як мешканця та громадянина; як, зважаючи на цей факт, завтра зміниться його село, місто чи країна. Очевидно, йдеться про те, що суб'єктивності в таких інформаційних продуктах буде більше. Тоді постає дискусійне питання, і воно виникає в журналістикознавстві не вперше. Адже підбір фактів, коментарів та тих, хто виголошує ці коментарі, і раніше були на совісті суб'єкта (репортера чи редактора). Еволюція написання новин неминуча. Журналістам варто розвивати такі навички, які алгоритми не зможуть виконувати: поглиблений аналіз, опитування та звітність про розслідування.

«Чи в онлайнову епоху ще потрібні методи пошуку і збору інформації, адже все можна знайти в Інтернеті?, – запитує Міхаель Халер, професор журналістики в Лейпцігському університеті. – Це повторюване запитання оминає саму проблему, оскільки журналісти не шукають і не збирають інформацію, а просто клацають на безліч лінків, то Інтернет видає передусім інформаційне сміття. І потім воно, у вигляді новин, поширюється по медіа. Звинувачувати тут треба не Інтернет, а журналістів, які забули, як правильно слід ставити запитання. Насправді пошук і збір інформації означає ніщо інше, як вміло запитувати. Тому шукати і збирати інформацію по-справжньому означає ставити слушні запитання у слушний момент потрібним людям, аби отримати слушні відповіді» [25, с. 13].

Професор Андреас Ґреф зазначає: журналісти вважають, що пишуть краще за роботів, проте далі оцінюють свою роботу лише категоріями оперативності, об'єктивності та спроможності спрощувати. Саме тими, де люди поступаються машинам. А. Ґреф сумнівається, що програми зможуть колись писати складні, насичені емоціями та підтекстом матеріали. У своєму «Путівнику по автоматизованій журналістиці» він радить журналістам розвивати навички, які допоможуть їм краще аналізувати, розслідувати та проводити інтерв'ю. Це те, до чого алгоритмам ще рости й рости [53].

Людський інтелект має унікальну здатність сумніватися та критично мислити. Робот не сумнівається, а якщо й сумнівається, то лише в межах закладеного алгоритму. На медіаринку є компанії, які забезпечують автоматизоване створення контенту для журналістської продукції в різних країнах, хоча вони не вважають себе журналістськими організаціями. Приміром, німецькі Retresco чи Textomatic, американський Narrative Science; французький Syllabs; Labsense, китайський Tencent, чи російський Яндекс. Віддавна за таким принципом формується інформація про прогноз погоди та коливання на фінансовому ринку.

Важко не погодитися з науковцем Грефом, який описує потенціал і переваги так званої автоматизованої журналістики. Це насамперед збільшення швидкості та масштабу висвітлення новин за умов автоматизації таких процесів, як збирання та аналіз даних, а також написання та публікація новин. «Прихильники також стверджують, що автоматизована журналістика може потенційно підвищити точність та об'єктивність висвітлення новин, адже алгоритми запрограмовані без упереджень. Нарешті, майбутнє автоматизованої журналістики потенційно дозволить створювати новини на вимогу та писати історії, орієнтовані на потреби індивідуального читача» [53].

Журналісти змушені змиритися з думкою, що компанії по всьому світу шукають програмні рішення для автоматизації новинного процесу. Написана програма генеруватиме новини швидше, розповсюджуватиме їх масштабніше, використовуватиме одні і ті ж дані для різних історій, моделюючи їх під потреби споживача. І в цьому її суттєва перевага в умовах, коли інформаційні потоки великі, а реципієнт має бажання якнайшвидше дізнатися про те, що зараз відбувається. На швидкі новини, що їх генеруватиме комп'ютерна програма на основі введених даних та персоніфікації потреб глядача чи слухача, не впливатиме власник медіа чи редактор. Відповідно формування індивідуальної і громадської думки відбуватиметься безвідносно до політичної приналежності чи симпатії того, хто ці новини створює. Проте мова програмування має свої особливості та обмеження. Алгоритми не наділені здатністю ставити доречні запитання, пояснювати нові явища чи з'ясовувати причинно-наслідкові зв'язки. Навіть, ґрунтуючись на заданих даних та строго обумовлених правилах, програма може видати помилку, якщо її не врахували на первинному етапі. І швидкість подання таких новин спонукатиме тих, хто їх отримує, шукати змісту: а що б мало означати те, про що зараз пишуть. Журналіст порівняно з написаною програмою таки матиме перевагу завдяки вмінню зіставляти, осмислювати та сумніватися.

Сьогодні настільки багато контенту, що редакція мусить дбати про правдиву інформаційну наповненість новини, продуктивно думати: а що такого ми можемо запропонувати вибагливому (а він стає вибагливим через великий вибір в інтернет-мережі) глядачеві, чого він не знайшов в інтернеті, або якщо й знайшов, то потребує додаткової інформації з поясненнями, аналогіями та прогнозами.

Соціальні мережі швидше просувають контент, який поляризує суспільство, розпалює поодинокі суперечки – ворожнечу між користувачами. Це зауважують не лише дослідники контенту соціальних мереж. Колишня виконувачка обов'язків міністра охорони здоров'я України Уляна Супрун на своїй сторінці у facebook зазначила, що «поляризуючий контент – це така собі бізнес-модель, у рамках якої шкідливі та небезпечні висловлювання мають право на життя лише тому, що вони приносять facebook гроші. Прикриваючись «свободою слова» та «інформаційною політикою» facebook толерує меседжі, які можуть завдати серйозної шкоди не лише віртуально, а й в реальному житті. Це дуже небезпечно. І тут не йдеться про заборону висловлювати свою точку зору. Поза увагою платформи залишаються теми і дописи, які штучно створюють маніпулятивний та поляризуючий дискурс з метою сформувати хибну думку, розкрутити фейки і зрештою роз'єднати суспільство» [40].

Окрім вміння аналізувати, роз'яснювати, прогнозувати телевізійники і радійники мусять навчитися вміти створювати інтелектуально емоційний новинний контент. Адже світом рухають емоції та ідеї, – відомий рецепт для розвитку. Що натомість мала б розуміти і знати аудиторія? Масштабна світова інформатизація, швидкий обмін інформацією, креативні способи та маніпулятивні цілі подання інформаційного контенту можуть мати подвійний результат. Або аудиторія цільово використовує інформацію для освіти та власної безпеки, для адаптації у соціумі, або ж стає жертвою маніпуляцій і не може скептично сприймати дійсності. І для аудиторії вкрай важливо нині, коли межі редакцій та редакційного нагляду розмиваються, бути медіа-грамотною.

Люди відмовляються від новинної стрічки і виданню пророкують неминучу «смерть», тоді йому залишається паралельно створювати нові, мультиплатформні медіа, робити різнопланових оригінальний контент для фейсбука, ютуба та телеграма. Навчитися використовувати яскраві мовностилістичні засоби (машині це не під силу), писати тексти в різних форматах (новини, аналітика, нариси), проводити бліц-інтерв'ю (їх найчастіше дивиться користувач соціальних мереж). Працювати з прямою мовою (цікаві цитати виносити на платформи і у соціальні мережі, приваблюючи глядача до візуального контенту), ставати newsmaker та піарником [54].

Сказавши студентам: «майбутнє журналістики – смерть новин», – відомий журналіст Віталій 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. Тому репортер – це та людина, яка видасть якісний з точки зору журналістики продукт. Тут ідеться вже не про швидкість, а про якість подачі інформації» [9].

З огляду на це надважливо дотримуватися вимог до новин. Адже телебачення і радіомовлення досі вважає новини своєю візитівкою. Новинний контент за частотою, періодичністю та змістом формує образ телерадіоканалу, дає аудиторії уявлення про цінності, що їх сповідує медіа, та рейтинг, якого здатний досягти колектив редакції.

Новини разом з розмовними жанрами – такими, як ток-шоу, провокують найбільше етичних дилем щодо того, як би мали повестися журналісти та ведучі, які висвітлюють та обговорюють суспільно-політичні, соціально-культурологічні проблеми. З новинного контенту якнайкраще та найрельєфніше помітно, наскільки медіавласник впливає чи взагалі не впливає на телевізійний або радіоканал, чи журналісти дотримуються професійних стандартів, готуючи новини до ефіру, чи працівники редакції здатні опиратися засиллю джинси та замовних матеріалів, наскільки вони розуміють рівень своєї відповідальності перед суспільством, уникаючи спокус маніпулювати ним.

У час великих інформаційних потоків, а часто просто інформаційного сміття, надважливо зрозуміти, що є новиною, яку подію варто внести до порядку денного, до переліку тих новин, з яких і складатиметься верстка випуску. Вважаємо, що з виникненням різних каналів комунікації та платформ, в умовах, коли кожен може бути творцем новини («newsmaker»), поняття «новина» у медіасфері потребує розширеного тлумачення.

Відомо, що новина є соціально важливою поточною інформацією про факти, події, явища у життєдіяльності суспільства, яка оформлена для 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 оціночної думки журналіста. Сьогодні роль журналістики полягає в тому, щоб надавати новинам певного сенсу. Таке розуміння сутності новин заперечує запропоновану всесвітніми службами телерадіокомпаній «спрощену модель подачі новин» [11, с. 8].

Тим паче, що новинами називають усе, що стає доступним. Написаний пост у facebook теж вважають новиною і переповідають один одному, як побачене на телеекрані чи почуте по радіо. І це також новини, хоча стосуються вони локального чи особистого рівня кількох або

невеликої групи людей. Перед телевізійною і радіоредакцією тепер – у час широкого доступу до інформаційних ресурсів – головним завданням має бути вміння знайти новину, яка зацікавить широку аудиторію, стосуватиметься їхньої безпеки чи життєвих планів надалі. Отже, телевізійнику чи радійнику замало знайти новину, її швидше за все оприлюднять новинні сайти і знову ж таки поширять у facebook користувачі цих сайтів. Для теле- і радіожурналіста у найближчому випуску новин потрібно не лише подати факт, але й проаналізувати та розтлумачити цю новину, дотримуючись усіх ціннісних орієнтирів каналу (якщо такі є і прописані) та стандартів журналістської творчості.

Із розвитком ЗМІ поняття «новини» починає міцно пов'язуватися саме з діяльністю мас-медіа. Зокрема, у «Великому тлумачному словнику української мови» за редакцією В. Бусела подано таке тлумачення: «1. Щойно або недавно одержане повідомлення, звістка і т. ін. про кого-, що-небудь. 2. Те саме, що новинка. 3. *рідко*. Те саме, що новизна. 4.Урожай нинішнього року. 5. Земля ніколи не орана або вперше зорана; цілина» [6, с. 625]. 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 [5].

Попри те, що журналістикознавці найактивніше використовують поняття «новина», вони майже не дають йому системного цілісного визначення. Водночас ужитковий характер слова «новина» і тотальна поширеність цього поняття призводить до того, що у багатьох дослідженнях, в тому числі й у підручниках із журналістикознавства та масової комунікації, можна прочитати лише про такі вимоги до новин, як оперативність, точність, актуальність, об'єктивність тощо. При цьому дослідники (наприклад, М. Шостак, Л. Васильєва) зазначають, що кожна окрема редакція або журналіст має свої уявлення про необхідність дотримання певних вимог, що теж ускладнює визначення поняття «новина». Деякі науковці у своїх публікаціях послуговуються визначенням поняття «новини» закордонних дослідників.

Зокрема, Л. Васильєва, посилаючись на Е. Денніса та Дж. Мерілла, дає таке визначення: «новина – це повідомлення, в якому викладено сучасний погляд на дійсність щодо конкретного питання, події або процесу. В новині простежуються важливі для індивіда та суспільства зміни, що подаються у контексті загальноприйнятого або типового» [13, с. 240]. Е. Денніс та Дж. Меррілл наголошують на тому, що новина оформлюється з урахуванням консенсусу стосовно того, що цікавить аудиторію, а також обмежень (етичного, ідеологічного характеру та ін.), з якими стикається окрема редакція.

Отже, дослідники пояснюють поняття «новина» крізь призму редакційної роботи; це те, що створюється штучно, залежить переважно від соціокультурних норм та правил, умов гри, а насправді не відбувається сама собою та не залежить від суб'єкта сприйняття. Мовляв, новина в ЗМІ має випадковий характер, оскільки є результатом саме «щоденної поновлюваної гри». Е. Денніс та Дж. Меррілл у сформульованому тлумаченні кілька разів наголошують на цьому: «новина – це недосконалий результат прийняття рішень нашвидкуруч у ситуації тиску зсередини і ззовні» [13, с. 252]. Л. Васильєва, яка спираючись на думку американських фахівців, наводить це визначення без будь-яких коментарів, тобто вважає, що новина є недосконалим, швидкопсувним продуктом, який виробляється в редакції, проте журналісти через брак часу не надто впливають на його якість. Ми погоджуємося з думкою О. В. Васіної, що визначення новини Е. Деннісом і Дж. Мерріллом є надто вузьким і не бере до уваги багатьох чинників. Адже журналістові та редакції взагалі відводиться роль сортувальника . Проте ЗМІ не просто відбирає, а й створює окрему новину-продукт, уводячи її у загальний контекст одного дня. Цей процес можна порівнювати з грою, але він не є випадковим, гра має відбуватися за певними правилами» [5].

Дещо інший підхід пропонує німецький дослідник Вінфрід Шульц: «Поняття «новина» має широке і вузьке значення. У широкому значенні воно означає «повідомлення» або «посилання» в процесі комунікації. <...> Новина в газеті, на радіо чи на телебаченні і є «новою інформацією», точніше: повідомленням про певну актуальну подію, яка викликає громадський інтерес, або – у вужчому розумінні – певним, створеним за встановленими правилами журналістським жанром (вербальна, графічна або телевізійна новина)» [48, с. 502]. У наведеному визначенні широке тлумачення спирається на ужиткові уявлення про новину, повсякденні знання пересічного реципієнта. Проте ми можемо побачити два рівні існування новини та новинності. Другий рівень представлено у вузькому значенні новини, коли дослідник акцентує увагу на тому, що новина – не просто повідомлення, а побудований за певними

правилами текст. Цей другий рівень показує, якою новина доходить до реципієнта, охоплює особливості жанрово-стилістичних характеристик новинного тексту в мас-медіа, тобто існування певної мовної гри, що відповідає комунікативним очікуванням реципієнта. Текст і зображення, що не відповідає вимогам жанру, не буде сприйматися слухачем, глядачем як новина і навпаки: наявність актуального інформаційного приводу може зробити певне повідомлення новиною.

Із розвитком телебачення, мобільного зв'язку, появою інтернету змінюється роль реципієнта в 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 побачити у визначенні новини не лише у закордонних, а й українських дослідників, наприклад, у «Словнику журналіста» за редакцією 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» [38, с. 58]. Як бачимо, автор зазначає влив новини на реципієнта.

З огляду на те, що основою новинного телевізійного чи радіоінформування, як і всієї журналістики, є фактологічна база, то «факт, що змінює ситуацію, виконує роль універсальної та обов'язкової компоненти будь-якого новинного повідомлення» [19, с. 142]. Факт (від 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 громадських шкідливих наслідків» [3, с. 48].

Під словом «факт» прийнято також розуміти судження або в інший спосіб зафіксовану реальність. Отже, мовиться про реальний факт і про факт відображений [16, 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» [16, с. 76].

Заслуговують на осмислення думки про факт професора В. В. Різуна, який визначив факт як суб'єктивну данність, оскільки він є частинкою пізнаного людиною предметного світу, а сфера людського відображення, відчуття суб'єктивні. Від факту не можна відокремити оцінку, як не можна відокремити знання про предмет від предмета, який стає частинкою пізнаної дійсності тільки тому, що про нього вже є знання. А знання завжди має оцінний характер. Вказуючи на обов'язкову наявність оцінного компоненту у поданні фактологічної інформації в ЗМІ, В. В. Різун підкреслює, що під оцінною характеристикою фактів «не слід розуміти тільки вербально виражене ставлення до чогось чи до когось... Оцінність не буває нульовою, вона може бути вербально вираженою або не вираженою. 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 [35, с. 8].

Дискусії з приводу природи, сутності факту, його змісту, форми оприлюднення, суспільної реакції є педагогічно важливими в сенсі опанування студентами журналістського фаху. Своєрідна теза австро-англійського філософа Л. Віткенштайна, що «ми створюємо для себе образи фактів; образ є фактом» [7], результати нашого історико-теоретичного системного огляду публікацій про функціонування телебачення і радіомовлення в умовах сучасної гібридної війни Росії не лише проти України, а й проти країн різних континентів земної кулі і порівняльно-тематичний аналіз новинних випусків дають підставу стверджувати, що замовчування медіа соціально важливих фактів збіднює світогляд людей, нівелює громадянську позицію, вихолощує національно-людську гідність. Тому комунікативний процес має грунтуватися на глибокій професійно-моральній, національно-громадянській самоповазі журналіста.

Нині уже не досить збирати і передавати інформацію, що впродовж тривалого часу було основою фаху репортера. Він, як посередник між виробниками і споживачами контенту медіа, мав монополію. Політичний оглядач Павло Казарін вважає, що медіа були універсальним знаменником, звідки люди отримували більш-менш правдоподібний опис реальності. Споживачі медійного контенту могли між собою говорити про цю реальність, і тому вони приблизно однаково її сприймали. Коли

з'явився інтернет і соціальні мережі, суспільство виявилось розбитим на «інформаційні бульбашки». Кожен дивиться щось своє і по-різному описує свою реальність.

Отож, в умовах, коли зникає спільний знаменник для сприйняття реальності та виникають численні «інформаційні бульбашки», найважливішою опцією залишається селекція новинного контенту, формування так званого порядку денного. Питання – з чим ми йдемо до нашого споживача, який інформаційний харч він сьогодні отримає, чи ми задовільнимо його інтелектуально-естетичні потреби, зрештою, чи витримаємо конкуренцію з соцмережами або бодай доповнимо їх. І тоді постає питання, – а що є в основі такої комунікації зараз?

Цікавим є підхід до комунікації видатного німецького філософа Н. Лумана. На його думку, комунікація здійснюється за допомогою трьох різних селекцій, а саме: селекції інформації, селекції повідомлення цієї інформації та селективного розуміння або нерозуміння цього повідомлення та його інформації [23]. Ніклас Луман поділив комунікацію на повідомлення та інформацію. Водночас повідомлення – є те, що прагне піднести мені мій комунікативний партнер, наприклад, спробувати мене дезінформувати чи маніпулювати мною; інформація – це те, що я сприймаю в його повідомленні, те, що змінює комунікацію, змушує протікати її по-іншому, наприклад, якщо я розпізнаю спробу мене дезінформувати [23].

В основу діяльності медіа покладено передання новинної інформації. Н. Луман досліджував фактори відбору новин: 1) інформація має бути новою і, бажано, несподіваною, повторення – небажаним; 2) перевага надається конфліктній інформації, яка породжує напруженість; 3) кількісні показники збуджують увагу, особливо якщо цифри порівнюються; зокрема, чим більші цифри, тим краще; 4) особливу вагомість повідомленням надає локальність інформації; 5) увагу привертає порушення норм (правових, етичних), які медіа репрезентують у вигляді скандалів; 6) до цього додаються моральні оцінки, за допомогою яких медіа виконують функцію зі збереження та відтворення моралі; 7) водночас увага приділяється діям (та чинним персонам), а не мотивам і причинам учинків; 8) вимога актуальності може спричинити повідомлення про події, які вже відбулися до моменту повідомлення, вимога рекурсивності – до того, що події беруться до уваги і в пізніших повідомленнях; 9) як особливий випадок, вираження думок теж може поширюватися під виглядом новин [23].

Павло Казарін вважає, що «ми живемо в епоху, коли технології знищують медіа. Раніше журналісти вирішували, кому давати слово. Зараз кожен може висловлювати свою думку. Ми не можемо говорити

про чітке розмежування: ось політики, ось журналісти, ось зірки – все змішалось. З'явилось нове поняття – медіаперсона, людина, яка має певний публічний ресурс. У нашій країні телебачення – це розвага для бідних, його дивляться заради емоцій. Тож успіх у впливах на масову аудиторію досягає той, хто впливає через емоції» [42].

Погоджується з цією тезою філософ Олександр Морозов. Він вважає, що віртуальні емоції, сформовані ботофермами, легко ретранслюються далі і дуже часто використовуються з токсичною метою. «Токсичність в медіа призводить до викривлення картини світу і незалежно від політичної орієнтації поляризує дискурс і радикалізує читачів. Швидкість та кількість новин створюють відчуття терміновості, яке посилює тривожність. Медіа, які ми читаємо протягом дня, становлять основну частину ідей, які ми споживаємо і ретранслюємо. Вони змушують нас вірити речам, які можуть не бути істинними, але ми їх запам'ятовуємо, і це спотворює наше розуміння світу» [42].

Що мають протиставити інформаційній токсичності працівники сучасного телебачення і радіомовлення, як її позбутися? Очевидно, медіаграмотність аудиторії (користувачів інтернету зокрема) допоможе медіаспільності відфільтровувати токсичні (фейкові) повідомлення, які з'являються в інформаційному просторі. Натомість у протистоянні з токсичністю інформаційних потоків журналіст та радіо- і телевізійна редакція може перемогти, коли буде контролювати свій контент; якщо їхній контент буде правдивим, точним, коли зрозуміють глибинний зміст таких понять, як інформаційна гігієна та медіадієта.

Адже постправда – це стан, у якому комунікатори держав, політичних інституцій та організацій легко жертвують фактами, а їхня аудиторія сприймає це, щонайменше, спокійно. Факти підмінюють емоціями, фантазіями і фобіями, відвертаючи увагу суспільства від найактуальніших проблем розвитку.

Чи можна вважати, що факти більше не важать? Пітер Померанцев каже, що їхня важливість стає очевидною щоразу, коли ми робимо щось для майбутнього. «*Тому потрібно скерувати всі розмови в площину практичних питань, пов'язаних із майбутнім. Тоді не вийде без фактів, адже це тема, в якій факти необхідні*», – розмірковував він під час інтерв'ю [27].

Нова хвиля токсичності полягає ще й в тому, що, як стверджує Василь Гатов (WAN-IFRA, США), – «політики змінили подачу інформації: головне занурювати глядачів та слухачів в емоції, а з якого приводу ці емоції – не так і важливо. Проста технологія розроблена політтехнологами – створити телевізійного персонажа і вкласти в його уста токсичні речі»[42].

Безперечно, такий дискурс має демонічний бік, бо деформує інтелектуально-естетичні потреби, морально-духовні цінності глядачів і слухачів, знижує здорові пізнавальні інтереси людей, які мають бути спрямовані на усвідомлену, творчу, конструктивну діяльність. У нинішніх умовах інтенсивної російської інформаційно-психологічної агресії особливо зростає потреба ознайомлювати глядачів і слухачів з такими історичними і нинішніми фактами, які наснажували б українських громадян на мужність і цілеспрямованість у боротьбі з агресором за українську соборну незалежність, доброчинство щодо реалізації гуманістичної ідеї українського національного державотворення. Тому «тлотлінному» дискурсу (І. Крупський) українські національно свідомі журналісти покликані протиставити компетентно підготовлену, правдиву, духовно й естетично наснажену новину, в якій немає бути місця токсичності. Такий контрдискурс забезпечується високим рівнем журналістського професіоналізму, самоповагою, які ґрунтуються на українській національно-громадянській позиції.

Доречно при цьому брати до уваги чинники новинної цінності, які обґрунтували дослідники медіа Йохан Галтунг і Марі Руж. Подаємо їх тут. Факторами новинної цінності є:

частотність *– чим більше часовий перебіг події відповідає періодичності виходу медіа, тим ймовірніше подія стане новиною;*

амплітуда *(зростання інтенсивності) – існує певне граничне значення помітності, яке повинна перевищити подія, щоб бути зареєстрованою;*

однозначність *– чим однозначнішою і зрозумілішою є подія, тим більше шансів вона має стати новиною;*

значущість (культурна близькість/важливість) *– чим значущішою є подія, чим більше вона зачіпає особисті інтереси аудиторії, тим радше вона стане новиною;*

відповідність (очікування/бажаність) *– чим більше подія відповідає існуючим уявленням і установкам, тим швидше вона стане новиною;*

подив (непередбачуваність, рідкість) *– чим приголомшливішою (непередбачуваною, рідкісною, дивною) є подія, тим більшим є шанс стати новиною, щоправда лише тоді, якщо вона є приголомшливою в межах очікувань;*

безперервність *– подія, яка була уже визначена як новина, має високий шанс, що медіа звертатимуть на неї увагу й надалі;*

варіація (композиція) *– порогове значення для звертання уваги на подію знижується, якщо вона сприяє балансуванню і варіюванню загальної новинної картини;*

зв'язок з елітною державою *– події, які стосуються елітних держав (потужних в економічному або військовому плані), мають непропорційно високу новинну цінність;*

зв'язок з елітними особами *– те саме стосується елітних осіб, тобто відомих та/або авторитетних, впливових осіб;*

персоналізація *– чим персоналізованішою є подія, тобто чим сильніше в ній виражені дії або доля людей, тим більше шансів вона має стати новиною;*

негативізм *– чим негативнішою є подія, тобто чим більше вона стосується конфлікту, суперечки, агресії, руйнування або смерті, тим більшу увагу звертають на неї медіа* [52].

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 акцентуються 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» [48, с. 531].

З норвезькими вченими не зовсім погоджується К. Розенгрен, бо такі чинники добору новин, на його думку, призводять до надто «психологізованого» результату [55], 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 [56].

Щоби праця телевізійного репортера не була даремною, щоб він побачив, почув, відчув, збагнув, зрозумів і зумів цікаво, захопливо розповісти і показати своїй аудиторії те, що нового відбулося, відбувається чи відбудеться, він повинен глибоко усвідомлювати, знати, що новина має бути «свіжою» (чим більше минуло часу 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 [46, 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 макрорівні 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 [36].

Однак ситуація в інформаційному просторі складніша. Експерти у сфері безпеки та журналістських стандартів, представники Інституту масової інформації (ІМІ) у своїх звітах все частіше наводять невтішну статистику: 50 % населення читає Instagram, а не друковану пресу. Тобто видання, що пишуть достовірні новини, редакції яких справді дотримуються журналістських стандартів, недоотримують 50 % своїх читачів. У цьому полягає виклик для сучасних медій.

Тепер, коли новинарем є кожен користувач соціальних мереж, коли відеоісторії знімають і викладають на різних платформах люди, які ніколи журналістикою не займались, коли своя думка пріоритетно важить більше, ніж соціально важливі повідомлення фахівців, блогери не зважають на журналістські стандарти. Журналісти втратили своє ексклюзивне право доступу до масового глядача та слухача з появою соцмереж та youtube-каналів. Щоправда, експерти Інституту масової інформації все частіше говорять і про позитивні тенденції. Якщо раніше важливо було мати більше, ніж 50 тисяч підписників, аби бути успішним і зацікавити рекламодавців, то зараз трендово співпрацювати з регіональними мікро-інфлуенсерами, які мають невелику, але якісну аудиторію. Ці закономірності можна пов'язати з медіа. Великі сайти-агрегатори втрачають свою популярність, натомість нішеві медіа, що пишуть для вузького кола читачів, здобувають більше прихильників. Це можуть бути місцеві ЗМІ або вузькопрофільні медіа для урбаністів, екоактивістів, феміністів тощо.

Вважаємо, що журналістам варто соціальні мережі використовувати і як джерело інформації, і як платформу водночас. Як джерело інформації, вони корисні, коли ми ними послуговуємося:

- шукаючи теми, які хвилюють людей, про які вони дискутують та які обговорюють;
- як первинне джерело інформації;
- для коментарів експертів та можливості їх отримати;
- у пошуку світлин та відеоматеріалів очевидців події;
- для можливості швидко організувати опитування, отримати зріз суспільної думки;
- отримати feedback (відгуки) від аудиторії [8, с. 18].

Попри численні переваги, соціальні мережі для журналіста криють у собі і великі ризики, про які треба пам'ятати. Насамперед, розповсюдження неправдивої чи маніпулятивної інформації; використання світлин та відео людей без погодження з ними, що означатиме порушення прав людини та авторських прав; поширення фейкової інформації відомою людиною чи про відому людину зі зламаної сторінки; тиражування інформації, написаної користувачем під впливом емоцій. Зрештою, персональна інформація зі сторінки журналіста теж може бути використана проти нього. Інтернет змінив не лише збирання і поширення інформації, але й саму природу секретності. Все стало явним, частиною новин стали всі. Це призвело і до нескінченного потоку інформації. Що з цим робити?

Рецепти, як убезпечити себе від помилок, випливають зі змісту самих загроз і ці поради – відомі. Інформацію, відео та фотоконтент, оприлюднену в соціальних мережах, перевіряти в альтернативних джерелах та критично до неї ставитись; світлини та відео зі сторінок у соцмережах, коментарі експертів брати зі згоди власників цих сторінок; на своїй – не подавати інформацію, яка може вас скомпрометувати журналіста [8, с. 18]. Потрібно «спиратися на реальність, критично мислити, керувати емоціями, відчувати спільноту та взаємодіяти з державою», – радить український дипломат і комунікатор Дмитро Кулеба [20, с. 19].

Сучасний телевізійний чи радіожурналіст повинен розуміти, що він працює в умовах жорсткої конкуренції та політичної боротьби. Соціальні мережі дають можливість посадовим особам та політикам використовувати свої сторінки як прес-службу, тобто ексклюзив може миттєво стати відомий усім; блогери та численні експерти аналізують і трактують те, що відбувається дуже швидко, суспільний зріз у вигляді коментарів та обговорень отримуємо теж чи не одразу у соціальних мережах, частогусто переважає візуальність. То для чого чекати найближчого випуску телевізійних чи радіоновин, якщо можна у цю ж секунду довідатись про найновіший факт і подію в регіоні чи країні. Перспектива у телебачення і радіо буде, якщо редакції використовуватимуть соціальні мережі та сайти для інтригування і короткого повідомлення про що ширше розповідатимуть у новинних випусках.

У так званому клікабельному суспільстві користувачі не затримуються на одній сторінці на більше, ніж на кілька секунд. І якщо говорити про онлайн-новини, то вони повинні бути, або дуже концентрованими, щоб за ці кілька секунд людина отримала найважливішу інформацію, або дуже якісними й цікавими, щоби змусити людину довше затриматися на сторінці. Тому дедалі частіше трапляються сенсаційні заголовки,

що апелюють до емоцій споживача медіа і спонукають його відкрити посилання. Тим часом за посиланням криється буденна новина, змісту якої заголовок не розкриває. Щоб отримати більше кліків, журналісти мають два шляхи: маніпулювати за допомогою мови сенсацій або ж підвищувати професійні стандарти і якість новин [28, с. 13].

Ніклас Луман писав про амбівалентний характер реальності масмедіа, яка полягає в їхніх комунікаціях. Інший сенс реальності масмедіа філософ вбачає у тому, що для мас-медіа і завдяки їм вони виглядають як реальність. Тобто, мас-медіа виробляють трансцедентну ілюзію. Крім цього, Н. Луман звертав увагу на таку властивість масмедійної інформації, як періодичність та лонгітюдність спостережень. Важлива функція – це породження і перероблення подразнень. Зокрема, періодичність відіграє важливу роль, бо ми можемо бути впевнені в тому, що в майбутньому дізнаємося більше і детальніше про актуальні події. Мас-медіа існують у суспільстві, не відриваючись і не вивищуючись над ним. Водночас система мас-медіа коригує саму себе завдяки власному відокремленню і має універсальний характер, тобто вона здатна опікуватися всім тим, що можна тематизувати для власної комунікації… Не існує жодних фактів, які б за своєю суттю не були придатні для обговорення в мас-медіа [23].

Універсалізація журналістської професії спонукає журналіста добре орієнтуватися у специфіці роботи усіх типів ЗМІ. Передусім, йдеться про нові інтернет-медіа, які з часом тільки вдосконалюватимуться та ставатимуть популярнішими внаслідок процесу диджиталізації. Журналістові варто не забувати, що завдяки конвергенції[1] на ринку праці зараз найбільш потрібний журналіст-універсал. Універсальний журналіст в умовах роботи конвергентної редакції має мислити мультимедійними категоріями та відповідно до цього будувати свою професійну діяльність на всіх етапах роботи. Журналістам варто пам'ятати, що вони працюють не у традиційному виді ЗМІ й повинен адаптовуватися до роботи в конвергентній редакції.

Конкурувати у світі медіа може лише універсальний журналіст – газетяр, радійник, телевізійник в одній особі. «Якщо ви можете написати текст, але не можете розповісти його вголос, – значить це був поганий текст; якщо ви не можете його розповісти в кадрі – значить це була нецікава ідея, штучна. Тільки те, що може бути написано, сказано і показано, може мати право на існування», – наголошує відомий журналіст Віталій Портников [9].

Телевізійна й радіожурналістика якісно змінюється, набирає нових рис, і частина журналістів намагається якомога довше протягнути

[1] Детально про конвергенцію у медіа мовиться у VIII-му розділі.

старий підхід, тому є величезний опір перевчитися – адаптуватися до нових умов. Є намагання до останнього моменту залишити журналістику такою, якою вона була раніше; натомість нема іншого виходу як адаптуватися до тих змін, які неодмінно відбуваються. Світ сучасних медій у кризі і винен у цьому інтернет. Журналістика попри свою місійність у виборі правильного вибору має критично сприймати реальність. А реальність така, що з появою соціальних мереж поняття новин стало ширшим [28, с. 15]:

1) Відтепер це не лише новини, які продукують традиційні медіа. Соціальні мережі стали альтернативним джерелом новин. Кожен користувач може формувати власну стрічку новин завдяки різноманітним фільтрам, спираючись на свої інтереси й потреби.
2) Соціальні мережі наблизили споживача новин до безпосереднього ньюзмейкера. Відтепер новини можна отримати з перших рук, підписавшись на ньюзмейкерів у соціальних мережах і в такий спосіб уникнути посередника у вигляді традиційного медіа. Медіа, зі свого блоку, теж все частіше ретранслює новини з соціальних мереж, а не безпосередньо від ньюзмейкера, інформагенції або з місця події. А ретранслюючи, дедалі частіше забувають про свій обов'язок перевіряти факти.
3) Завдяки соціальним мережам і онлайн-каналам на кшталт Youtube та Vimeo кожен може стати творцем новин. Цей феномен називають «контент, згенерований користувачами» (від англ. – user-generated content). З'являються цілі агентства, як-от Jukin Media (www.jukinmedia.com), що спеціалізуються виключно на такому контенті. Вони купують авторські права у власників контенту, а клієнти агентства, телеканали чи сайти, отримують до нього доступ і право на використання.
4) Експансія інтернету й розвиток цифрових технологій дали колосальний поштовх для зростання новинного сектору, з одного боку, а з іншого – спровокували занепад або значну трансформацію традиційних медіа [28, с. 16].

Отож, інтернет-мережу журналісти повинні сприймати не як звичайні користувачі, а як професіонали. Сучасний інструментарій дає змогу журналістам створювати продукт швидко, точно, ефектно, з індивідуальним забарвленням, з нюансуванням, властивим кожному конкретному журналістові. Медійні компанії, створюючи новини, мають використовувати найновіші технології, які оптимізовані під конкретне виробництво і завдяки їм журналісти реалізовують свої професійні знання, а компанії досягають успіху в інформаційно-гуманітарному просторі. Оперативність розповсюдження суспільно важливої інформації має

бути основним критерієм функціонування телебачення і радіомовлення в сучасних глобалізаційних умовах агресивного наступу на українську національну ідентичність.

При цьому треба зважати на те, що «йде перехід від вербального каналу комунікації до візуального» (Г. Почепцов). Однак журналістський досвід показує, що не можна списувати вербальну комунікацію. «Код нашого світу, нашої реальності пишеться і мовою слів, і мовою образів. У синергії вони працюють найкраще» [20, с. 52], – наголошує Дмитро Кулеба. Водночас він посилається на дослідження, в яких мовиться, що доповнення тексту картинками збільшує імовірність того, що користувач запам'ятає зміст повідомлення на фантастичні 650 %. Слів може бути більше. Але одне зображення виконує функцію підсилювача смаку. Це відбувається через налаштування нашого мозку: 90 % усієї інформації, яка потрапляє до мозку, є візуальною. Сенс зображення ми розуміємо за 13 мілісекунд. Розуміння тексту забирає більше часу. «Тому тексти з їхнім прагненням до розгорнутості й абстрактності програють лаконічним відео з конкретним візуальним сигналом» [20, с. 57].

Насправді калейдоскоп нашої реальності складається зі слів, звуків, картинок, відео. Журналіст має так використати цю мозаїку, професійно поєднати слово і відеозображення, щоби викликати у споживача найбільший інтерес до інформації.

Отже, журналіст мусить бути інтегрований в інформаційний простір; він тепер є не лише частиною якогось обмеженого колективу, а представник різних аудиторій. Тому сучасний світ технологій дає можливість журналістам, які працюють у редакціях онлайн і фізично використовувати усі платформи, аби якісно зроблену інформацію «розігнати» далі через поширення, ретвіти, завантаження відео на youtube, пошукові системи, підхоплення тем із соціальних мереж телебаченням і радіомовленням. Користувачі, які змучились від величезного потоку інформації, водночас мають страх щось важливе пропустити; вони спраглі доброякісного контенту. А переможе той, хто втримає довіру глядачів, слухачів, читачів і зуміє подати, швидко розповсюдити правдиві, зрозумілі, емоційні, інформаційно насичені повідомлення.

Оприлюднений журналістом соціально важливий факт інтерпретується у підсвідомості глядача і слухача, 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 українських національних соціогуманістичних потреб.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте визначення терміна «медіа» і роз'ясніть, як технологічний процес впливає на динаміку та розуміння цього терміна.
2. Знайдіть статистичні дані, які додатки зараз українці завантажують та використовують.
3. Які українські телевізійні й радіоканали подають розвитково-просвітницьку інформацію у великих обсягах?
4. Назвіть небезпеки та можливості, які провокує необмежений доступ до інформації та можливість її інтерпретувати на свій лад.
5. Що означає фрагментація суспільства та розщеплення громадян на велику кількість груп?
6. Який правовий статус в Україні мають ЗМІ в інтернеті?
7. Чому телевізійні та радіоканали втрачають глядача/слухача?
8. Наслідки створення наративу в соцмережах, який може бути шкідливим.
9. Еволюція новин неминуча. У чому полягає перспектива телебачення і радіо?
10. Яке питання ставить професор журналістики Міхаель Халер, шукаючи альтернатив для телебачення в онлайнову епоху?
11. Як ви розумієте термін «автоматизована журналістика»? Які її переваги?
12. Як власник медіа чи редактор сприйматимуть швидкі новини, що їх генеруватиме комп'ютерна програма?
13. Чого, на відміну від журналіста, не здатні зробити алгоритми?
14. Чому, на вашу думку, соцмережі толерують меседжі, які можуть завдати шкоди?
15. Схарактеризуйте суть мультиплатформних медіа.
16. Чому відомий журналіст Віталій Портников вважає, що «майбутнє журналістики – смерть новин». Подискутуйте з ним.
17. Назвіть базові вимоги до новин.
18. Чому новина є результатом щоденної поновлюваної гри?
19. Заперечте формулювання «новина є недосконалим швидкопсувним продуктом».
20. Як з розвитком мобільного зв'язку та появою інтернету змінюється роль реципієнта в процесі створення новин?
21. Яке ваше розуміння понять «факт реальний» і «факт відображений»?

22. Опишіть, як ви розумієте термін «інформаційні бульбашки».
23. Які критерії селекції новинного контенту зараз?
24. До чого призводить токсичність у медіа?
25. Що може протиставити токсичності сучасна редакція?
26. Назвіть чинники новинної цінності.
27. Як телебачення і радіо для популяризації контенту використовує різні інтернет-платформи?
28. Опишіть способи використання соцмереж та Youtube для популяризації новинного контенту.

Завдання для самостійної роботи

Опрацювати рекомендовану літературу до теми розділу, проаналізувати новинні матеріали телебачення і радіо та способи їх поширення на різних інтернет-платформах.

Підготувати есей на тему: «Безмежні потоки інформації виснажують суспільство, телебачення має шанс врятувати його».

Створити телевізійний або радіорепортаж на будь-яку актуальну зараз тему, адаптувати його для поширення в соцмережах.

Література

1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин. – [5-те вид.] / Е. Бойд ; пер. з англ. О. О. Колот, ред. перекл. А. В. Куликов. – К., 2007. – 429 с.
2. Бочковський О. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / О. Бочковський, С. Сірополко. – Мюнхен, 1993. – 204 с.
3. Бугрим В. В. Журналіст на телеекрані : [посіб. для студ.]/ В. В. Бугрим. – К., 2000. – 46 с.
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібник / З. Вайшенберг. – К. : Академія укр. преси, 2004. – 262 с.
5. Васіна О. В. Огляд основних підходів до тлумачення новини як явища мас-медіа [Електронний ресурс] / О. В. Васіна. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev

6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К., Ірпінь : ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
7. Вітгенштайн Л. Логіко-філософський трактат [Електронний ресурс] / Л. Вітгенштайн. – Режим доступу: http://shron.chtyvo.org.ua
8. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. – Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.
9. Гордійчук А. Віталій Портников: Майбутнє журналістики – це смерть новин / А. Гордійчук // День. – 2010. – 9–10 лип.
10. Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія. – К. : Центр Вільної Преси, 2010. – 172 с. – Бібліогр.: С. 150–172.
11. 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.
12. Дворянин П. Новини на регіональному телебаченні : навч. посібник / П. Дворянин, В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – 262 с.
13. Дэннис Э. Беседы о мас-медиа / Э. Дэннис, Дж. Мэррилл ; [пер. с анг.]. – М. : Варгиус, 1997. – 384 с.
14. Дорош М. Свобода висловлювань в інтернеті – де її межа? [Електронний ресурс] / Марина Дорош // Media Sapiens. – 07. 10. 2014. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/ svoboda_vislovlyuvan_v_interneti_de_ii_mezha.
15. Журналістика: словник-довідник / [авт.-уклад. І. Л. Михайлин]. – К. : Академвидав, 2013. – 320 с.
16. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : [підручник] – [2-ге вид., перероб і допов.] / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
17. Іванов В. Ф. Сьогодення українських медіа / В. Ф. Іванов // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 07. – С. 45–51.
18. Ковалевський В. О. Теоретико-методологічні засади Інформаційного Суспільства // Режим доступу: http://kovalevsky.webs.com.ua/theory /theory.htm
19. 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.
20. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот / Д. Кулеба. – К. : Книголав, 2019. – 384 с.
21. Куляс І. Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника : практ. посіб. для журналіста / І. Куляс, О. Макаренко. – К. : Вид-во ХББ, 2006. – 120 с.
22. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
23. Луман Н. Реальність мас-медіа [за ред. В. Іванова та М. Мінакова] / Н. Луман. – К. : ЦВП, 2010 – 158 с.
24. Манфред Май Медіа-політика в інформаційному суспільстві / пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; за ред. В. Іванова. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 286 с.

25. Міхаель Халер. Пошук і збір інформації : навч. посібник / за заг. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. – 308 с.
26. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика. Том 62 / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – Київ : Академія української преси, Центр Вільної Преси, 2019. – 234 с.
27. Молодій Володимир. Забагато медій – це кінець демократії/ https:// medialab.online/news/pomerantsev/
28. Новинна грамотність. Посібник / заг. ред. Наталія Лигачова, Отар Довженко, Діана Дуцик, Дар'я Тарадай. – «Детектор медіа», 2018. – 120 с.
29. Онлайн медіа та соціальні мережі перехопили лідерство у телебачення за популярністю в Україні, – нове опитування USAID-Internews щодо споживання ЗМІ/https://internews.in.ua/uk/news/onlajn-media-ta-sotsialni-merezhi-perehopyly-liderstvo-u-telebachennya-za-populyarnistyu-v-ukrajini-nove-opytuvannya-usaid-internews-schodo-spozhyvannya-zmi/
30. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посібник / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
31. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Г. Почепцов. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 497 с.
32. Прайс М., Круг П. Структура ЗМІ і сприятливе середовище [Електронний ресурс] / Монро Прайс, Пітер Круг [пер. з англ. Ян Чайковський] // Незалежний культурологічний часопис «Ї». – 2004, No 32. – Режим доступу: http://www.ji.lviv.ua/n32texts/ monro1.htm.
33. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси. Центр Вільної Преси, 2007. – 780 с.
34. Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол ; [пер. з англ. М. Марченко]. – К., 2007. – 150 с.
35. Різун В. В. Проблеми й перспективи розвитку журналістської освіти в Україні на початку XXI століття / В. В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. – 2004. – Т. 16. – С. 6–13.
36. Рогозина И. В. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее 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.
37. Сінґер П. В., Брукінг Емерсон Т. Війна Лайків. Зброя у руках соціальних мереж. – Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. – 320 с.
38. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / [за заг. ред. Ю. М. Бідзілі]. – Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
39. Соловйов М. Інтернет-варіант українського телебачення: формат подачі контенту / М. С. Соловйов // Наукові записки Інституту журналістики. – 2009. – Т. 36. – С. 195–198.
40. Супрун У. Путін поляризує, Facebook заробляє. Як не згоріти в пожежі ненависті https://nv.ua/ukr/opinion/boti-socmerezhi-ta-nenavist-shcho-vidbuvayetsya-z-ukrajincyami-ostanni-novini-50097068.htm

41. Существо интернета. 12 тезисов о вирусном редакторе // http://www.aka-media.ru/foresight/188/
42. Токсичність у медіа і політиці: як протистояти ворогу. Дискусія на Львівському медіафорумі https://texty.org.ua/articles/94466/ Toksychnist_u_media_i_politycі_jak_protystojaty-94466/
43. Топ-20 найпопулярніших додатків: TikTok знову в лідерах (інфографіка) https://ms.detector.media/infografika/post/24134/2020-01-28-top-20-naipopulyarnishikh-dodatkiv-tiktok-znovu-v-liderakh-infografika/
44. Український медіа-ландшафт / Укладання: Оксана Волошенюк, АУП, Андрій Кулаков, Інтерньюз-Україна http://www.telekritika.ua/news/2011-01-12/59106
45. Федорчук Л. П. Перспективні напрямки розвитку телебачення: інтернет-ТБ / Людмила Федорчук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 24. – С. 193–195.
46. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Э. Фихтелиус ; пер. В. Менжун. – М. : Медиа Мир, 2008. – 200 с.
47. Чернов А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. – М. : Издательско-торговая корпорация «ДашковиК°», 2003. – 232 с.
48. 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.
49. Charlie Beckett. How journalism is turning emotional and what that might mean for news http://blogs.lse.ac.uk/polis/2015/09/10/how – journalism-is-turning-emotional-and-what-that-might-mean-for-news
50. Derham, W. (1713), Physio-theology, Or, A Demonstration oft the Being and Attributes of God from His Works of Creation – Being the Substance of Sixteen Sermons Preaches in St. Mary-le-Bow Church, London, at the Honorable Mr. Boyle's Lectures, in the Years 1711, and 1712 : with Large Notes, and Many Curious Observations. [Electronic resource] / Access mode: https://books.google.co.uk/books?id=6Tm2CZLTl0wC&printsec= frontcover &hl=ru#v=onepage&q&f=false. – Дата доступу: 10.07.2016.
51. Ithel de Sola Pool (1983), Technologies of Freedom, Harvard University Press, 299 p.
52. 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. – № 2. – S. 64 – 91.
53. Graefe, Andreas (2016). *Guide to Automated Journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, New York City.
54. Potter W. Media literacy[Text] / W. James Potter. – Sage Publications, 2013. – 450 p.
55. Rosengren K. E. Four Types of Tables / Karl Erik Rosengren // Journal of Communication. – 1977. – Wie ter. – P. 67–75.
56. Shoemaker P. J. News around the world: Content, practitioners and public / Pamela J. Shoemaker, Akiba A. Cohen. – N. Y. : Routledge, 2006. – 412 p.

Розділ X.

Українське слово в теле- і радіокомунікації

Духовно-моральна, інтелектуально-естетична, національно-громадянська ефективність впливу електронних ЗМІ України на глядачів, слухачів і читачів (про різні важливі аспекти їхнього функціонування мовилося в попередніх розділах) залежить від використання виражальних засобів, насамперед – майстерного поєднання слова і відеозображення. Адже «слово, і лише слово, є інструментом одухотворення навколишньої дійсності, засобом уприсутнення людини на цій землі, – наголошувала мовознавець Ольга Федик. – Глибоке усвідомлення духовної вартості слова, поза всякими сумнівами поліпшить моральний клімат в українському суспільстві» [23, с. 13–14].

Високоморальна, високодуховна, національно свідома людина хоче грітися в благодатних променях рідного українського слова, яке має панувати в телевізійному й радіоефірі, виконувати навчально-виховну функцію. Доктор філологічних наук, професорка Олександра Сербенська слушно стверджує, що «голос ефірних ЗМІ має бути здатним – і це дуже важливо – нетрафаретно повідомляти про видатні і важливі державно-політичні події. Він (голос) також орієнтує суспільство на певний естетичний стереотип усного мовлення, свідчить про динаміку змін у житті національної мови, фіксує ставлення інтелектуальних верств суспільства до характеру публічного мовлення» [19, с. 32–33].

Про орудну силу Слова, яке завжди втілює у собі своєрідність, духовну енергію народу написано багато науково-публіцистичних праць. Мовознавець Віталій Радчук підкреслює, що Слово вчить і кличе, коле і пестить, підносить і очищає, воно може бути кувалдою і струною, кастетом і опахалом, тавром і знаменом, аналітичною лупою і монументом. Словом ми осягаємо світ – це інструмент пізнання. Слово – це ген культури, душа народу, жива пам'ять про все, що при нас і до нас було. У Слові (мові) ми знаходимо свій самовияв, своє особисте «Я». Слово – це лінгвосфера Землі у локоні телерадіоефіру. Слово – лихе чи привітне, криве чи ласкаве, гостре чи улесливе, чорне чи біле, чесне чи нещире – є кодексом поведінки. З одного почутого слова ми розпізнаємо, хто є хто і звідки. Слово – візитівка віку, професії, соціального стану, країни і громадянства. Слово гуртує людей у народ, націю і будує державу. Нарешті слово охороняє культурну цілісність та інформаційний суверенітет нації від нашестя чужого слова [15]. Нашестя в українське національне життєве середовище чужого російського слова не припинилося досі. Триває гостра боротьба за український національний інформаційний суверенітет. Московські імперські ідеологи і політики нині витончено використовують російську мову для знищення україн-

ської мови, культури, духовності, перетворення українців на слухняних біологічних роботів, які би безмовно працювали на сучасну захланну Росію, яка розв'язала війну проти України.

Нагадуємо, що російська мова, яка ще функціонує у всіх сферах українського суспільства, це не історичний гуманістичний природний здобуток. «Російська мова в Україні запанувала тому, що за часів царської і совєтської російської імперій було наплоджено 480 циркулярів, указів, постанов, ухвал, розпоряджень тощо про заборону української мови, культури, книгодрукування, навіть для дітей, що призвело до тотального зросійщення мільйонів українців» [8]. І на 30-му році незалежності України дається взнаки «приспана у частині українців родова пам'ять, поневолений розум, ущерблена і сторіччями заглушувана мовна та національна гідність» [19, с. 9].

Не зазіхаючи на мову, культуру, звичаї, традиції національних меншин, які живуть в Україні і мають повну можливість вивчати рідну мову, розвивати свою культуру (безперечно, повинні добре знати і шанувати українську державну мову, щоб бути повноцінними громадянами і реалізувати свої здібності в Україні), українці після століть бездержавності й асиміляції стали на гуманістичний шлях етнокультурного відродження, самозбереження, розвитку й утвердження національної ідентичності. При цьому беруть до уваги не лише інтелектуально-духовні напрацювання Тараса Шевченка, Івана Франка, Лесі Українки, Івана Нечуя-Левицького, Панаса Мирного, Олександра Потебні, Івана Огієнка, Юрія Шевельова, Ліни Костенко, Дмитра Павличка, Лариси Масенко, Олександри Сербенської, Ірини Фаріон, Володимира Качкана, Миколи Тимошика, Павла Мовчана, багатьо-багатьох інших українських патріотів, а й єврейського літератора Володимира Жаботинського (Зеєва), який розвинув цілісну світоглядну систему, названу дослідником його творчості Ізраїлем Клейнером «вселюдськістю у шатах націоналізму». Визнання самобутності і недоторканності кожної нації робить війну неможливою, а братнє ставлення до інших народів – обов'язковим і самозрозумілим. Згідно з ідеями Жаботинського – націоналізм, а не шовінізм, є ідеологією визнання світового братерства націй у всій їхній різноманітності. При цьому справжня культура має бути національною. Бо втрата етносом своєї мови, культури спричиняється до його розчинення в інших етносах.

Отже, в сучасних умовах глобалізації та гібридної війни Російської Федерації проти України електронні ЗМІ в Україні покликані систематично, цілеспрямовано своїми телевізійними і радіопрограмами спрямовувати кожного українця, всю націю постійно звертатися до

своєї самості, своєї історичної сутності, відновлювати, підтримувати велич національного духу, волелюбності, впевненості, працелюбності, любові до української мови, культури, духовності, які є підґрунтям і гарантом незнищенності. Тому зростає відповідальність журналіста за кожен факт, вибір новини, джерела інформації, слово, логічний наголос, тон та темп мовлення, паузу в цьому процесі, адже за допомогою цих елементів здійснюється правдиве відображення істинної реальності.

Сприйняття слухачами/глядачами аудіовізуальної інформації залежить від її змістового наповнення, специфіки програми, якості виражальних засобів: неоднозначність емоційного сприйняття сюжету з низькою інтенсивністю пов'язана з віковими, освітніми відмінностями та різноплановістю вподобань; позитивні емоції викликає насичений, динамічний ефір, діалогічність мовлення, різні форми подання інформації. У запам'ятовуванні аудіовізуальної інформації визначальними є цікавість та відповідність матеріалу особистим уподобанням, а також голосові характеристики мовця. Найефективнішими тут є вербально-інтонаційні властивості слова. Аудиторія сприймає аудіовізуальну інформацію через звуковий та візуальний образ, в якому поєднуються слово, картинка, музика, шуми, що забезпечують 87 % засвоєння аудіовізуальної інформації, 13 % залежить від соціально-демографічних та професійних характеристик людини.

Отже, в процесі створення аудіовізуальних телерадіоматеріалів потрібно враховувати й особливості сприйняття інформації глядачами/слухачами. Вони зумовлені звуковою природою радіо та телебачення, що реалізується через виражальну систему, а тому використання вербально-інтонаційних характеристик та музично-шумових ефектів у новинах, телерадіопрограмах, телерадіорекламі робить інформацію доступнішою для слухового сприйняття та ефективнішою для засвоєння.

Завжди актуальними будуть роздуми про співвідношення мови радіо і телебачення з усним мовленням – найважливішої форми існування мови як засобу комунікації; про слово як «сигнал сигналів», що викликає в мозку людини складний ланцюг емоцій і зорових образів, картин; про звукові елементи, що можуть викликати відчуття запаху, холоду або спеки, насолоди, болю тощо. Чверть інформації про навколишнє середовище людина отримує за допомогою звуку, що, розпізнаючись слуховою системою, дає імпульс головному мозку для формування коду, що перетворює інформацію на відчуття. Будь-який звук – як окреме повідомлення, здатен викликати в психіці людини, її підсвідомості та свідомості приховані внутрішні ефекти, що активізують уяву. Світ людини наповнений звуками, породженими самим життям. Кожний

предмет людина сприймає за допомогою органа слуху. Те, що людина сприйняла слухом, відображене в її свідомості у вигляді особливого психологічно-звукового образу. Усе, що нас оточує: предмети, явища, міста, навіть люди, яких ми бачимо чи спілкуємося в повсякденному житті, мають своє звучання. Згадаймо один із епізодів італійської «Легенди про піаніста» (1998 рік), в якому талановитий віртуоз, побачивши людину вперше, міг відтворити її «звучання» на піаніно. Звичайно, уміти «чути» людей чи предмети можуть лише люди чутливі, що перебувають у гармонії зі світом і самим собою.

Отже, найважливішим виражальним засобом на радіо є слово, що звучить, на телебаченні – відеозображення і слово. Слово втілюється через усне мовлення та здатне передавати контекст інформації через регулювання звукових параметрів, а через інтонаційні характеристики (мелодику, висоту тону, темп мовлення, тембр голосу, паузи й наголоси) – емоційний фон тексту.

Існує низка відомих відмінностей між усним та писемним мовленням, що добре відображено у визначенні І. Андронікова, який наголошував, що слово усне та слово написане – різні форми вираження думок. Написане здається штучним, ненатуральним у звучанні. А сказане, але позбавлене інтонацій, виглядає на папері як набір неточних приблизних висловлювань. Тільки в живому мовленні як людина сказала, перетворюється на те, що вона сказала. Живе слово, що звучить, має велику енергію, велику активність, великі можливості залучення умів і сердець, на відміну від слова написаного.

Професорка Олександра Сербенська, роздумуючи над унікальністю і великою силою звукового мовлення, пов'язує усне мовлення з фонологічною організацією національної мови. Національна культура, її зв'язок з національною мовою вимагають відповідної національної збалансованості в просторі України [18, с. 14]. Як своєрідний вокально-звуковий субкод національне усне мовлення дає можливість чітко висловлювати свою думку і, відповідно, адекватно сприймати її. На наше переконання, одним із важливих чинників ефективності теле- або радіоматеріалу є національна гармонійна фонологічна організація звукового тексту чи музики. Кожна країна, кожне місто звучить по-своєму. Від збереження національного звучання телевізійного або радіотексту залежатиме і його сприйняття та розуміння.

Отже, мовлення телерадіожурналіста як один із різновидів усного мовлення, а відповідно, й одне із джерел сучасної літературної мови, відображає всі процеси, що характеризують сучасне суспільство. Відповідальність журналіста за слово, що звучить, така сама, як і від-

повідальність кожного з нас за його розуміння та сприйняття. Адже звукова мова має надзвичайно важливе значення для активізації біоритмів національного інстинкту, для зміцнення психофізичної структури національного типу та мобілізації суспільства на основі національної ідеї українського державотворення [19, с. 56].

Найважливіше та найемоційніше в телевізійному й радійному тексті виділяють за допомогою інтонаційних характеристик. Навіть якщо звук тільки інтонувати, в ньому буде закладене певне значення, відтворене тим, хто вимовляє, сприйняте тим, хто слухає. Професор Василь Лизанчук влучно зауважив, що інтонаційне забарвлення є надзвичайно важливим чинником і нерідко здатне змінити семантику написаного слова і навіть надати йому протилежного значення [5, с. 67].

Латинське слово *intono* означає *«голосно вимовляю в тон, адекватний змістові, закладеному в думці»* [14, с. 264]. До елементів інтонації належать: мелодика (за допомогою якої оформлюються речення за метою висловлювання; безсполучникові речення, вставні слова, звертання; логічні підвищення та пониження тону); ритм, темп, тембр голосу, паузи, логічний наголос, фразовий наголос, емфатичний наголос.

Щоб розпізнати інтонацію інформаційного повідомлення, потрібно спочатку подумки ознайомитись із текстом, зрозуміти його суть, визначити логічні наголоси (семантичні центри) та паузи (що відділяють групи підмета від присудка), відобразити логіку та зміст інформації (особливу увагу звернути на дієслова як чинники розпізнавання логіки інформаційного повідомлення).

Для теле- і радіожурналіста дуже важливо навчитися правильно ставити паузи у своїх висловлюваннях. Паузація є потрібним елементом членування тексту, одним із засобів активізації уваги слухачів, виділення важливих компонентів мовленнєвого потоку. Існують такі пунктуаційні підказки у визначенні пауз: 1) кома між однорідними членами та простими реченнями вимагає паузи, передається висхідною інтонацією; 2) пауза після крапки з комою подовжена; 3) одиничне тире передається паузою та підвищенням тону; 4) двокрапка вимагає підвищення тону; 5) дужки передають пониженням тону. Низхідні інтонації називають мінорними, сумними. Висхідні – мажорними, веселими.

Дотримання всіх правил формування інтонаційного малюнку повідомлення забезпечує один із параметрів милозвучності української мови – плавність вимови, характерну для української мови [17, с. 263]. Адже в більшості інформаційних телерадіоповідомленнях чуємо не плавну вимову, а хвилеподібну, запозичену із сусіднього (російського) телерадіомовлення, для якого характерна силова вимова наголошених

складів із редукцією (скороченням) останніх складів, тобто «ковтанням» останніх складів. Для української мови властива плавна вимова з однаковим розподілом сили наголошення на всіх складах. Плавність вимови – важливий інтонаційний складник, над яким сьогодні українським радіотележурналістам потрібно працювати особливо ретельно.

Для аудіовізуальних засобів масової інформації характерний висхідно-нисхідний мелодичний малюнок. На радіо та телебаченні віддають перевагу низьким чоловічим і жіночим голосам з оксамитовим тембром. Природний темп мовлення українців становить 120–130 слів за хвилину. Швидкість мовлення в телерадіоефірі повинна бути в 1,5–2 рази більша. Для української мови характерним є наголос на останньому слові синтагми, що разом із паузами й мелодикою оформлює членування тексту.

Отже, будьмо пильними і пам'ятаймо, що маємо відповідальність як за кожен наш учинок, так за кожне слово, так і за форму його подання, тобто за тон, темпоритм, швидкість, наголос, паузу і так далі. Адже кожна інтонаційна характеристика слова може змінити й суть самого повідомлення або спотворити його.

Мовлення українських журналістів відтворює традицію усного мовлення в Україні. Мова засобів масової інформації на сьогодні виконує функцію джерела української літературної мови. Тому відповідальність журналіста за кожне сказане слово неабияка.

Стиль подання журналістського тексту повинен бути простим. Мовні засоби мають бути зрозумілими та доступними для глядачів та слухачів, а мовлення журналіста – багатим, щоб глядач зміг відчути та побачити все те, що побачив і відчув сам журналіст. Текст має бути живим, динамічним та точним. Слова телерадіоматеріалу адекватно відображають подію. Для цього теж варто користуватися словником заради достовірного опису деталей одягу, оточення тощо. Потрібно точно відбирати лише характерні факти. Треба чергувати фрази та абзаци, короткі та довгі речення, що дає можливість вибудовувати окремий ритм тексту [6, с. 142].

Щоб належно зрозуміти телевізійний сюжет будь-якого жанру, важливо дотримуватись раціонально-емоційної взаємодії тексту і зображення. Текст повинен підтримувати зображення, а не перекривати, не описувати точно те, що глядач бачить у кадрі. Адже телевізійний текст насамперед призначений для надання цікавої додаткової інформації про те, що зображено на картинці.

Доцільно скористатися досвідом німецьких телевізійних практиків і теоретиків Д. Моя і М. Ордольффа: «Підтримуйте зображувальний зміст, знайдіть усно-розмовний стиль, уникайте описів зображень і поєднуйте

текст і зображення: писати тексти для телесюжетів – це процес. Його, власне, ніколи не закінчиш. Постійно з'являються дрібниці, які можна покращити. Є сенс періодично вивіряти формулювання, заміняти слова або переписувати пасажі» [12, с. 169].

Отже, щоби уникнути дублювання тексту і зображення, доцільно формулювати подумки питання і перевіряти, чи містяться вже відповіді в зображенні. Якщо ні, то автор може в тексті передати забраклу інформацію. Дуже важливо, щоби оповідь перед телекамерою і радіомікрофоном була усною і зрозумілою для глядача і слухача.

«Щоб перевірити, чи текст усний, є простий рецепт: читайте вголос, – радять Д. Мой і М. Ордольфф. – Це найкращий спосіб визначити, чи легко текст злітає з язика. Цей метод найліпше працює, коли автор уявляє перед собою віртуальну авдиторію і робить текст предметом мови. Він помітить дуже швидко, коли щось не надається до плавного викладу. Коструба́ті тексти відразу помітні. Крім того, стиль викладу зазвичай безпосередньо передбачає правильний темп мовлення, який також буде відчутний перед мікрофоном» [12, с. 166]. Адже «говорити перед мікрофоном – означає використовувати різну гучність, змінювати темп, встановлювати павзи, знаходити належні наголоси, регулювати мелодику і грати тембром голосу» [12, с. 180].

Дотримання мовних норм в усному мовленні журналістів є запорукою порозуміння з телеглядачами й радіослухачами та підтримання доброго іміджу самих журналістів. Слухаючи мовлення українських теле- і радіожурналістів, спостерігаємо, що журналісти, на жаль, не завжди використовують знання мовних норм на практиці. Поняття *культура мовленого слова* особистості сьогодні розширює своє значення. Цей термін охоплює не лише дотримання норм літературної мови, а також особливості культури тональності мовлення, темпоритму, тембру мовлення, культури поведінкового тексту особистості, вміння поводитись у колективі, вишукано та правильно розмовляти. Культура мовлення – це й уміння особистості говорити так, щоб не нашкодити словом ні собі, ні іншим людям, а, навпаки, допомогти, надихнути, заспокоїти, спонукати, оживити тощо.

Подаємо деякі мовні покручі, що трапляються в телевізійному та радіомовленні, на які слід звернути особливу увагу, аби не повторювати їх майбутнім журналістам. Найтиповішими мовними помилками в телевізійних та радійних текстах є такі:

1. Уживання пасивних конструкцій: *«Сьогодні в антикорупційному суді* слухається *одразу паралельно кілька справ»* («Час новин»: 12.11.19); *«Сьогодні тут* слухаються *справи члена ради НБУ*

Миколи Калинського» («Час новин»: 12.11.19). Використання пасивних дієслів не властиве для українського усного мовлення, адже такі конструкції спотворюють мовлення, роблять його незрозумілим через граматичну відсутність суб'єкта дії в реченні. У таких випадках потрібно використовувати особові дієслова: в аналізованих реченнях *слухають*.

2. Уживання повторів, тавтологій, що не сприяють економії та мінімальності мови, а, навпаки, роблять мовлення громіздким та втомливим: *«Сьогодні в антикорупційному суді слухається одразу паралельно кілька* справ *різних фігурантів однієї* справи *щодо надання стабілізаційного кредиту Національним банком у дві тисячі чотирнадцятому році Віейбі банку»* («Час новин»: 12.11.19); *«Кілька днів тому Прилуки сколихнула* ще одна звістка – чергова звістка про ще одну *загадкову загибель підлітка»* (ТСН: 14.11.19); *«Тому* нині *відбувається верифікація, тобто перевіряють, хто саме і де саме* нині *заґратований»* (ТСН: 11.11.19).
3. Помилки у вимові звуків та звукосполучень: а) пом'якшення кінцевих твердих приголосних: *обшук*і («Час новин»: 12.11.19) замість *обшуки*, *захисник*і («Час новин»: 12.11.19) замість *захисники*, *як*є («Час новин»: 12.11.19) замість *яке*; б) неправильна вимова займенника *усі*: *усих* (ТСН: 14.11.19) замість *усіх*; в) неправильна вимова числівника *тисяча* зі скороченням серединного *я*: *дві* тисчі *чотирнадцятому році* («Час новин»: 12.11.19) замість *тисячі;* г) пом'якшена вимова шиплячих звуків: *зазначяють* («Час новин»: 12.11.19) замість *зазначають*, *визначєні* («Час новин»: 12.11.19) замість *визначені*, *обвинувачюваного* («Час новин»: 12.11.19) замість *звинувачуваного*; ґ) ковтання останніх звуків у слові: *йде* зара *слухання* (ТСН: 15.11.19); д) оглушення дзвінких приголосних у кінці слів та складів: *«Таких прохань до нього не натходило»* («Сьогодні»: 15.11.19) замість *надходило*; *«Через привітчинені двері»* (ТСН: 12.11.19) замість *привідчинені*; *«Це теш фігурант цієї справи»* (ТСН: 12.11.19) замість *теж*, «*Зарас у сій саме судовій справі»* (ТСН: 12.11.19) замість *зараз*; е) у вимові твердих приголосних перед «и»: *Константінопіль* («Новини»: 01.09.2018), *бліжче* («Новини»: 01.09.2018), *мітрополіта* («Новини»: 01.09.2018), *сінод* («Новини»: 01.09.2018), *Вірджінія* («Новини»: 11.09.2018); є) у вимові голосного «о» (замінюючи його на «а»): а*рендують* («Новини»: 01.09.2018), *безкаштовно* («Новини»: 01.09.2018).

Наявність таких орфоепічних помилок у мовленні українських телерадіожурналістів свідчить про неналежну роботу над своїм мовленням. Журналістові на сьогодні потрібно чітко усвідомити і знати, що носіям конкретної мови властиві свої вимовні норми, володіння якими сприяє швидкому порозумінню людей.

Культура вимови звуків та звукосполучень в українській мові формувалася впродовж століть, проте найбільше про неї почали писати дослідники, коли відновлено незалежність України і українці змогли відверто усно висловлювати свої думки та погляди. На жаль, зафіксовані порушення є послідовними в мовленні українських журналістів. Очевидно, це зумовлено впливом російської вимови. Проте одним із параметрів милозвучності української мови і є збереження всіх особливостей української вимови звуків та звукосполучень. Тому ігнорувати їх українським журналістам у прямому мовленні не варто.

4. Акцентуаційні порушення. Наявність акцентуаційних помилок у носіїв української мови зумовлена кількома причинами: 1) наголос в українській мові вільний, тобто може падати на будь-який склад слова; 2) в українській літературній мові наголос рухомий, тобто при словозміні може переходити з одного складу на інший; 3) на усталеність акцентуаційних норм вплинула строкатість наголошування в діалектах нашої мови, наголошування сусідніх мов, зокрема російської й польської, надуживання у творах авторів поетичними вільностями [10, с. 47]. Щоб не спотворювати свій текст неправильними словесними наголосами, тележурналістові потрібно докласти чимало зусиль, передусім зусиль пам'яті та волі, для відтворення правильного звучання багатьох слів української мови. Трапляються порушення в наголошуванні: іменників: *в середині серпня* («Новини»: 11.09.2018) замість нормативного *в середині серпня*, *несправність судна* («Новини»: 12.09.2018) замість *несправність судн*а, *для гостей проводили забави* («Новини»: 09.09.2018), пор. нормативне *для гостей проводили забави*; прикметників: *пересічного* («Новини»: 02.09.2018) замість *пересічного*, *судове засідання* («Новини»: 11.09.2018), пор. нормативне *судов*е *засідання*, *шквальний вітер* («Новини»: 13.09.2018) замість *шквальний вітер*, *пологовий будинок* («Новини»: 13.09.2018), пор. правильне *пологовий будинок;* займенників: *від самого ранку* («Новини»: 11.09.2018) замість *від самого ранку*; прислівника: *вдосвіт*а («Новини»: 11.09.2018) замість *вдосвіта*; дієслова: *лишаться за ґратами* («Новини»: 09.2018) замість *лишаться за ґратами*.

5. Граматичні порушення: неправильне позначення часу: в *десятій тридцять* («Час новин»: 12.11.19) замість *о десятій тридцять*; неправильне утворення форми наказового способу дієслова: давайте послухаємо («Час новин»: 12.11.19) замість *послухаймо*; неправильне утворення звертання: *доброго вечора,* Соломія (ТСН: 15.11.19), *вітаю,* студія («Правда. Наживо»: 08.11.19) замість *Соломіє, студіє*; неправильні закінчення в родовому відмінку однини іменників II відміни чоловічого роду: *тяжкого* ступіню («Сьогодні»: 15.11.19) замість *ступеня, пакунку* у формі родового відмінка («Новини»: 01.09.2018) замість *пакунка*, *з роддома* у формі родового відмінка («Новини»: 01.09.2018) замість правильного *з роддому*; неправильні конструкції з прийменниками *на, у* на позначення часу: *у наступний рік, на наступний рік, у наступному році* (ТСН: 14.11.19) замість *наступного року;* помилки у вживанні прийменникових конструкцій з такими прийменниками: *по: «Засідання досі триває* по *останній із обвинувачених, а саме по Світлані Кондзелі»* (ТСН: 15.11.19) замість щодо *справи Світлани Кондзели*, *Ігор Мазур може пересуватись* по *території Польщі лише у супроводі консула* (ТСН: 10.11.19) замість *територією*, по *німу справу ще не розглядають* (ТСН: 12.11.19) замість *його справу*, по *рекомендації як вберегтися від шахрайства* («Новини»: 01.09.2018) замість за *рекомендацією*, *документи* по *фермерському господарству* («Новини»: 12.09.2018) замість *документи* на *фермерське господарство*; *з*: *стоять під дощем* з *восьмої ранку* («Новини»: 10.09.2018) – рекомендуємо від *восьмої ранку*, з *початку доби бойовики обстрілювали* («Новини»: 10.09.2018) замість від *початку доби*, *чекає на повернення чоловіка* з *квітня* («Новини»: 12.09.2018) замість від *квітня*, *міністерство інфраструктури очолює* з *квітня* («Новини»: 13.09.2018) рекомендуємо від *квітня*. В українській мові часто вживають прийменник з у часовому значенні. Проте в таких випадках мовознавці рекомендують використовувати прийменник від; інші прийменники: *збирався* за *золотом* («Новини»: 02.09.2018) замість по *золото*, *засудили* до *трьох з половиною років* («Новини»: 10.09.2018) замість *засудили* на *три з половиною роки*; помилки у вживанні, узгодженні та відмінюванні числівників: *з восьма тисячами* («Новини»: 02.09.2018) замість правильного *з вісьма тисячами*, *на рахунку* восьмидесятирічного *Івана Пушкіна* («Новини»: 02.09.2018) замість правильного вісімдесятирічного *Івана Пушкіна*, *з півтисячою гривнів* («Но-

вини»: 10.09.2018) замість *з півтисячею гривень*, *чотирорічної давності* («Новини»: 11.09.2018) замість *чотирирічної давності*, *від дев'яносто п'яти до ста п'ятнадцяти гривень* («Новини»: 11.09.2018) замість *від дев'яноста п'яти*, *три різних православних церкви* («Новини»: 01.09.2018) – правильно *три різні православні церкви*. Наявність зазначених граматичних помилок у мовленні журналістів зумовлена незнанням граматичних норм української літературної мови. Вивчивши норми вживання граматичних категорій різних частин мови (зокрема роду іменників, відмінка та узгодження числівників, уживання прийменників), телерадіожурналіст зможе уникнути багатьох неоковирностей у своєму мовленні, що, звісно, підвищить його імідж в очах глядача/слухача.

6. Лексичні недоліки: «Сюда *прибула група підсилення*» (ТСН: 14.11.19) замість *сюди*; «Мова йде *про вболівальників*» («Правда. Наживо»: 08.11.19); «Мова іде *про одну цілу два десятих мільярда гривень*» (ТСН: 12.11.19) замість *ідеться;* «існуючого *фінансування*» (ТСН: 14.11.19) замість *чинного, дійсного*; *Тарас* розбирався *в ситуації* (вед., 01.09.2018), *в ситуації* розбирався *Олексій Гомон* («Новини»: 01.09.2018). Слово *розбиратися* має значення в українській мові «знімати з себе одяг», а для вираження значення, про яке йдеться в поданих висловлюваннях ведучих, краще застосовувати слова *з'ясовувати, дізнаватися* тощо; *чекає на всіх* бажаючих («Новини»: 02.09.2018) – кальку з російської мови *бажаючий* рекомендуємо замінювати українськими *охочий, зацікавлений*; *головуючий суддя* («Новини»: 11.09.2018) – те саме стосується дієприкметника *головуючий*, який залежно від контексту потрібно замінювати словами *головний* або *голова, керівник* та інші; *вмовляють припинити* голодовку («Новини»: 09.09.2018) – *голодовка* – морфемна калька з російської мови, українською правильно *голодування*; *серед затриманих люди* похилого *віку* («Новини»: 09.09.2018) – словосполучення *люди похилого віку* доцільно замінювати іншим прикметником з огляду на делікатне називання особистості (наприклад, *поважного, старшого*); зйомки *фільму* («Новини»: 11.09.2018) – слово *зйомки* є калькою з російської, яку потрібно замінити на українське *знімання*; *у чому* полягав *тиск антикорупційного бюро* («Новини»: 13.09.2018) – такі конструкції потрібно синтаксично перебудовувати по-іншому (наприклад, *у чому суть*), тому що слово *полягати* має інше лексичне значення; пасок *безпеки* («Новини»:

12.09.2018) – нормативно *ремінь безпеки*; у більшості *вони не були погоджені з владою* («Новини»: 09.09.2018) – зважаючи на синтетичний характер української мови, сполучення *у більшості* потрібно замінити прислівником *здебільшого; дві машини* зіштовхнулися *з кортежем* («Новини»: 09.09.2018) – краще: *машини зіткнулися*; їх *матч відбудеться завтра* («Новини»: 02.09.2018) – коли йдеться про присвійне значення займенника, то потрібно вживати присвійний *їхній*, а не особовий *їх; чому так* вийшло, *з'ясовувала…* («Новини»: 01.09.2018) – нормативне *чому так сталося*. Це типові порушення лексичних норм, що трапляються в мовленні українських публічних осіб та в нашому повсякденному мовленні. Щоб їх уникнути, потрібно навчитися контролювати своє мовлення, підбираючи вишукані українські лексичні відповідники.

Окрім зазначених мовних покручів, трапляються також екання та икання в усному мовленні журналістів. Це не лише не сприяє милозвучності усного тексту, спотворює його, але й заважає глядачеві (слухачеві) інколи збагнути зміст мовленого, відволікає увагу реципієнтів від головного. Над такими недоліками журналістам потрібно працювати самостійно, контролюючи кожне сказане слово, уникаючи заповнення ними пауз у мовленні, доки це не стане автоматичним.

Слухаючи тексти ведучих та кореспондентів зауважено, що журналісти не завжди дотримуються правил милозвучності у вживанні прийменників *у/в*, адже часто перед словами, що починаються на *в*, вживають прийменник *в*, тоді як ми знаємо, що перед словами, що починаються на літеру *в* та буквосполучення з *в*, потрібно вживати *у*, наприклад: *попрощалися в Вашингтоні* («Новини»: 02.09.2018) – правильно: *попрощалися у Вашингтоні*.

Отже, мовлення людини – надзвичайно складний розумовий процес, що супроводжується одночасно іншими розумово-психічними процесами. В акті народження думки беруть участь мислення, пам'ять, мовлення, знання, навички й уміння людини, все свідоме і підсвідоме, її життєвий, професійний і мовленнєвий досвід. Навчитися вправно володіти словом можна за допомогою щоденної практики. Журналістам потрібно набувати усно-розмовний досвід шляхом вербалізації змісту будь-яких ситуацій; створювати синонімні ряди до різних слів.

Сучасний читач/слухач (мовець) зорієнтований на креативні тексти, оригінальні думки авторів, вільний від суспільних табу погляд на явища та події. Тому дослідження нового (сучасного) типу мовної особистості пов'язане з поняттями креативності та лінгвокреативності.

Важливим складником креативної особистості є й певні особливості її мовлення. Мовознавці виокремлюють сьогодні, окрім низки основних функцій мови, особливу креативну функцію, коли мовні сутності виявляються первинними щодо сутностей позамовних (явищ об'єктивної дійсності). У лінгвістиці креативу сформувалося уявлення про креативну функцію мови, в основі якої лінгвокреативне мислення, що спонукає індивіда до якісно нового використання потенціалу мовних одиниць.

Інтерес лінгвістів до вивчення лінгвокреативності зумовлений поглядом на мовотворчість як сприятливе підґрунтя для оказіонального словотворення, а також спробою з'ясування в яких контекстах та яким чином найпотужніше реалізується лінгвокреативний потенціал мовців [2, с. 9].

Термін *лінгвокреативний* уперше вжив у своїх роботах Б. Серебряніков, який пов'язував лінгвокреативне мислення з мовотворчою функцією словотвору [20, с. 11]. Лінгвокреативність мовця проявляється через певні мовні засоби, що культивують мисленнєво-мовленнєву свободу сучасних людей, збагачують їхні знання, розвивають уподобання, розширюють наявні асоціації та сприяють інтелектуалізації суспільства [2, с. 3].

Значні прояви креативності спостерігаємо в сучасному україномовному медійному дискурсі. Помітно розширюється запас мовних засобів, що забезпечують організацію журналістського тексту. Автори медіатекстів використовують такі засоби вираження, що задовольняють не лише інформаційну, а й емоційно-експресивну насиченість тексту [21]. Серед виразних можливостей лінгвокреативних засобів у сучасних медійних текстах в якості домінантних виокремлюємо не лише комічні, зумовлені створенням комічного ефекту зі стилістичною метою, але й не менш важливим є естетичний ефект, що характеризується приверненням уваги до мовної форми ефірного спілкування.

З огляду на те, що комунікативна сила і специфіка мовленого, живого слова є, по суті, неосяжною, авторам передач потрібно враховувати не лише те, що теле- і радіокомунікація може бути носієм, генератором доброчинної, доброчинно-громадянської енергії українського національного Духу (це надто важливо!!!), а й небезпечною маніпулятивною зброєю в сучасних умовах інформаційно-психологічної агресії зовнішніх і внутрішніх ворогів незалежності України. Адже «в умовах чужомовної експансії «вухо» багатьох байдуже до мелодій рідної мови, а новітні технології, серед яких надзвичайно небезпечними для формування українського звукового простору є аудіовізуальні засоби, бо вони продукують нові форми лінгвоциту» [16, с. 57].

Академік Академії наук вищої освіти України, професорка О. А. Сербенська у своїх працях, у яких досліджує особливості функціонування телебачення і радіомовлення, висловила надто важливі думки, що передумовою, основою, засобом стабільності й злагоди в Україні стане українська мова, яка потужно пануватиме в усіх клітинах суспільного і державного організму. В новому актуальному підручнику «Голос і звуки рідної мови» вона опублікувала результати кількадесятирічної праці українського фізика Володимира Коса над програмою, що ґрунтується на концепції «Єдиного поля» і «Природного закону». Привертаємо увагу до суспільно важливих суджень:

- Завдяки рідній мові налагоджується гармонійний зв'язок між свідомістю людини і прихованими талантами та здібностями, що дрімають у її підсвідомості. *Рідна мова виступає як канал*, через який людина черпає цілющу енергію рідної землі.
- Українська мова, сформована на території України, ідеально відповідає українському життєвому просторові: клімату, ландшафту, геоенергетиці, флорі та фауні.
- Український *народ*, українська *земля* й українська *мова* – це *єдина система*, цілісність якої підтримується акустичним когерентним (взаємоузгодженим) полем.
- Значна частина українців унаслідок цілеспрямованої імперської політики не розмовляє українською мовою; отже, розірвано вібраційний зв'язок із рідною землею і сотнями поколінь українців.
- Інтенсивне просування в будь-яку країну чужої для неї мови є актом мовної агресії, яка руйнує цілісність національного біополя і підриває його життєспроможність.
- Могутні держави дбають про збереження власної мови й енергійно протидіють експансії чужих мов. Настав час цю істину нарешті зрозуміти й українцям і *захистити себе від мовної агресії*.
- Повернення українців до природного закону своєї землі потребує зусиль, можливо й значних [19, с. 176–177].

Використання лексичного потенціалу в мас-медійному дискурсі набуває сьогодні можливостей вираження настроїв та очікувань глядачів і слухачів, пов'язаних з гібридною війною Росії проти України. У цьому контексті важливо, щоби тісно взаємодіяли вербальні й невербальні засоби, доповнювали, підсилювали одне одного під час комунікаційних процесів.

Українські науковці відзначають значні зрушення в усному публічному мовленні на початку XXI століття. Зважаючи на це, виокремлюємо основні зміни, що відбуваються в мовленні українців на межі

XX–XXI століть. Це зокрема: 1) збільшення варіантних форм. Це зумовлено зміною джерела формування та розвитку літературної мови (раніше таким джерелом вважали художню літературу), яким стала усна публічна мова, зокрема мова ЗМІ та інтернет-мережі; 2) активізація запозичень, що призводить до звуження сфери вживання окремих питомих одиниць української мови, зокрема вигуків. На жаль, сьогодні в мовленні журналістів-теоретиків та практиків спостерігаємо тривожну тенденцію до вживання англіцизмів тоді, коли існує український відповідник до поняття (*інклюзивне суспільство*, *диджиталізація*, *фактчекінг* тощо); 3) моделювання прагматичних смислів для граматикалізації категорії оцінки, тобто виникнення нових слів та сполучень слів на позначення оцінки (*страшенно гарний*) [4, с. 54]; 4) лінгвалізація нових соціальних цінностей; 5) підвищення лінгвофемінізації, що проявляється в утворенні нових лексем на позначення осіб жіночої статі (*блогерка*); 6) актуалізація граматичного значення чоловічого роду – порушення співвіднесеності граматичного роду іменників зі статтю позначуваних осіб, зокрема йдеться про конструкцію «хтось у спідниці» [24]. На наше переконання, останні дві зміни, що відбуваються в мовленні українців, свідчать про формування нової особистості жіночої статі в українському суспільстві; 7) виникнення авторських новотворів – оказіоналізмів задля творення комічного ефекту, сатиричного зображення подій та ситуацій, вираження глузування, зневаги, презирства тощо [2, с. 9].

Автори журналістських текстів нерідко використовують у своєму мовленні вже наявні мовні засоби для створення нових контекстів, наприклад, іменуючи свої матеріали назвами відомих творів (*«Злочин і кара»* – «ТСН»: 27.05.2017) або у відомі прислів'я з метафоричним значенням вкладаючи новий сенс з прямим значенням (*«Де тонко, там і рветься»* – «24 канал»: 29.05.2017; *«Свого не цураймося і чужого научаймося»* – «24 канал»: 29.05.2017). Окрім того, журналісти вдаються до створення комічного ефекту за допомогою обігрування значень слів (*«Фонтан, якого не чекали»*, *«Столичний прорив»* – «ТСН»: 29.05.2017; *«Задом до Москви»* – «ТСН»: 27.05.2017; *«Янукович офлайн»* – «24 канал»: 29.05.2017), за допомогою алюзій *(«Троянський миротворчий кінь»* – «ТСН»: 10.09.2017), оксиморону (*«Там, де німі кричать»*, *«німий крик про допомогу»* – «ТСН»: 24.09.2017), а також створення авторських неологізмів: (*«Антипідручник»* – «ТСН»: 27.05.2017; *«Пірати кіберморя»* – «ТСН»: 27.05.2017; *«Євробляхарі»* – «ТСН»: 10.09.2017; *«Розливайка»* (той, хто неофіційно продає алкоголь) – «ТСН»: 10.09.2017).

Отже, мовлення телерадіожурналіста як один із різновидів традиції усного мовлення в Україні відображає будь-які суспільні процеси й

трансформації; це джерело української літературної мови; це приклад елітарного мовлення. Саме тому майбутній український телерадіожурналіст покликаний уважно та відповідально ставитися до вивчення мовних норм, інтонаційних характеристик журналістського тексту, а також створювати креативні тексти, щоб заслужити увагу своєї аудиторії.

Запитання для самоконтролю

1. Які відмінності між усним та писемним мовленням?
2. Що таке національна фонологічна організація тексту?
3. Які особливості телевізійного та радійного мовлення?
4. Назвіть інтонаційні параметри телерадіомовлення.
5. Яка етимологія слова *інтонація*?
6. Що таке плавність та хвилеподібність мовлення? Яке мовлення (плавне чи хвилеподібне) властиве для української мови?
7. Як правильно розставляти паузи в усному мовленні?
8. Що таке логічні наголоси?
9. Дайте визначення поняттю *культура мовлення*.
10. Що таке мовна норма? Які мовні норми вам відомі?
11. Наведіть приклади найтиповіших лексичних помилок у мовленні журналістів.
12. Яких орфоепічних помилок слід уникати журналістові?
13. Назвіть причини та приклади граматичних порушень.
14. Які найтиповіші порушення милозвучності в мовленні українських журналістів?
15. Що потрібно робити журналістові для вдосконалення власного мовлення?
16. Що таке креативне мовлення?
17. Наведіть приклади креативних текстів.

Завдання для самостійної роботи

1. Проаналізуйте інтонаційні параметри мовлення українського журналіста (на вибір). Наведіть у коментарі конкретні приклади правильного та неправильного інтонування тексту.

2. Підготуйте рецензію на тему «Мовленнєва культура телевізійного або радійного журналіста (на вибір)». Наведіть конкретні приклади з посиланнями на текст дотримання та порушення різних мовних норм.

3. Проаналізуйте мовлення журналіста (на вибір) на наявність креативних елементів у його усному тексті. Наведіть конкретні приклади з посиланнями на текст.

Література

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись та правильно говорити / за заг. ред. Олександри Сербенської : навч. посібник. – 3-тє вид., доп. і переробл. – Львів : Апріорі, 2017. – 304 с.
2. Воропай С. В. Лінгвістична креативність та її реалізація у мові користувачів соціальних мереж (на прикладі соціальної мережі Фейсбук) / С. В. Воропай // Філологічні трактати. – Т. 8. – № 4. – 2016. – С. 7–13.
3. Горіна Ж. Д. Лінгвокреативність у мовленнєвій репрезентації елітарної мовної особистості / Ж. Д. Горіна // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка (Педагогічні науки). – 2011. – №15(226). – С. 94–102.
4. Космеда Т. А. Актуальні процеси мовлення чи «мовний смак» української сучасності / Т. А. Космеда // Мовознавство. – 2014. – № 2. – С. 44–54.
5. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
6. Лизанчук В. Радіорепортаж – найскладніший інформаційний жанр / Василь Лизанчук // Теле- та радіожурналістика. – Вип. 12. – Львів, 2013. – С. 132–147.
7. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика / В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – 728 с.
8. Лизанчук В. Москва – це смерть, а вічність – Україна / В. Лизанчук // Українська літературна газета. – 2020. – 3 липня.
9. Любченко Ю. В. Виражальна система радіожурналістики : монографія / Ю. В. Любченко. – Запоріжжя : АА Тандем, 2016. – 192 с.
10. Михайличенко Н. Орфоепічна культура телерадіожурналіста. Практикум / Наталія Михайличенко. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 112 с.
11. Михайличенко Н. Формування лінгвокреативності в мовленні майбутніх тележурналістів / Н. Михайличенко // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2017. – Вип. 42. – С. 293–298.
12. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика. Т. 62 / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.

13. Поліщук В. Креативність – не розкіш, а засіб пересування / Валерій Поліщук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: https://zaxid.net/kreativnist__ne_rozkish_a_zasib_peresuvannya_n1424232
14. Радіовиробництво: навч. посібник / Ю. П. Єлісовенко, М. В. Нагорняк / за заг. ред. проф. В. В. Різуна. – К. : ТОВ «Друкарня «Бізнесполіграф», 2017. – 304 с.
15. Радчук В. Двомовний янус України / В. Радчук // Молодь України. – 1999. – 29 квітня.
16. Сербенська О. А., Волощак М. Й. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей / О. А. Сербенська, М. Й. Волощак. – К. : Вид. центр «Просвіта», 2001. – 204 с.
17. Сербенська О. Основні параметри милозвучності української мови / Олександра Сербенська // Теле- та радіожурналістика. – Вип. 15. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – С. 258–266.
18. Сербенська О. Феномен звукового мовлення / Олександра Сербенська // Культура усного мовлення. Практикум : навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 8–15.
19. Сербенська О. Голос і звуки рідної мови / Олександра Сербенська. – Львів, 2020. – 280 с.
20. Серебрянников Б. А. К проблеме сущности языка / Б. А. Серебрянников // Общее языкознание: формы существования, функции, история языка. – М., 1970. – С. 11–95.
21. Сніховська І. Е. Лінгвокультурні особливості креативних феноменів у англомовному тексті / І. Е. Сніховська [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://eprints.zu.edu.ua/19212/1/ Сніховська_стаття4.pdf
22. Уживаймо правильно прийменникові конструкції / уклали: Олександра Сербенська, Наталія Михайличенко. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 41 с.
23. Федик О. Мова як духовний адекват світу (дійсності) / О. Федик. – Львів : Місіонер, 2000. – 300 с.
24. Халіман О. В. Мовна гра в дискурсі сучасної газети: актуалізація граматичних засобів (на прикладі граматичного значення чоловічого роду) / О. В. Халіман // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 24 (63). – 2011. – № 4. – Ч. 1. – С. 199–203.
25. Яцимірська М. Г. Культура мови журналіста / Марія Григорівна Яцимірська : навч. посібник. – 2-ге вид. – перероб. і доп. – Львів : ПАІС, 2017. – 168 с.

Післямова

Вельмишановний читачу: студенте, аспіранте, асистенте, доценте, професоре, Людино будь-якої професії! Після ознайомлення, прочитання, аналізу, осмислення, пізнання сутності викладеного матеріалу у Вас склалося певне враження про концептуальну спрямованість, змістове наповнення, інформаційну насиченість, науково-педагогічну вартість цього підручника.

Ми не знаємо, яка Ваша думка, оцінка нашої інтелектуально-дослідницької праці. Вдячні кожному, хто схвалив наш підручник, доброзичливо сприяє, щоби він зацікавлював вимогливе студентське товариство, був для майбутніх журналістів джерелом теоретичних знань, методичною допомогою на практичних і лабораторних заняттях, під час наполегливої самостійної роботи.

Водночас вважаємо за потрібне наголосити, що авторський колектив прагнув привернути увагу до найважливіших традиційних і актуальних найновіших особливостей функціонування телебачення і радіомовлення у зв'язку з постійним розвитком інтернету, соціальних мереж, у полоні яких перебуває досить багато користувачів. Також важливо було врахувати дуже складну суспільно-політичну ситуацію в Україні, викликану гібридною війною Російської Федерації та глобалізаційними процесами.

Інформаційна система й надалі буде змінюватися, адже комунікаційні технології швидко оновлюються, забезпечуючи кожному бажаючому умови для створення вербального і візуального контенту. Тому маємо усвідомлено, професійно працювати, щоби найсучасніші інформаційні технології не поглинули гуманістичну сутність журналістського покликання, не відсунули на маргінес національні, моральні, духовні і соціальні цінності, принципи доброчесності, правдивості, справедливості, свободи слова і громадянської відповідальності. Надзвичайно гострою ця проблема є в Україні, на громадян якої спрямована потужна російська, і не тільки, маніпулятивна пропаганда, щоби загальмувати, не дати можливості всім українцям глибинно розвинути, ствердити свою самобутню, соборну ідентичність, поринути у чисті джерела національного духу, всебічно пізнати, зрозуміти, відчути героїчно-трагічну, правдиву передісторію нинішнього державотворення, коріння якого сягає у далекий 838 рік, коли давньоукраїнська держава Русь уже була добре відома на міжнародній арені, про що свідчать найновіші наукові дослідження, які ґрунтуються на арабських, візантійських та західноєвропейських архівних документах.

«Держава Русь в козацьку Україну
Розвинулася й визріла, як дух,
Як мова і як пісня поколінь,
І як земля, що нацією стала,
І працею та зброєю своєю
Сама себе від смерті зберегла.
Але цього ще досі не збагнула
Москва, і, мабуть, не збагне ніколи.
Вона століттями вбиває нас,
Держави нашої не визнає,
А стверджує, що ми – єдиномовний
З братами росіянами народ.
А те «братерство» ми давно пізнали
На Соловках, в Сибірах, в Сандермосі,
І пізнаєм тепер – даремно просим
В «старшого брата» миру, він щодня
Стріляє в нас, навчає жити краще,
як стріляти краще – ніжно вчить».

На наш погляд, ці емоційно насичені, не злостиві, але справедливі слова лавреата Шевченківської премії, Героя України Дмитра Павличка з поеми «Святополк Окаянний» мають безпосередній стосунок до навчально-виховного процесу в освітніх закладах. Вони є своєрідним комунікативно-мотиваційним засобом для молодого покоління журналістів, місія яких навчатися фахово, правдивим словом і відеозображенням сприяти відродженню у кожного українця родової, національної історичної пам'яті, формуванню у кожного громадянина України державницького, патріотичного мислення, об'єднуючих національно-духовних сенсів життя, ствердженню морально-громадянських, соборних українських ціннісних орієнтацій. Адже досі у будні та й під час проведення офіційних урочистих заходів бачимо, відчуваємо ціннісний розрив між минулим, сучасним і уявленням про майбутнє України. Здебільшого гнітюче враження викликала офіційна церемонія святкування 29-ї річниці відродженої Незалежності України у тих, хто сподівався на глибокий, змістовний аналіз суспільно-політичної ситуації у країні, повноцінний український патріотичний та естетичний контент. Натомість – після популістської промови Президента святість держави Україна розчинилася в стриптизерсько-одаліскових вихилясах напівоголених попспівачок і танцівниць, яким на сцені, покритій синім і жовтим кольором, що символізували Державний Прапор України,

топтався президент В. О. Зеленський, задоволено кивав головою і періодично ритмізував псевдотанцювальні конвульсії горішньою частиною тіла в такт мелодіям.

Засоби масової інформації заледве витримали шквал полярних оцінок святкового дійства на Софійському майдані. Гострою була дискусія у соціальних мережах про сутність високих, духовних, національних цінностей та хибних, антицінностях, які призводять до деградації прихильників, бо формують нігілістичне, а то й вороже ставлення до змістовної, високо естетичної української національної культури, мови, моральних звичаїв і традицій.

Мовиться у «Післямові» про це тому, що молодим та й статечним журналістам треба таки знати, розуміти, що національні цінності, як ґрунтовно, раціонально аргументують науковці, є певними концептуальними, ідеологічними основами, консолідуючими чинниками, важливими духовно-психологічними, сенсожиттєвими орієнтирами особистісного, суспільного і державного розвитку.

Після соціологічних опитувань Національний інститут стратегічних досліджень назвав такі національні цінності: добробут, справедливість, стабільність, права людини, порядок, рівність перед законом, свобода, духовність, патріотизм, взаємодопомога.

Учені В. Горбулін і А. Качинський наголосили, що подальше існування української нації і держави маємо розглядати крізь призму її ціннісного ядра, що консолідує суспільство, а саме: національна безпека, духовні надбання, добробут, система міжнародних зв'язків, патріотизм і соціальна справедливість.

Дослідники П. Гай-Нижник і Л. Чупрій до вищевизначеної системи цінностей додали ще такі: моральність, релігійність, взаємотерпимість, миролюбність, доброзичливість, працелюбність, сім'я (сімейні цінності), які завжди були притаманними українцям і відображають сутнісні засади українського національного характеру. За даними експертного опитування П. Гай-Нижник і Л. Чупрій визначили ядро домінуючих цінностей українського народу: патріотизм, права і свободи людини, соціальна справедливість, матеріальні та духовні надбання, національна безпека, природні ресурси, конституційний лад. Зухвале порушення ключових національних цінностей владною верхівкою, яку очолювали регіонали В. Янукович і М. Азаров, зокрема прав і свободи людини, її безпеки, соціальної справедливості й призвело до виникнення студентського у листопаді 2013 р., потім у грудні 2013 р. загальноукраїнського протестного Майдану та вибуху Революції Гідності в січні–лютому 2014 р. Упродовж цих місяців В. Янукович, М. Азаров, В. Захарченко,

А. Клюєв не виявляли найменшої схильності до консультацій, переговорів, компромісів. Навпаки, оббріхували євромайданівців, уперто «закручували гайки», чинили дедалі більші беззаконня, поглиблювали конфронтацію і провокували насильство. Цього чомусь не бачили А. Портнов, О. Лукаш, О. Бондаренко, Н. Королевська, інші поплічники промосковських васалів. За час мирних протестів від зброї ворогів-нелюдів загинули найкращі сини і дочки з різних областей України. Убієнних борців за українські національні цінності, правову, соборну, демократичну, незалежну, європейську Україну громадськість нарекла «Небесною Сотнею». Нинішні кремлівські посіпаки з «Опозиційної платформи – За життя» не без мовчазної, а може й словесної згоди «Слуг народу» В. Зеленського, намагаються принизити, спаплюжити, звинуватити мужніх, чесних Героїв України у тому, що вони, мовляв, здійснили переворот, призвели до російсько-української війни.

В етнократологічному словнику за редакцією О. Антонюка, М. Головатого і Г. Щокіна наголошено, що головною ціннісною засадою національної держави є мова, яка відтворює історично-соціальні явища, духовність та традиції, почуття Батьківщини.

Прикро, але правду не заховаєш, серед нас є люди, які вважають себе освіченими інтелігентами, займають навіть високі управлінські крісла, виступають по радіо, хизуються на телевізійних ток-шоу, але з дуже обмеженими знаннями про духовні, моральні, соціальні, національні цінності, національні інтереси, національні цілі, про справжню, а не сфальшовану ворогами історію, культуру, мову, звичаї і традиції українського народу. Такі люди в іудаїзмі підпадають під визначення «вкрадені діти». В Україні, на жаль, «вкрадених дітей» чужою російською владою чимало. Їх насильно, підступно, хитро-мудро витворювали під час російського царського і московського комуністичного режимів; насамперед позбавляли українців рідної мови, лицемірно створювали такі передумови, щоби в українців формувалася російська імперська, рабська свідомість.

Досвідчена наукова працівниця НАН України Роксана Харчук справедливо зазначає, що значна частина етнічних українців розуміють: вони народжені в Україні, але при цьому не приймають українську мову, культуру, часом зневажають і водночас ототожнюють себе з усім російським. І якщо у XIX столітті це була російська ідентичність, втілюючись у типі українця-малороса, то XX ст. – та ж російська ідентичність, але під машкарою ідентичності радянської, овіяної флером соціальної справедливості й інтернаціоналізму, що витворила тип українцям-гомосовєтікуса, який у XXI столітті є головною дійовою особою у

проросійській «п'ятій колоні». Вона безцеремонно виступає проти всього українського, ігнорує українську мову, намагається анулювати Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної», вчинити новітній лінгвоцид. Навіть намагаються пропхати законопроект, щоби іноземці, які здобувають вищу освіту в Україні, навчалися не українською, а російською мовою. Мета зрозуміла: позбавити майбутніх фахівців можливості бути доброчинними українськими громадськими послами у своїх країнах, створювачами позитивного іміджу Україні.

Академік НАПН України Георгій Філіпчук підрахував, що за останні 25 років Україна втратила більше 3 млн дітей. Це втрати не лише фізичні, а –найстрашніше – національно духовні. Лише у 21 % українських вищих навчальних закладах студенти отримують освіту державною мовою. А майже 80 % – мовою російською. Нинішні «вкрадені діти», на жаль, не розуміють, що наполовину бути вільним і рабом неможливо. У такій морально-психологічній ситуації надзвичайно важливо, щоби електронні мас-медіа аргументовано, виважено, переконливо доносили до «вкрадених дітей» Правду, що «українська мова – це той енергетичний вал, який захищає народ від виродження» (Катерина Мотрич), це – синонім життя, код української душі, який єднає його з Богом. А свобода слова – це не свобода антиукраїнської маніпулятивної пропаганди в інтересах російських загарбників, які ведуть проти України, європейських країн та й світу гібридну війну. Свобода – одна з вищих моральних цінностей людини має сприяти реалізації національних інтересів, подоланню кризи української ідентичності, а не нав'язування чужої – російської.

Згідно зі статтею 20 Конституції України державними символами України є Державний Прапор України, Державний Герб України, Державний Гімн України. До державних символів України доцільно зарахувати Українську Державну Мову як основний державотворчий засіб. Українська мова відіграє визначальну консолідуючу роль у суспільстві і є головним чинником національної безпеки української нації і держави. Допомогти це зрозуміти кожному громадянинові виключно з Президентом України покликані журналісти. Адже глумитися над державними символами України не лише аморально, а й – злочинно.

Новітні зросійщувачі українців через засоби масової інформації нав'язують думку, що «російська мова в Україні – це великий історичний здобуток». Нагадуємо: російська мова в Україні запанувала тому, що за часів царської і совєтської імперій було наплоджено 480 циркулярів, указів, постанов, ухвал, розпоряджень тощо про заборону української мови і культури, закриття українськомовних шкіл, підвищення на 15 %

зарплати російським словесникам, викладання російською мовою майже усіх предметів у професійно-технічних та вищих навчальних закладах, що призвело до тотального зросійщення мільйонів українців. Відродження функціонування української мови в усіх клітинах державного і суспільного організму, тим паче на радіо і телебаченні, у соціальних мережах – це природне право українців. Адже плід серця, плід розуму, почуття, емоції, краса – закодовані для українців в українському слові. Діти національних меншин в Україні, до яких також належать росіяни, мають повну можливість вивчати рідну мову, розвивати свою культуру. Але, живучи в Україні, покликані заради свого блага знати, шанувати українську мову, бо без володіння державною мовою вони не зможуть бути повноцінними громадянами, реалізувати свої інтелектуальні здібності в Україні. «П'ятиколонники» та деякі «нові обличчя», свідомість яких імперсько-московська та малоросійська спекулюють «Європейською Хартією міноритарних мов або мов меншин», суттєво змішують сенсні акценти, по суті обдурюють російськомовних громадян, щоби вони підтримували «Опозиційну платформу – За життя», партію Шарія та інших промосковських блудників. У Преамбулі мовної Хартії чітко написано, що «*охорона і розвиток регіональних мов або мов меншин не повинні зашкоджувати офіційним (тобто державним –В. Л.) мовам і необхідності вивчати їх*». Це зовсім не на шкоду болгарам, грекам, євреям, полякам, росіянам, румунам, угорцям та іншим національним меншинам, а навпаки – є доброчинним кроком до виконання Європейської мовної Хартії, де окреслено «важливість міжкультурного діалогу і багатомовності», бо саме у розмаїтті мов, культур, звичаїв, традицій краса світу. Щоби краса світу була привабливішою, насиченішою, то не треба слухати слуг московської тьми, знищувати чудову українську мову, яка дана Богом. Божим даром є мова кожного народу – багаточисленного і малочисленного.

Отже, «російськомовному населеннию» ще і ще треба роз'яснювати по телебаченню, радіо, Інтернету, соціальних мережах, що ніхто в Україні їх не кривдить, не обмежує їхні права на спілкування будь-якою мовою. Йдеться лише про те, щоби зрілі, статечні російськомовні громадяни вийшли з-під отруйного впливу московської маніпулятивної пропаганди, не ставали на перепоні своїм дітям, онукам, правнукам повернутися до свого етнічного родоводу, до джерела українських національних цінностей, остаточно зрозуміти, що русини=українці та московити=росіяни не одного роду племені, це – різні етноси, і спадкоємицею Русі=Київської Русі є Україна, а не Московія=Росія. Але як сусідам – треба жити у злагоді, порозумінні та мирі. Мир між Україною і Російською Федерацією залежить тільки від росіян.

Щоби телевізійні- й радіопрацівники, всі журналісти, користувачі різних платформ інтернету були свідомими професіоналами, цілеспрямованими, найактивнішими, надійними комунікаторами, провідниками глядачів, слухачів, читачів у насиченому інформаційному просторі, не потонули в улесливій, медоточивій олжі, а глибоко розуміли сутність, мету кожної інформації=новини, кожного виступу політиків, депутатів, службовців, кожного інтерв'ю, ток-шоу, то потрібно спиратися, сповідувати вищі моральні, духовні, соціальні, естетичні, національні цінності, виважено, раціонально, аргументовано мислити, думати, діяти. Згадаймо імператив: «Думаю, отже, живу» (Декарт). Але цього замало. Невідкладно вчімося правильно думати, адже «правильно думати – це морально-етична норма» (Паскаль).

Для журналістів в умовах російської гібридної війни і глобалізації «правильне думання» – це українськоцентричне мислення, українськоцентрична позиція, українськоцентричні вчинки, це – українськоцентрична творчість, суть якої в утвердженні найважливішої цінності – соборної української України в органічній єдності з дбайливістю і громадянською відповідальністю за морально-духовний розвиток суспільства, свою родину, самоствердження національної ідентичності.

Надзвичайно важливо, щоби журналісти почули, всім серцем і розумом сприйняли Тараса Шевченка: «Нема на світі України, // Немає другого Дніпра...», «В своїй хаті своя й правда, // І сила, і воля...». І нині Іван Франко просить кожного студента добре вчитися, журналіста – творчо працювати, викладача – сумлінно навчати, «щоб газдою, не слугою перед світом стати».

На думку авторського колективу, цей підручник концептуально наповнений інтелектуально-методичною, психолого-педагогічною, морально-духовною енергією національних цінностей, які позитивно сприйматимуть студенти. Ми вдячні всім за допомогу у підготовці рукопису до видання. Сподіваємося, що позитивні відгуки, доброзичливі критичні зауваження, конструктивні пропозиції і рекомендації читачів сприятимуть майбутньому вдосконаленню підручника.

Предметний покажчик

Автентичність 68
Авторська інформаційно-розважальна програма 312
Авторське «Я» нарисовця 264
Авторське ток-шоу 312
Агітаційне знаряддя 21
Агітаційно-організаторська функція 107, 110, 111, 112
Агітаційно-пропагандистська функція 13, 20
Агресивна журналістика 111
Агресивна інформація 5, 218
Агресивний російський «культурний колоніалізм» 318
Агресія 62, 70
Агресія Російської Федерації проти України 233
АҐА-переживання 137
Актуальність 177, 367
Аморальність 300
Аналіз 112, 185, 197, 198, 215, 239, 322, 361
Аналіз виборчих процесів 48, 310
Аналітичний коментар 345
Аналітичний метод 245
Аналітичні жанри 197, 239
Аналітичні методи дослідження 199
Аналогія 214
Антипатія 124
Антиукраїнська агітація 54, 113
Антиукраїнська агресія 77
Антиукраїнська ідеологія 139
Антиукраїнська позиція 319
Антиукраїнська політика 318
Антиукраїнська пропаганда 90, 154
Антиукраїнські ворожі сили 6
Антиукраїнські комуністичні маніпулятивні міфологеми 36
Апаратно-студійний комплекс 31
Апатія 112
Аргументація 200
Аргументовані висновки 197
Асиміляційні процеси 65, 150
Асоціативне мислення 176
Атмосфера спілкування 307
Аудиторія 308, 358, 385
Аудіо- та відеоматеріали 283
Аудіовізуальні засоби 388
Аудіовізуальність 246, 252
Аудіоінформація 191, 385

Базова цінність 353
Бездротова сигналізація 11
Безпардонна журналістика 111
Бесіда 128, 214, 215, 220, 231, 232, 269, 310
Більшовизм 65
Більшовицька ідеологія 21
Більшовицька окупація 26
Більшовицькі загарбники 153
Бінарна функція 37, 45, 99
Брежнєвський застій 35
Брехлива інформація 218
Бульварщина 325

Ведучий 394
Велич національного духу 384
Вербальна і візуальна комунікація 120, 157
Вербальні й невербальні засоби 396
Верстка 14
Взаємоповага 61
Видовищність 144
Виражальні засоби 130, 252, 383, 386
Висока духовність 320
Висока інтенсивність 62
Висока моральність 120
Високий професіоналізм телерадіожурналіста 173
Відео- і фотозображення 5
Відеобесіда 174
Відеодискусія 174
Відеожурналіст 183
Відеозамітка 174

Відеозарисовка 174
Відеозвіт 174
Відеознімання 184
Відеозображення 267, 310, 375
Відеоінтерв'ю 174
Відеокоментар 174
Відеокореспонденція 174
Відеонарис 174
Відеоогляд 174
Відеоповідомлення 174
Відеорозслідування 174
Відеоряд 71
Відеосюжет 174
Відповідальність журналіста 385, 386
Візуальна інформація 102
Візуальний матеріал 184
Військова агресія Російської Федерації проти України 60, 268, 346
Вікторина 310
Внутрішня антиукраїнська агресія 73
Волелюбність 384

Геополітика 54
Геополітичний московський месіанізм 160
Гібридна війна Російської Федерації проти України 61, 68, 76, 78, 94, 103, 120, 142, 215, 384
Гіпокрит 74
Гласність 77
Глобалізаційні процеси 65, 104, 110, 375
Глобалізація 384
Глядацька аудиторія 34
Голубий екран 31, 52
Громадянська відповідальність 46, 401
Громадянська гідність 149
Громадянська позиція 75
Громадянське суспільство 37
Гуманність 61
Гумористичні жанри 346
Гумористично- аналітичне шоу 315

Ґрунтовний виклад матеріалу 187
Ґрунтується думка автора 232
Ґрунтується на засадах правдивості 347

Дебати 310
Дебілізація населення 61
Дедукція 198, 214
Дезінформація 50, 100, 127
Державницьке мислення 111, 129, 184
Державницькі переконання 100
Державність української нації 251
Державотвірна позиція 46
Державотворче мислення 77
Державотворчі процеси 122
Диктор 34, 247, 248, 262
Дискурс 369, 385
Дискусія 128
Діяльність медіа в Україні 64
Доброчинство 138
Документальний радіофільм 266
Документальний телефільм 174, 245, 267, 268, 282, 296
Достовірність інформації 129, 177
Дротове мовлення 16
Думаюча аудиторія 63
Духовна вартість слова 383
Духовна соборність України 7
Духовне збагачення українців 325
Духовні надбання 403
Духовність 66, 140
Духовно соборна українська Україна 239
Духовно-естетична краса 131
Духовно-інтелектуальна національна вартість 102
Духовно-моральний вплив ЗМІ 383
Духовно-національна аура 93
Духовно-національна свідомість 345
Духовно-національне відродження 300

Ед'ютейнмент 102
Екзекуція 22
Екран 33, 255

Екран телевізора 32
Електромагнітна індукція 11
Електромагнітне поле 11
Електромагнітні хвилі 11
Електронна система телебачення 30
Електронні засоби масової інформації 45, 46, 47, 53, 60, 62, 73, 97, 143, 245, 383
Електронно-променева трубка 29, 30
Емоційне задоволення 131, 346
Естетична вартість 131
Естетична культура 140
Естетична функція 130
Ефект присутності 183
Ефективне функціонування телебачення і радіомовлення 93, 129
Ефір 14, 18, 33, 236

Жанр 14, 173, 182, 232, 265, 305, 346, 365
Жанрові ознаки 266
Жанрові особливості ток-шоу 310
Журналіст 35, 46, 51, 55, 63, 65, 69, 70, 71, 74, 78, 86, 129, 142, 177, 181, 188, 199, 201, 238, 247, 319, 324, 338, 343, 348, 359, 368, 375, 391, 407
Журналістика 53, 63, 374
Журналістська етика 77
Журналістська майстерність 305
Журналістська практика 215
Журналістська праця 7, 177
Журналістська професія 321
Журналістське середовище 65
Журналістське спілкування 78
Журналістський дискурс 95
Журналістський хист 67
Журналістський професіоналізм 92, 177, 184
Журналістський текст 388, 397, 398
Журналістські матеріали 61, 344
Журналістські стандарти 70

Загальнолюдські цінності 140, 296, 310
Загарбницька російська війна проти України 121
Замітка 346
Засади правди 122
Засоби масової інформації 11, 36, 65, 128, 344, 403
Звукове мовлення 386
Звуковий образ 175, 265
Звукооператор 251
Звукорежисер 251
Зловорожість промосковської п'ятої колони 121
Змістовність і якість комунікації 50
Зображально-виражальні засоби 233, 265
Зображення 177, 184
Зображення на телеекрані 46
Зображувальний зміст 388
Зросійщення українців 17

Ідентичність 401
Ідеологічна концепція 72
Ієрархія цінностей 65
Ілюстративний матеріал 284
Індукція 198, 214
Інтегруюча функція телебачення і радіомовлення 156, 164
Інтелектуальна компетентність 129
Інтелектуальна творчість 7
Інтелектуальний потенціал 65, 66, 67
Інтелектуальний рівень знань 264, 307
Інтелектуально-духовна цінність 144
Інтелектуально-естетичний вплив ЗМІ 383
Інтерв'ю 185, 187, 188, 269, 310, 319, 346, 407
Інтереси телеглядачів і радіослухачів 37
Інтернет 139, 356, 367, 374
Інтерпретація 72, 266
Інтонація 246, 387
Інфодемія 100, 101
Інформаційна брехня 296
Інформаційна насиченість 307
Інформаційна програма 34

Інформаційна сфера 131
Інформаційне повідомлення 343
Інформаційне середовище 5, 66
Інформаційний випуск 267
Інформаційний імперіалізм 66
Інформаційний контент 361
Інформаційний потенціал 66
Інформаційний потік 108
Інформаційний продукт 333
Інформаційний простір 33, 67, 90, 151, 368, 371
Інформаційний простір України 22, 50, 90, 100
Інформаційний ресурс 296
Інформаційний світ 359
Інформаційні загрози 131
Інформаційні приводи 48, 155
Інформаційні процеси 314
Інформаційно-аналітична програма 36
Інформаційно-аналітичне ток-шоу 311, 312
Інформаційно-аналітичний ресурс 339
Інформаційно-гуманітарний простір України 335
Інформаційно-гуманітарні зміни 96
Інформаційно-комунікаційні технології 95, 100, 354
Інформаційно-психологічна агресія Російської Федерації проти України 268, 309, 346
Інформаційно-психологічна війна 152, 156
Інформаційно-психологічний тиск 60
Інформація 16, 37, 47, 49, 55, 58, 61, 66, 69, 85, 95, 98, 101, 120, 123, 188, 321, 357, 361, 371, 385
Інфотеймент 62, 101, 143
Історична правда 6, 320
Історичні знання 65

Катодний комутатор 29
Коментар 69, 85, 202, 203, 214, 310
Комерційні телерадіоканали 76
Компетентність журналіста 190
Комунікативна поведінка 310
Комунікаційний процес 99
Комунікаційні технології 333
Комунікація 5, 17
Комуністична брехня 69
Комуністична ідеологія 18, 35
Комуністична пропаганда 103
Комуністичний тоталітарний режим 46, 130
Конвергенція 333, 334, 336, 339, 340, 347
Конвергенція ЗМІ 336, 347
Концепція інформаційної мобільності нації 66
Концепція 143, 267, 347
Кореспондент 18, 191, 394
Кореспонденція 20, 200, 201, 346
Космополіти 139
Космополітичний інтернаціоналізм 300
Критерій оперативності 341
Критерії 269, 297
Культура мовленого слова 389

Лакування дійсності 24
Лексика 178
Лексичний потенціал 396
Лицемірство 78
Лінгвісти 245, 395
Лінгвокреативність 395
Лінгвошизофренія 317
Літературна радіокомпозиція 264
Літературно-музична радіокомпозиція 264
Логічний розвиток сюжету 270
Людино-націоцентричні вартості 80
Людські спільноти 98

Малоросійство 62, 104, 139
Маніпулятивна пропаганда 5, 50, 61, 69, 91, 104, 105, 127, 159, 239, 326, 405
Маніпулятивні повідомлення 121
Маніпулятивні прийоми 327
Маргіналізм 112

Маховик російщення 116
Медіа 47, 63
Медіаконвергенція 335, 337, 338, 346
Медіаринок 63
Медіасуспільство 55
Медійна сфера 184
Медійний контент 366
Медійний світ 359
Медійні інституції 5
Метафора 141
Метод інтерв'ю 49
Методичні вимоги до інтерв'ю 188
Мікрофон 25
Місійне покликання журналістів 7
Мова 51, 75, 387
Мовлення телерадіожурналіста 386
Мовна агресія 396
Мовно-культурна соборність 79
Мовно-національні засади 77
Модель «алмазу» 180
Модель «звичайної піраміди» 179
Модель «перевернутої піраміди» 178
Модель «піскового годинника» 180
Модель «прямокутника» 179
Моральні чесноти 6
Морально-громадянська позиція 184
Морально-громадянські чесноти 111
Морально-духовна єдність 73
Морально-духовне виховання 138
Морально-духовний стан 137, 263
Морально-духовні переконання 106
Морально-духовні цінності 95, 192, 305
Морально-національні цінності 299
Морально-психологічне навантаження 263
Московська маніпулятивна пропаганда 153
Московський «культурний колоніалізм» 93
Московський злочин 70
Московський рашизм 65
Московські агресори 139
Музична програма «Промінь» 36
Мультфільм 34, 58

Навчально-виховний процес 402
Найрейтинговіші медіа 62
Наклепницька інформація 93
Нарис 108, 256
Нацизм 65, 79, 105
Нацистські загарбники 153
Націєвбивство 120
Націєтворча функція 90
Націоналізм 64, 65, 105, 217, 218, 219
Національна безпека 6, 403
Національна воля 151
Національна гідність 46, 77, 140, 149, 384
Національна ідентичність 47, 62, 149, 407
Національна культура 59, 105, 320, 386
Національна пам'ять 74
Національна свідомість 94, 184
Національна система радіомовлення і телебачення 37
Національна цінність 401
Національне державотворення 157
Національний діалог 37
Національний дух 140
Національний інформаційний простір 6
Національний інформаційний суверенітет 383
Національні інтереси 77, 102, 404
Національні орієнтири 50
Національні цінності 17, 106, 296
Національно свідомі журналісти 92
Національно свідомі українці 68
Національно-громадянська єдність 73
Національно-громадянська ідентичність 68, 263
Національно-громадянська позиція 64, 128, 177, 191, 307
Національно-громадянський вплив ЗМІ 383
Національно-демократичні сили 36
Національно-духовні переконання 77, 129, 317
Національно-духовні цінності 74, 144

Національно-патріотичне виховання 114, 309
Невербальні сигнали 246
Низький рейтинг 49
Нігілізм 71, 104, 139, 321
Новина 50, 54, 85, 178, 343, 362, 363, 364, 371, 385
Новинний контент 59, 177, 343
Новинні випуски 353, 356
Ньюзмейкери 308, 374

Об'єктивність 69, 70, 102
Обдарованість 77
Образний вплив 255
Оперативні коментарі 175, 202
Оперативні новини 50, 129
Оперативність 177, 374
Опитування 310, 353
Оптимізм 78
Оригінальна радіодрама (радіоп'єса) 173, 245, 297
Освітянська політика 128
Особистість автора 263
Особливість журналістської роботи 233
Особливість українських ЗМІ 63
Особливість української журналістики 64
Отруйне московське ложе 119
Оцінювання ток-шоу 322

Партійна пропаганда 35
Патент 11
Патріотизм 64, 77, 140
Патріотична пропаганда 26
Педагогічно-виховна функція 113, 120
Передача 33, 34
Переконання україноцентризму 129
Підпільна радіостанція «Афродита» 25
Плюралізм думок 77, 85
Подієвість 177, 202
Позивні 36
Позитивна інформація 91
Політика російщення українців 319
Політична пильність 18
Політичне мовлення 13
Політичне потепління 35
Політичні ток-шоу 307, 314, 353, 356, 357
Поневолений розум 384
Популізм 356
Популістські гасла 140, 402
Порнографічна культура 218
Портретний радіонарис 247
Постправда 368
Правдива інформація 37, 61, 62, 66, 102, 131
Правдива національна історична пам'ять 46, 240
Правдивість 70, 78, 102
Принципи діяльності телебачення і радіомовлення 92, 94, 99, 269
Принципи журналістики 85, 86, 87, 88, 89, 92, 177, 245
Проблемні коментарі 175, 202
Промосковська політика 19
Пропагандистсько-просвітницька функція 103, 105
Проросійські телеканали 318
Просвітницька пропаганда 104, 106
Професійна етика 85
Професійна компетентність 70
Професійний журналіст 239
Професійні стандарти 74, 129
Професійно-громадянська зрілість 190
Прямоефірні телепередачі 32
Публіцистичний образ 255
Публічна комунікація 131, 138
Публічне телемовлення 28
Путінська антиукраїнська війна 61
Путінська спецоперація проти України 61

Радіо 12, 13, 16, 18, 58, 73, 76, 116, 124, 130, 143, 178, 234, 245, 343, 344
Радіобесіда 173, 216, 231, 388
Радіовиступ 173
Радіогазета 13, 14, 17

Радіодрама 296, 297
Радіожурнал 14
Радіожурналістика 14, 15, 17, 18, 20, 247, 355, 373
Радіозарисовка 245
Радіозв'язок 11
Радіозвіт 173, 182
Радіоінтерв'ю 173
Радіоінформаційний центр «Незалежність» 36
Радіокоментар 173, 214
Радіокомпозиція 174, 245, 264, 346
Радіокореспонденція 173, 199
Радіомистецтво 130
Радіомовлення 11, 13, 15, 17, 19, 21, 35, 45, 46, 139, 158, 353
Радіонарис 174, 245, 247, 252
Радіоогляд 173
Радіоогляд преси 173
Радіопередавач 11
Радіопередачі 15, 18, 21, 230, 233
Радіоповідомлення 173, 181
Радіоприймач 16
Радіопрограма 19, 24
Радіорепортаж 173, 182, 183, 266, 342
Радіостанція 12, 13, 23, 25, 237
Радіотелеграфічна передача 12
Радіотрансляційна мережа 36
Радіотрансляційна станція 20
Радіофейлетон 174, 245
Радіофікація 14
Радіофільм 174, 245, 265, 266, 267
Радіочастотний ресурс 37
Расизм 65
Рашизм 79
Реаліті-шоу 143, 235, 306
Репортаж 32, 108, 182, 346
Репортер 183, 184, 187, 189, 366, 370
Розважальна інформація 143
Розважальна функція 143
Розважальні програми 149
Розважальні ток-шоу 321
Російська гібридна війна 60, 72
Російська імперська загроза 74
Російська маніпулятивна пропаганда 107
Російський імперіалізм 156
Російські журналісти-маніпулятори 212
Російські ЗМІ 62, 212
Російськомовна біологічна маса 317
Російсько-українська війна 61, 64, 112, 138, 346, 354, 404
Російщення інформаційного простору 102
«Русскій мір» 68, 69, 78, 93, 105, 121, 138, 139, 150

Самоасиміляція 150, 151
Самобутність 68
Самостійницький рух 26
Світогляд 18, 50, 128, 268
Світоглядна парадигма постмодернізму 69
Світоглядна позиція 77, 338
Світоглядна порнографія 69
Світоглядна система 384
Свобода журналістської діяльності 318
Свобода слова 74, 75, 77, 173, 269, 310, 318, 405
Свобода слова і відповідальність 85, 327
Свобода слова і масової інформації 37
Своєчасність інформування 129
Сенсація 62, 324, 372
Синтез 112, 197, 198, 215
Слово 46, 177, 184, 245, 255, 268, 310, 383, 386, 388
Соборна українська Україна 192
Соціальні мережі 5, 49, 124, 126, 158, 367, 372, 374
Соціокультурний простір України 100
Специфічні виражальні засоби 175
Співпереживання 133
Стандарти журналістської професії 68, 69
Судження 123
Суспільне телебачення 62

Суспільне телерадіомовлення 36, 130
Сфера комунікування 8

Талант-шоу 143
Творча ініціатива 35
Теле- і радіокомунікація 6
Телебачення – специфічний візуальний засіб комунікації 45
Телебачення 11, 17, 19, 27, 34, 35, 45, 46, 58, 67, 73, 116, 124, 139, 142, 143, 158, 178, 245, 344, 353, 368, 388
Телевізійна бесіда 214, 216, 231
Телевізійна журналістика 247, 355, 373
Телевізійна установка 30
Телевізійне- і радіоповідомлення 102
Телевізійне інтерв'ю 187
Телевізійне ток-шоу 245
Телевізійний канал 67, 73, 100, 342, 362
Телевізійний коментар 214
Телевізійний нарис 245, 246, 247, 251, 252
Телевізійний памфлет 245
Телевізійний передавач 31
Телевізійний простір України 48
Телевізійний фейлетон 245
Телевізійні жанри 174
Телевізійні- й радіовипуски 100
Телевізійні- й радіоматеріали 105, 183
Телевізійні програми 71
Телеефір 33
Тележурналіст 34
Телезарисовка 245
Телекомпозиція 245
Телекомунікація 12
Телепередачі 34
Телерадіоефір 247
Телерадіожурналіст 397
Телерадіожурналістика 55, 297
Телерадіоогляд 233
Телерадіоорганізація 35
Телерепортаж 183
Телестудія 35
Телецентр 29
Тематичне і змістове наповнення ток-шоу 327
Ток-шоу 174, 212, 305, 306, 309, 310, 311, 314, 315, 318, 407
Толерантність 61
Тоталітарний режим 103
Точність 69
Трансляція 34

Україноцентризм 71, 75, 77
Українська культура 20, 59
Українська ментальність 316
Українська мова 51, 105, 116, 117, 119, 121, 151, 191, 268, 317, 320, 387, 391, 396
Українська національна держава 129
Українська національна еліта 104
Українська національна ідентичність 105, 118, 155
Українська національна ідея 46, 79, 104, 300
Українська національна свідомість 50, 238
Українська політична еліта 6, 63
Українське державницьке мислення 177, 264
Українське державотворення 67
Українське духовне мислення 73
Українське національно-духовне середовище 316, 383
Українське слово в ефірі 268
Українське телебачення 32, 34, 52, 54
Український національний дух 320
Український історичний простір 47, 125
Український націоналізм 79, 219
Український національний інформаційний простір 66, 113
Український націоцентризм 94
Український патріотичний та естетичний контент 402
Український телерадіопростір 49
Українські електронні ЗМІ 59, 70

Українські морально-духовні цінності 121
Українські національні інтереси 93
Українські національні соціогуманітарні потреби 375
Українські національні цінності 37, 50, 60, 404, 406
Українські національно-громадянські цінності 121
Українські національно-духовні якості 139
Українські патріоти 70
Українськомовний контент 140
Українськоцентрична позиція 74, 353, 407
Українськоцентрична творчість 407
Українськоцентричне мислення 407
Українськоцентричний дух 78
Українськоцентричний сенс 154
Українськоцентричні вчинки 407
Універсалізація журналістської професії 373
Універсальний журналіст 347, 373
Утвердження української України 207

Факт 69, 100, 123, 185, 200, 203, 212, 232, 252, 343, 365, 366, 368, 385
Факультет журналістики 52
Фальшиві ідеологеми антиукраїнського спрямування 124
Фах телерадіожурналіста 233
Фахова компетентність 269
Фашизм 65, 79, 105
Фейки 100, 121, 212
Феномен радіо 45
Формування доброчесних людей 73
Формування індивідуальної і громадської думки 59, 72, 97
Формування особливої російської свідомості 325
Функції телебачення і радіомовлення 96, 99, 173, 177
Функціонування медіа в Україні 63
Функціонування телебачення і радіо 50, 95
Функціонування української мови 321, 406
Функція вираження і формування індивідуальної та громадської думки 122, 123, 124
Функція електронних ЗМІ 269
Функція журналістики 87, 95
Функція інтеграції 155
Функція інформування 98
Функція телерадіонарису 252

Хрущовська відлига 35
Художньо-естетичні ідеали 131
Художньо-публіцистична радіокомпозиція 264
Художньо-публіцистичні жанри 245, 345, 346

Цінності 6, 37, 77, 79

Чекістські провокації 127
Чесність 69
Чинники новинних цінностей 369, 370
Чуттєво-естетичний стан 137

Шовінізм 64, 79, 119

Я – концепція журналіста 45
Явище 123, 124, 185, 202, 232
Яскравість мовно-стилістичних засобів 69, 178

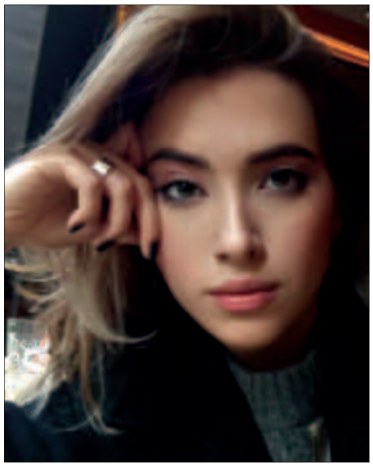
Іван Крупський – доктор історичних наук, заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка, декан факультету журналістики, академік Академії наук вищої освіти України. Автор і співавтор 11 монографій, підручників та навчальних посібників, понад 250 наукових і науково-публіцистичних статей і 300 газетно-журнальних публікацій. Під його керівництвом захищено 15 кандидатських і докторських дисертацій, опонував понад 30 кандидатських і докторських дисертацій, рецензував більше 50 монографій, підручників і навчальних посібників. Був членом експертної ради ВАК України з журналістики, членом експертної ради ДАК із соціально-гуманітарних наук при Міністерстві освіти і науки, молоді та спорту України. Очолював спеціалізовану вчену раду із захисту кандидатських дисертацій (факультет журналістики) Львівського національного університету імені Івана Франка, був членом спеціалізованих вчених рад у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (Інститут журналістики) і Львівському національному університеті імені Івана Франка (історіографія, джерелознавство і спеціальні історичні дисципліни). Наукові інтереси: історія української і зарубіжної журналістики, теорія і практика функціонування сучасних засобів масової інформації.

Василь Лизанчук – доктор філологічних наук, заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка, завідувач кафедри радіомовлення і телебачення, академік Академії наук вищої освіти України, лауреат Всеукраїнської премії імені Івана Огієнка, заслужений журналіст України, лавреат премії імені В'ячеслава Чорновола в галузі журналістики і публіцистики, нагороджений орденом «За заслуги» III і II ступеня. Народився 1 січня 1937 р. у с. Ганів Коломийського району на Івано-Франківщині. Автор 30 монографій, підручників, навчальних посібників, брошур, довідників, понад 700 наукових і науково-публіцистичних статей. Під його керівництвом захищено 9 кандидатських і докторських дисертацій. Наукові інтереси: журналістикознавство, формування української національної ідентичності, інформаційно-гуманітарного простору, розвиток та утвердження української мови, культури, духовності, національних цінностей, відновлення правдивої історичної пам'яті, міжнаціональні взаємини, розбудова соборної української України.

Оксана Білоус – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка. Авторка навчального посібника «Регіональне телебачення для дітей: принципи, функції, тематика» і понад 30 наукових і науково-публіцистичних статей. Народилася 8 грудня 1977 р. у Львові. Закінчила факультет іноземних мов Львівського національного університету імені Івана Франка. Наукові інтереси: теорія і практика засобів масової комунікації, телебачення і радіомовлення в системі морально-духовного, національно-патріотичного, інтелектуально-естетичного виховання дітей, підлітків, юнацтва і молоді, міжкультурна комунікація, медіаекологія, формування українського національно-гуманітарного інформаційного простору.

Парасковія Дворянин – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка. Директор з інформаційних проектів ТРК «Люкс» і 24 телевізійного каналу Членкиня депутатської комісії з питань освіти, науки та інновацій Львівської обласної ради. Автор навчального посібника «Новини на регіональному телебаченні» (у співавторстві з В. Лизанчуком). Опублікувала понад 20 наукових і науково-публіцистичних статей. Упродовж п'яти років була медіаекспертом громадського об'єднання «Телекритика». Двічі отримувала національну премію «Телетріумф» за «Регіональні новини» та «Регіональна телепрограма». Наукові інтереси: психологія та філософія функціонування електронних ЗМІ, особливості дотримання стандартів журналістської творчості, розвиток та утвердження національного інформаційного простору в Україні.

Наталія Лебеденко – кандидат філологічних наук, доцент кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка. Авторка навчально-методичних посібників «Орфоепічна культура телерадіожурналіста», «Уживаймо правильно прийменникові конструкції» (у співавторстві з О. А. Сербенською), понад 30 наукових статей і тез конференцій. Народилася 5 березня 1984 р. у селі Бортятин Мостиського району на Львівщині. Закінчила філологічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка. У 2011 р. захистила кандидатську дисертацію. Наукові інтереси: культура усного публічного мовлення, українська мова в електронних засобах масової інформації, ономастика.



Роксоляна Білоус – студентка магістратури факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка. Народилася у Львові. Авторка 8 наукових і науково-публіцистичних статей. Друкувалася у літературно-мистецькому часописі «Дзвін». Стипендіатка Кабінету Міністрів України імені В'ячеслава Чорновола і Верховної Ради України. Авторка ідеї, двох частин сценарію і ведуча чотирьохсерійного студентського художньо-документального фільму «Таємний щоденник України», присвяченого 360-річчю Львівського національного університету імені Івана Франка. У червні 2020 р. Асоціація українських редакторів на Міжнародному конкурсі молодіжних комунікаційних проектів «То-Ми» присудила цьому фільму ГРАН-ПРІ. Наукові інтереси: особливості функціонування електронних засобів масової інформації в сучасних умовах, комунікаційно-інформаційні технології у системі національно-духовних цінностей, гонзо-журналістика.

Навчальне видання

ЛИЗАНЧУК Василь Васильович,
КРУПСЬКИЙ Іван Васильович,
БІЛОУС Оксана Михайлівна та інші

Телевізійна та радіокомунікація:

історія, теорія, новітні практики

Підручник

За редакцією доктора філологічних наук, професора *В. В. Лизанчука*

Редактор *Мар'яна Михалюк*
Комп'ютерне верстання *Наталії Лобач*
Обкладинка *Василя Рогана*
Художнє оформлення заслуженого діяча мистецтв України, народного художника України *Василя Семенюка*
Автор англійського перекладу *Оксана Білоус*

Формат 70x100/16. Ум. друк. арк. 33,8. Тираж 300 пр. Зам.
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК № 3059 від 13.12.2007 р.

The textbook systematically reveals the features of television and radio communication, methods of creating television and radio materials in the current conditions of intensive development of information technologies. A scientific and pedagogical window into the most complex political and ideological, social and economic, moral and spiritual processes of journalistic creativity has been opened. These processes are connected with the hybrid war, the use of sophisticated methods and methods of information and psychological intervention of the Russian media not only in the living environment of Ukraine, but also in other countries. The struggle against the manipulative, anti-Ukrainian narrative must be based on the truth, the humanistic principles of the Ukrainian-centric paradigm, which in the field of communication means a set of conceptual and methodological approaches, national-civic, moral and spiritual values, axiological guidelines, journalistic dignity. The fundamental, interconnected principles and functions of the media, the activities of which should be aimed at consolidating society, are comprehensively characterized. Freedom of speech and responsibility of journalists, standards of journalistic creativity should cover Ukrainian human-nation-centric values.

For students, teachers of faculties of journalism and mass communication departments, practicing journalists and those who are interested in the latest features of electronic communication.