

пока существует угроза исчезновения фольклора, как материнского ядра нации, так и ее диаспоры, необходимо детально изучить методы работы редакции газеты по сохранению национального культурного наследия на научном уровне. Думается, что выводы исследования войдут в учебные пособия по этнической журналистике Украины и Крыма.

#### Список использованных источников

1. Рекомендации ЮНЕСКО о сохранении фольклора.(15 ноября 1989г.) Интернет сайт ЮНЕСКО [Электронный ресурс] – Режим доступа: unesdok.unesco.org/images.
2. Бекиров Дж. Татар фольклору /Джафер Бекиров. – Ташкент: Укитувчи. 1974. – 312 с.
3. Бекиров Дж. Къырымтатар бала эдебиятынынъ хрестоматиясы /Джафер Бекиров – Симферополь: Къырымдевокъувпеднешир, 1998. – 352 с.
4. Керимов И.А. Матбуатымызнынъ къыскадан тарихы: Къырымтатар эдебияты. Къулланма дерслик. /Исмаил Асан огълу Керим – Акъмесджит: Къырымдевокъувпеднешир. 1995. – 352 с.
5. Яблоновська Н.В. Єтнічна преса Криму: Історія та сучасність. /Н.В. Яблоновская– Сімферополь. Кримнавчпеддержвидан. 2006. – 312 с.
6. Юксель Г.З. Периодизация крымскотатарской журналистики 1905-194гг /Гаяна Заировна Юксель //Культура народов Причерноморья. – 2004. – №43 –с.249-253.
7. Селимова Л. Къырымтатар миллий матбуаты тарихына бир назар/Ленияра Селимова – Акъмесджит. 2008. – 124 с.
8. Devlet Nadir. Lenin bayragi Gazetesinin 25 yili ve Kirim Türk Kültürünün Bugünkü Durumu//Emel. 1982/ sayı 135. 231 s.
9. Çapraz Kemal. Kırım Tatar Türklerinde Basın.(1881-1990) İstanbul Üniversitesi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Bölümü. Yüksek Lisans Tezi. 1990. – 28 s.
10. Боев Э. Крымские татары и их язык/ Эмил Боев; [сост. Руска Симеонова, Андрей Данчев – Sprachkontakt, Transfer, Spracherverd. Wissenschaftliche Bertrage (1986 -1991). Sofia. – 2000. Universitatsverlag. St. Kliment Ohridski. – С. 285
11. Там же. – С. 246-247.
12. Там же. – С. 256-266.
13. Керимов И. Бизлер артыкъ кене эски «Янъы дюнъя»мыз/ Керим Исмаил Асан огълу// «Янъы дюнъя». – 1991. №1. – С. 2.
14. Ленин байрагы – 1957. №18. – С. 4.
15. Ленин байрагы – 1957 №48. – С. 4.
16. Ленин байрагы. – 1957 №18. – С. 4.
17. Ленин байрагы. – 1959 №6. – С. 4.
18. Нефис эдебияты асабалыгъымыздан нумюнелер //Ленин байрагы 1959. №40. – С. 3.
19. Нефис эдебияты асабалыгъымыздан нумюнелер //Ленин байрагы. 1959 №81. – С. 3.
20. Гъафаров Б. Янъы китап / Басыр Гъафаров // Ленин байрагы. – 1960. №36. – С. 2.
21. Алтанълы А. Фольклор ве поэзиямызда солдатлыкъ ве арбий хызметке халкъ бакъышы /Абдуреим Алтанълы // Ленин байрагы 1968. №32. – С. 2-3.
22. Агъыз яратыджылыгы хазинесинден. Ленин байрагы 1968. -№142. – С. 3.

This article presents an analysis of newspaper «Yany dyunya» for the collection and preservation of folklore, the Crimean Tatars during the deportation.

**Key words:** national print, newspaper, Crimean Tatar folklore, national identity, target page, column, foreign language environment.

УДК 007:304:659.3

О. М. Білоус

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

#### ІНТЕГРУЮЧА РОЛЬ ПЕРЕДАЧ ДЛЯ ДІТЕЙ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Розглянуто тематику передач для дітей регіонального телебачення України. Осмислено їхню інтегруючу роль в процесі національно-патріотичного виховання дітей різних вікових категорій. Окреслено проблемами поліпшення підготовки телевізійних програм для дітей регіонального телебачення.

**Ключові слова:** телебачення, регіональне телебачення, тематика передач, зміст матеріалів, патріотичне виховання, національна свідомість.

У сучасних умовах найпотужнішою суспільною інституцією є засоби масової інформації. Географічна відстань перестала бути перешкодою для комунікування. Відтоді, як екран телевізора став провідним інформаційним, розважальним, пізнавальним, просвітницьким, соціалізуючим засобом, змінилося й наше ставлення до теле-

бачення та його ролі у житті людей. За даними дослідження, проведеного компанією TNS Ukraine у IV кварталі 2009 року та I кварталі 2010 року, за тиждень в середньому телевізор дивиться понад 15 мільйонів (35% від сумарної аудиторії ЗМІ) жителів України, друковані ЗМІ читають ледь більше 12 мільйонів (28%), радіо слухають понад 10 мільйонів (24%) громадян [1].

Телебачення – це потужний і ефективний (з огляду на масовість аудиторії) інструмент створення образу людини. Грузинський психолог Д.Узнадзе в основі поведінки реципієнта вбачає важливість установки, що її треба повідомити окремій особі чи телеглядачам. Саме від установки, спрямованості і (змістовно-емоційної, мовно-видовищної) наповненості телевізійних програм, на перегляд яких людина витрачає 60-70%, а то й більше вільного від роботи часу, значно залежить формування морально-духовних, національно-патріотичних почуттів та естетичних смаків. Узагальнюючи результати багатьох досліджень, стверджуємо, що діти різних вікових категорій перебувають у полоні телебачення 2-3-4, а інколи й 5 годин на добу. Зазначаємо, що радянською педагогікою було визначено в основному чотири вікові категорії дітей: дошкільнята (4-7 років); молодші школярі (7-9 років); молодші підлітки (10-12 років); підлітки (13-16 років). За міжнародною градацією є три вікові категорії дітей: kids (4-8 років); twins (8-12 років); teens (13-16 років). Психолог Д.Б.Ельконін запропонував таку періодизацію дитячого розвитку: раннє дитинство (до 3 років); дошкільний вік (від 3 до 6 років, іноді до 7 років); молодший шкільний вік (від 6-7 до 9 років); молодший підлітковий вік (від 9 до 12 років); старший підлітковий вік (від 12 до 15 років); рання юність (від 15 до 17 років) [2].

Телевізійним журналістам дуже важливо знати психологічні особливості кожної вікової групи дітей, для яких вони готують передачі. Адже те, що дитина вбирає в себе також під впливом телепрограм, впливає на її подальше життя, оскільки телебачення певною мірою формує у них матрицю сприйняття навколишнього світу. У цьому контексті не можна оминати інтернет, бо «розміщена в інтернеті інформація залишається у всесвітній павутині назавжди, – підкреслює Оксана Приходько. – В Україні міра проникнення Інтернету загалом нижча, ніж в Європі, але серед дітей, старших шести років, цей показник – 78%. При цьому дорослі досі не розуміють, що безпека дітей в інтернеті вже давно є актуальною проблемою» [3].

Нині досить часто можна почути або прочитати про телебачення таке: «Домашній агресор», «Підступність блакитного екрана», «Дитина і телевізор: друзі чи вороги?», «Отрута телевізора», «Ці дебели децибелі», «Жертва реклами, або Про золоту рибку, папугу та «йо-ма-йо», «Ефірний секонд-хенд» тощо. На жаль, для такої різкої оцінки є певні підстави, бо телебачення несе не лише позитивну інформацію, а й забруднює життєве середовище агресивною, насильницькою, порнографічною «масовою культурою», брехливою, цинічною рекламою, «руйнуючи береги надії українського народу на свою державність, відродження мови, духовності, розвиток національних традицій, звичаїв. Особливо згубно ця низькопробна «культура» впливає на підлітків, молодь, – підкреслює професор Василь Лизанчук. – Для них агресія на підсвідомість найбільш небезпечна, бо заважає, перешкоджає формуванню здорових морально-духовних цінностей, високохудожніх, справжніх естетичних смаків, утвердженню національно-громадянської свідомості [4, с.15], інтеграції українського суспільства.

Американські лікарі привертають увагу до трьох серйозних наслідків впливу на психіку дітей екранного насильства. По-перше, підліток стає байдужим до крові й бруду, які ллються каналами телебачення, а й до реального насильства. По-друге, агресивна поведінка, дітей, підлітків, юних хлопців і навіть дівчат стає нормою. По-третє, в дітей різних вікових груп розвивається страх від можливості самим стати об'єктом насильства.

**Метою** цієї наукової розвідки є розкриття особливостей інтегруючої ролі передач для дітей регіонального телебачення в контексті патріотичного виховання українською памолоді. Реалізація цієї мети передбачає вирішення таких **завдань** : проаналізувати тематику регіональних телевізійних передач для дітей; осмислити їх інтегруючу роль у процесі формування на основі регіональної гордості загальноукраїнського патріотичного почуття; окреслити основні засади підвищення ефективності виховного впливу регіонального телебачення на дітей.

**Об'єкт дослідження** – телевізійні програми для дітей різних вікових категорій.

**Предмет дослідження** – концептуальні зумовленості тематики телевізійних передач, їх сугестивний потенціал впливу на дітей.

Досліджуючи цю тему, послуговувалися такими методами: спостереження, вивчення документів, порівняння, добору, систематизації і опису матеріалу, історичної аналогії.

Проблема «дитина–телевізор–передачі для дітей» привертає увагу педагогів, психологів, журналістикознавців, батьків – усієї громадськості. Публікацій на цю тему досить багато. Але комплексного дослідження про роль регіонального телебачення в контексті патріотичного виховання підростаючого покоління немає. Тим часом «регіональне телебачення справляє великий вплив на ціннісні орієнтації аудиторії, її ідеали, орієнтації, навіть на моделі поведінки, – зазначає Андріана Скорик. – Адже, спираючись на добре знання місцевих традицій і звичаїв, передачі апелюють до національних цінностей, історичної пам'яті, працюють з такими соціалізуючими почуттями глядачів, як «ностальгія», «національна (регіональна) гордість», «прив'язаність до рідного краю», «відповідальність перед пам'яттю предків тощо» [5, с. 5-6].

За інформацією члена Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Тетяни Мокріді, найбільший обсяг мовлення власних програм для дітей мають Вінницька (173 години на рік), Волинська (151), Дніпропетровська (156), Львівська (406), Одеська (182), Полтавська (257), Рівненська (271), Черкаська (273), Херсонська (245) обласні державні телерадіокомпанії. Приміром, на базі Полтавської облдержтелерадіоком-

---

пані вже багато років працює дитяча студія «Разом». Севастопольська держтелерадіокомпанія започаткувала цикл тематичних програм для дітей «Дитячий острів» та «Школа для батьків» (прямоефірна (наживо) програма просвітницького характеру). В Конотопі веде мовлення власна дитяча телерадіоорганізація «Кон-такт», яка має найбільше програмне наповнення за обсягом дитячого мовлення й різноманітністю тематики (загальний обсяг становить 10 годин на добу). У Хмельницькій області діє дитяче телевізійне агентство (ДТА), в якому навчається більше 100 дітей, що беруть безпосередню участь у виготовленні 14 телевізійних програм.

«Я з величезним задоволення дивилася програми Дитячого телевізійного агентства. Мені імпонувало те, що в усіх без винятку передачах роль ведучих і журналістів виконували діти. Такі ж, як і я! Це просто зачарувало, а коли на вулиці нашого міста Хмельницький зустрічала «знайоме» з телеекрану обличчя, то дуже тішилася, – розповідає студентка II курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка Ольга Бахіна. – Коли була у восьмому класі, то випадково побачила, що ДТА проводить набір дітей саме мого віку у школу журналістики. Я сказала батькам, що хочу там навчатися. Вони порадили спробувати. Мене зарахували і я стала ученицею ДТА. Саме там я зрозуміла, що таке журналістика: «бути в телевізорі» – це не лише весело, цікаво, а й дуже відповідально. За роки навчання в ДТА я спробувала себе в різних іпостасях: була репортером в інформаційній службі «Новинушки», робила різнопланові сюжети для розважальної програми «Яблуко», створила декілька авторських передач, вела інформаційно-розважальну програму «В мережі».

Тернопільська обласна державна телерадіокомпанія транслює для дітей програми «Тато, мама і я», «Дитячі забави». Кожна з них має свою концепцію. Телепрограма «Тато, мама і я» виходить в ефір один раз на тиждень о 14 годині. Орієнтовна тривалість 10 хвилин. Вона показує дитину в сімейній атмосфері, розповідає про батьків, їхні інтереси та про умови, в яких виховується дитина. «Тато, мама і я» ведучого немає. Задум програми передбачає його присутність, але автор залишається поза кадром. Знімальна група приїжджає додому, дитина відчиняє двері гостям і веде глядачів у свій домашній світ. Ця програма має частково пізнавальний характер. Діти намагаються продемонструвати свої творчі здібності, вміння гарно співати, малювати тощо. У домашніх обставинах вони відкриваються легко, бо відчувають себе комфортно. Саме цим відрізняється ця програма від багатьох інших дитячих передач. Дитину не запрошують в студію телеканалу, а ідуть до неї в гості. Щирість і відкритість дітей – перевага цієї програми, що викликані створенням комфортної для них психологічної атмосфери. Журналіст говорить про діяльність сім'ї. Розповідають про дитину і про себе також батьки. Якщо інші дитячі програми дозволяють брати різні теми без інформаційного приводу, тут ми бачимо, що доречно обирають ті сім'ї, про яких цікаво було б послухати, які в конкретному тижні чи місяці причетні до якогось культурного заходу, або їхня діяльність пов'язана з якимось святом. Окрім цього, збалансовується тематика, для різноманітності програм обираються батьки, які працюють у різних сферах.

«Вечірня казка» виходить в ефір кожного дня о 21 годині, крім суботи і неділі. Програма триває 10 хвилин. Вона має ведучу Тітоньку Любу (Любов Кріль), яка розповідає українські народні казки на різні теми. У заставці, якою починається програма, змонтований колаж кадрів популярних мультфільмів. У студії програми, окрім іграшок, є національні елементи, зокрема вишитий рушник. Декорації – місяць, зірки тощо, створюють особливий затишок, який потрібен кожній дитині перед сном. Сама ведуча вдягнута в український народний стрій. Перед нею на столі різні книги. В глядача складається враження, що вона тільки що обрала казку, яку має почитати дітям. Для того, щоб цікавішими були кадри під час розповіді, використовуються відзняті ілюстрації казок. Це надає програмі динаміку і різноманітність. Ведуча у своїй розповіді постійно звертається до дітей. Привітання, прощання, її міміка і жести протягом програми спрямовані на те, щоб емоційний зв'язок з маленькими глядачами не був перерваний. Оскільки розповідь триває 10 хвилин, то потрібно створити текст не лише за вимогами стандартів дитячих передач, а володіти акторськими здібностями, щоб втримати глядачів за екраном.

Час від часу програма оголошує різні конкурси, тому в кінці дітям повідомляють, за якою адресою можна надсилати свої малюнки та листи. Заставки змістовні, підходять до концепції передачі. У кінцевій заставці, окрім колажу казок, ще кадри дітей, які засинають.

Передача «Дитячі забави» розповідає про дітей: як вони живуть в садочку, чим займаються, як відзначають різні свята. Вона триває 10 хвилин. Ця програма має розмиту концепцію. Бо окремі передачі розповідають про смішні історії, інші про заходи, які відбуваються в садочках. Тематика не визначена і не сформульована. Оригінальність передачі полягає у тому, що автор начитує текст, його голос обробляють у комп'ютерній програмі і перетворюють в дитячий голос. Цей хід розрахований на наближення до аудиторії. Тим паче, що цільову аудиторію цієї програми складають діти дошкільного віку. Особливість цієї передачі у тому, що головні герої – діти. Основне навантаження на кадрах про максимально яскраві моменти з життя дітей. Деякі сцени поставлені для того, щоби зібрати потрібну кількість відеоматеріалу, але багато з них абсолютно спонтанні, комічні, завдяки яким програма є цікавою і живою.

На тернопільському телеканалі TV4 кожної неділі о 15 годині виходить програма «Чарівний ключик». Ведучими є діти дошкільного віку. Автори програми складають сценарій. Тематика програми обирається до подій тижня, до дитячих, релігійних та міжнародних свят. Деякі програми знімаються поза студією, в гостях у художників, письменників. Оформлення студії змінюється за допомогою різних іграшок. Це деталі, але діти звертають на них увагу. У програмі до дитячих свят (до дня святого Миколая, Міжнародного дня захисту дітей) оголошують конкурс малюнків і розповідей. Листи зачитують у кожній програмі. На свято ж у студії збираються

---

переможці конкурсу, тут їх нагороджують. У середині кожної програми показують уривок з мультфільму, який теж підібраний відповідно до тематики кожної передачі. Програма має пізнавально-розважальний характер.

«Моя донечка Віка, хоч їй тільки два роки, із задоволенням дивиться «Хатку Левенятка» Львівського обласного телебачення. Колискова в кінці цієї передачі справді чудова, заспокійлива і приємна», – написала студентка V курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка Ольга Лавна. До Левенятки приходять у гості – відомі люди, читають, розповідають казки. Головний герой Левенятки також зачитує листи-привітання від юних глядачів, у подарунок – звучить українська пісня. «Певною мірою програма є цікавою, – зазначає студентка VI курсу (заочна форма навчання) факультету журналістики ЛНУ імені Івана Франка Христина Гаврилів. – Але вона програє на фоні яскравих і сучасних мультфільмів, бо декорації скромні, тьмяні кольори. Деяким передачам бракує динамічності».

Уже третій рік Львівська обласна держтелерадіокомпанія транслює дитячо-юнацьке шоу «Кадрики». Ведуча Ірина Венгрін – Климович зуміла зібрати, згуртувати талановитих дітей, які є дійовими особами програми. Правда, є різні відгуки про «Кадрики» – від захоплення до гострої критики текстів пісень, віршів. Але основне завдання програма виконує – ознайомлює глядачів з різноманітними професіями. Про них розповідають батьки. Важливим і цікавим є підхід до вибору професії. Дитина на один день стає «дорослою» і виконує ту роботу, про яку мріє. Програма насичена піснями, танцями, поезією. Аналітичне осмислення вибору професії та розваги органічно поєднані. Найголовніше – «Кадрики» соціально орієнтовані. «Батьки і діти отримують безцінні поради та настанови щодо спрямування на правильний життєвий шлях, – наголошує студентка V курсу факультету журналістики ЛНУ імені Івана Франка Оксана Романець. – Завдяки цій програмі можна довідатись багато корисного щодо розвитку і формування у дітей морально-патріотичних, загальнолюдських якостей».

Дуже добре, що в Україні для популяризації дитячих програм проводять конкурси, фестивалі, серед яких Міжнародний фестиваль фільмів, теле- та радіопрограм для дітей та юнацтва «Золоте курча», співорганізатором якого є Держкомтелерадіо. Переможцями XII фестивалю (2009 р.) стали програми «Індиго» (Національна телекомпанія України), «Пізнай світ» (Рівненська ОДТРК), «Хатка левенятка» (Львівська ОДТРК), «Чарівний кужелик» (ДТРК «Крим»), «Серця сльози колискові» (Черкаська ОДТРК), «Рідна мова» (Чернівецька ОДТРК), «Геніями не народжуються» (ДТРК «Культура»). За участю Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення проводяться фестивалі аудіовізуальних мистецтв «Кришталеві джерела». Лауреатами «Кришталевих джерел» стали: «Острів знань» (Сумська ОДТРК), «Мала Батьківщина Липинського» (студія «Борівітер», м. Луцьк), «Дзвони пам'яті» (Телерадіокомпанія «Рудана», м. Луганськ).

Однак діти усіх вікових категорій дивляться не лише телепрограми, що їм адресовані, а й передачі для дорослих, в яких немає ніяких обмежень, а панує аморальна всюдозволеність, пропагується «естетика зла». «Я не дозволяю своїй трьохрічній донечці дивитися телевізор, бо він перенасичений бойовиками, фільмами жахів, – розповідає жителька села Сілець Тисменицького району Івано-Франківської області, студентка V курсу (заочна форма навчання) факультету журналістики ЛНУ імені Івана Франка Надія Бойчук. – У фільмах фігурують негативні герої, яким все дозволено. Вони можуть легко вбити, бо скрізь усе продається, купується. Потім батьки і лікарі «сушать» собі голову, що викликає неадекватну поведінку дітей, чому молодшає злочинність».

«У мене є два племінники: старшому дев'ять років, а молодшому – п'ять, – написала студентка Ольга Бакіна. – Коли я приїжджаю додому, вони прибігають до мене і хизуються, які мультики бачили. Направду, й подивитись нема що! Герої майже всіх голлівудських мультфільмів є зразком невихованості, поганих манер. Чого у них можна навчитися? Дітлахи дивляться – і формують своє світобачення, позицію. Нічого доброго з такого телевізійного виховання не буде. Багато героїв розмовляє жакливим «суржигом», а невідома малеча копіює мову цих кумедних персонажів. У нашій країні щорічно виділяють шалені кошти на утримання депутатів, а фінансування на створення українських мультфільмів, цікавих пізнавально-просвітницьких програм немає. Це обурює і лякає. Мені навіть страшно подумати, що через декілька років переглядатимуть мої діти».

Безперечно, у виробництві дитячої телепродукції будь-яка тема допустима, якщо вона керована і якщо її смисл полягає у формуванні національно-духовних, морально-патріотичних якостей у памолоді, у її соціалізації в гуманістичній площині. Відомо, що є дуже багато українських творів, на основі яких можна робити дитячу телепродукцію. Українська література благодатна щодо цього. «Але, незважаючи на багатство матеріалу, на те, що згідно із Законом «Про кінематографію», державні установи зобов'язані надавати перевагу дитячому мовленню, в кіноіндустрії таких пріоритетів не спостерігається, – наголошує генеральний директор каналу «Малютко TV» Володимир Кметик. – Щодо телебачення, то я теж не помічав пріоритетного ставлення до дитячого мовлення. Ситуація швидше нагадує пробивання крізь паркани, заборони та упередження. Наприклад, наша анімаційна компанія «Фрески», виграла тендер від Міністерства культури на створення анімаційного фільму. З того часу минуло близько п'яти років, а з нами ніхто не хоче підписувати контракт. Тендер оголосили, але не сподівалися, що ми переможемо» [6].

В контексті роздумів Володимира Кметика хоч і справедливо, але досить різко про стан розвитку українського дитячого телебачення висловився Юрій Іванов: «Для нашого телебачення діти – це якісь волоцюги-безбатченки. В Україні не те, що дитячих каналів – дитячих редакцій уже давно немає... А перед нинішніми святами в Росії два дуже потужних канали відкрили «Карусель» для дітлахів. А нам навіщо?» [7]. Узагальнюючу відповідь на це запитання дав Володимир Кметик: «Держава ще не стала точкою опори для української нації [6], бо досі відсутня не

---

лише концепція розвитку українського дитячого мовлення, а й концепція гуманітарної політики, в основі якої має бути природна потреба ідентифікації української нації, адже «громадяни українського суспільства різні за своїми ідеологічними, політичними переконаннями, культурно-духовними прагненнями, господарсько-побутовими навиками, психолого-етнографічними властивостями, що породжені століттями бездержавності, роз'єднаності, руйнівною московсько-комуністичною тоталітарною системою» [7, с. 125].

У сенсі формування й утвердження української національної ідентичності надто важлива роль також належить регіональному телебаченню, зокрема програма для дітей усіх вікових категорій. Адже «діти – чудовий, унікальний, дуже талановитий народ. Вони уразливі і мрійливі, вони вірять у дива, вони довіряють дорослим і бояться п'їтьми, вони переповнені почуттями, таємницями та світлими бажаннями, – наголошує педагог, режисер молодіжного самодіяльного театру «Трудный возраст» Маріанна Гончарова (м. Чернівці). – Діти – цілина, яку потрібно зорати, оросити і засіяти. Це чудовий і благодатний ґрунт» [9]. Отже, регіональному телебаченню, яке більше приділяє уваги дітям (за винятком місцевих комерційних телерадіокомпаній), потрібно працювати цілеспрямованіше: засівати у душах дітей здорові зерна любові до малої і великої Батьківщини, максимально використовувати специфічні особливості телебачення, щоби знайти в кожній дитині її українську автентичну суть, відкрити її внутрішній світ для неї самої, допомогти розкласти на полиці її сумніви, проблеми, симпатії, антипатії, розвинути естетичні смаки, формувати любов до української мови. Адже, мова є своєрідним синтезом усього національного, виконує не лише комунікативну, а й найбільш важливу – інтегруючу функцію, тобто творить і зберігає націю, є основою її безпеки.

Ще у 1905 році Іван Франко у статті «Одвертий лист до Галицької української молодіжі» наголошував: «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 (висновки; результати – О.Б.). Ми повинні – всі без виїмка – поперед усього пізнати ту свою Україну, всю в її етнографічних межах, у її теперішнім культурнім стані, познайомитися з її природними засобами та громадськими болячками і засвоїти собі те знання твердо, до тої міри, щоби ми боліли кожним її частковим, локальним болем і радувалися кожним хоч і як дрібним та частковим її успіхом, а головно, щоби ми розуміли всі прояви її життя, щоби почували себе справді, практично частиною його» [10, с. 405]. На мій погляд, ці думки Івана Франка втілюють глибокі концептуальні засади щодо тематичного наповнення пізнавально-освітніх передач регіонального телебачення.

Інтегруюча роль дитячих передач регіонального телебачення в контексті патріотичного виховання може здійснюватися у двох основних напрямках : 1) Цікаво, всебічно розповідати про правдиву історію рідного краю, культуру, традиції, звичаї у загальноукраїнському національному контексті, формуючи й утверджуючи світоглядні засади консолідації усіх регіонів ( Сходу, Заходу, Півночі, Півдня, Центру) України, адже ми не лише будемо свою державу, а й відроджуємо себе як націю, яку впродовж віків закабалювали, фізично і духовно знищували: зросійщували, полонізували, мадяризували, румунізували тощо; 2) Щоби поглиблювати розуміння України як соборної держави з регіональними особливостями, доцільно не тільки обласним держтелерадіокомпаніям, а й комерційним телерадіоорганізаціям обмінюватися телевізійними програмами для дітей. Обмінні передачі повинні базуватися на засадах об'єднуючого україноцентризму.

Допомогти реалізувати цей дуже важливий для українського суспільства захід, в основі якого національно-духовне, морально-патріотичне виховання майбутніх громадян, повинні державні структури, передусім, Держкомтелерадіо, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, обласні державні телерадіокомпанії. При цьому потрібно дбати про поліпшення якості підготовки телепередач для дітей різних категорій. Підвищення ефективності впливу регіонального телебачення на патріотичне виховання дітей передбачає врахування сутності української національної ідеї державотворення, актуалізацію тематики матеріалів, поліпшення форми їх подачі на основі врахування психо-фізіологічних особливостей дітей, їхнього зростаючого інтересу до правдивих, історичних і сучасних життєвих процесів. Під час підготовки телепередач журналістам доцільно дотримуватися такої тріади: добрі думки – добрі слова – добрі справи.

#### Список використаних джерел

1. Телебачення дивляться 35 % від сумарної аудиторії вітчизняних ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://media.parlament.org.ua/analytics/action/article\\_detail/article\\_id/3756/](http://media.parlament.org.ua/analytics/action/article_detail/article_id/3756/). – Назва з екрана.
2. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте / Д.Б. Эльконин // Избранные психологические труды. – М.: Педагогика. – 1989. – С. 60-77.
3. Приходько Оксана. Безпечний інтернет, або Як батькам навчити дітей правильно і без ризику користуватися мережею / Оксана Приходько // День. – 2010. – 18 лютого.
4. Лизанчук В. Електронні засоби масової інформації в контексті українського державотворення / В.Лизанчук // Телерадіожурналістика: історія, теорія, практика, погляд у майбутнє: збірник науково-методичних праць. – Львів: Ред.-вид. відділ Львів. ун-ту. – 1997. – С. 3-22.
5. Скорик А.Я. Музичні програми регіонального телебачення в інформаційному просторі сучасності ( на прикладі програм Львівського телебачення) : автореферат. дис. канд. мистецтвознавства: 26.00.01/А.Я Скорик; Львів. нац. муз. акад. ім. М.В. Лисенка. – Львів, 2009. – 16 с.

6. Скуба В. Без Котигорошка... Володимир Кметик: Українська література клондайк для дитячого телебачення / В.Скуба // День. – 2011. – 21-22 січ. – С. 10-12.
7. Іванов Ю. Назустріч Ері сучільної телерозважайлівки / Ю Іванов // День. – 2011. – 4-5 лютого.
8. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики: підручник / В.В. Лизанчук. – К.: Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.
9. Гончарова М. «Світ буде таким, якими будуть наші діти» / М.Гончарова // День. – 2010. – 29 травня.
10. Франко І. Одвертий лист до Галицької української молодіж / І.Франко: зібр.творів: У 50 т. – К., 1986. – Т. 45. – С. 401-409.

The subjects of transfers for children of regional television of Ukraine are considered. Their integrating role in the course of national-patriotic education of children of different age categories is comprehended. Problems of improvement of preparation of television programs for children of regional television are allocated.

**Key words:** television, regional television, subjects of transfers, the maintenance of materials, patriotic education, national consciousness.

УДК 070.23(479):327

**А. І. Бурейко**

*Запорізький національний університет*

### **ТЕНДЕНЦІ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ СВІТОВИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

У статті розглядається вплив світових глобалізаційних процесів на регіональні ЗМІ. Висвітлення матеріалу подається крізь призму роботи місцевих телекомпаній.

**Ключові слова:** глобалізація, глобалізаційні процеси, інтеграція, світовий медіа простір, нові медіа.

За останні 20 років все більше увагу науковців привертає тема глобалізації та глобалізаційних процесів. Оскільки українські медіа нерозривно пов'язані з політико-економічними процесами держави, вони зазнають впливу всесвітньої інтеграції.

У контексті глобальних суспільних трансформацій вітчизняні засоби масової інформації впливають на розвиток та історію людства, несуть відповідальність за формування і збереження національної ідентичності. Останнє є надзвичайно важливим для сучасної української журналістики, яка перебуває на стадії становлення і утвердження серед уже існуючих світових систем мас-медіа [4].

До вивчення глобалізації зверталися Д. Лайон, О. Гресько та ін.

Стрімкий розвиток новітніх технологій призвів до появи інформаційної революції, що є базовою основою існування інформаційного суспільства.

Інформаційне суспільство – поняття в соціології, що належить до концепції, згідно з якою основним фактором суспільного розвитку визнається створення і використання прогресу в індустрії інформації (комп'ютери і мікроелектроніка, комунікаційно-обчислювальні мережі, засоби зв'язку) [6, с. 179].

Про інформаційне суспільство (ІС) як таке знали ще на початку 60-х років ХХ століття. Щодо основоположника ідеї ІС та виникнення цього явища дослідники мають різні думки. За одними джерелами, автор цього поняття невідомий, деякі ж науковці у своїх працях вживали його майже одночасно [5]. У США вперше цей термін було вжито і проаналізовано вченим Ф. Махлупом. В інших джерелах автором поняття ІС називають японського вченого, професора Токійського технологічного інституту Ю. Хаяші [5].

Тим не менш, регіональні ЗМІ є суб'єктами світових глобалізаційних процесів, а ІС не можна уявити без інтенсивного сталого обміну інформацією, і чим складніша структура систем, тим більша потреба в ній.

У сучасних умовах українські споживачі отримують значну кількість інформації саме з комунікаційних каналів, до яких належать ЗМІ. Регіональні мас-медіа знаходяться у стадії «переформатування»: зміни, коригування та пристосування до світових економічних тенденцій, а також до місцевої кон'юнктури ринку. На цьому ґрунті регіональна журналістика привносить свої особливості та набуває нових ознак. Їхній прояв розглянемо на прикладі функціонування Запорізьких телеканалів («Алекс», «ТВ-5», «Запоріжжя»).

По-перше, тяжіння до зарубіжних форматів вітчизняних розважальних ток-шоу та політичних програм призводять до «американізації» українського телебачення, відсіювання у програмній сітці власного відеопродукту, що відображатиме національні інтереси, менталітет та світогляд. Для того, щоб перекрити недостатню кількість програм власного виробництва, в результаті чого залишаються вільні години ефірного мовлення, регіональні телеканали ділять ефір переважно з російськими кабельними телепартнерами («Алекс» купує мовлення в НТВ, Ren-TV та «Москва – Открытый мир»). Таку ситуацію власники запорізьких ЗМІ вважають економічно вигідною, забуваючи про потребу місцевих громадян в інформації.