

УДК 007: 304: 659.3

## КОМУНІКАТИВНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ НОВИН ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТУ

**Парасковія Дворянин**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна  
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Схарактеризовано комунікаційний процес в інформаційному суспільстві, осмислено методологію і методи дослідження регіональних новин як соціокультурного продукту. На основі дослідження стверджено, що новинний соціокультурний продукт регіонального телебачення в Україні може бути насичений національно-духовним, морально-громадянським інформаційним потенціалом за умови, коли на регіональному телебаченні, як і в усіх ЗМІ, запанує змагання журналістських професійних чеснот за абсолютні, національні, громадянські, сімейні та особисті цінності.

*Ключові слова:* регіональне телебачення, новини, комунікація, професіоналізм, національно-духовні цінності, правдива інформація.

В інформаційному суспільстві комунікаційний процес, на думку доктора наук зі соціальних комунікацій Л.Г. Пономаренко, характеризується такими рисами, як: виробництво знакових цінностей; швидкоплинність інформації; можливість втручання комп'ютера в приватне життя; розіграш комунікації, що призводить до руйнування соціальних, зокрема і моральних, основ комунікаційного процесу; проблема статусу інформації, зокрема її отоварення; процес легітимізації аморальних норм; некерованість комунікації людиною, яка є додатком до комунікаційних процесів [30, с.121].

Виокремлюємо тут морально-психологічний аспект, оскільки є морально-соціальна відповідальність у процесі новинного інформування, яке розрізняють щодо суспільства і стосовно індивіда. Суспільна функція – «інформування про події в житті суспільства і світі, інформаційне забезпечення інноваційних процесів» [36, 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» [36, с.264]. Із приводу взаємозв'язку моралі й журналістики професор Й.Д. Лось висловився так: «Порозумінню між людьми і народами, підвищенню моральних та інтелектуальних стандартів особистості, націй, вибудуванню вищих сенсів буття може сприяти насамперед така журналістика, яка орієнтується на... моральний тип мислення (людина людині – брат), а не лише сповідує раціональний підхід (успіх і ефективність)» [20].

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

Результати нашого наукового дослідження підтверджують важливу тезу І.А. Мальковської, що людська ідентичність в інформаційному суспільстві розбивається на шматочки комунікативним впливом із усіх боків: не тільки на рівні сприйняття інформації, що культивує бажання та символи подоби, а й на рівні соціалізації шляхом інформації, яка не побуджує до комунікацій, а лише займається її «розіграшем» (Ж. Бодріяр) [24, с. 7].

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

Безперечно, особливо актуальною сьогодні є думка К. Теслера, що ЗМК можуть бути не тільки агентами морального прогресу і передачі морально-громадянських чеснот, а й спричиняти деструкції соціального характеру [42, с. 93-94], які ми бачимо і відчуваємо в останні роки потужного ворожого російського інформаційного наступу – вельми головної складової неоголошеної війни Україні. Це ще раз підтверджує фальшивість нав'язування українській журналістиці концепції нейтралітету, яка має лише транспортувати новинну інформацію від ньюзмейкера до споживачів. «Журналістика – це, мовляв, така собі труба, по якій можна качати каналізаційні стоки, нафту, чисту воду, – справедливо обурюється професор І.Л. Михайлин. – Тим часом нам протистояла зовсім не нейтральна, а агресивна, безпardonна, нахабна журналістика. Їй можна було протиставити тільки якісну світоглядну, свідому своїх національних завдань журналістику» [5, с. 19]. Про те, щоб звести роль журналіста до виключно відчуженого «інформування», мовилося також на III Львівському медіафорумі, який відбувся в кінці травня 2015 року. «Його [виключно відчуженого інформування] не може бути за визначенням, оскільки навіть вибір новинних сюжетів опосередкований політичною і моральною позицією інформатора, – підкреслив філософ і публіцист Ігор Лосев. – Тоді вже слід у тому чи іншому ЗМІ розігнати журналістів і

просто повісити десь на проспекті відеокамеру, що й буде інформуванням у чистому вигляді. Ті, що ратують за таку «надоб'єктивність», фактично закликають до ліквідації журналістики як професії» [22].

Отже, розглядати журналістику, зокрема її новинну складову регіонального телебачення, як нейтральну інституцію, що живе сама собою, поза соціокультурним контекстом, методологічно не правильно. Досліджуючи соціокультурний аспект регіональних телевізійних новин в українськоцентричному контексті, ми спиратимемося на загальнофілософські методологічні засади, серед яких найважливішими є принципи правдивості, інтелектуальної гласності [27, с.263] та історизму [37, с.36]. Методологія пізнання озброює методом відображення, покращення сутності новин регіонального телебачення і перспективного доповнення новою телевізійною інформацією.

Професор Ю.Г. Шаповал визначав термін «метод» як шлях до певної мети, спосіб дослідження журналістського контексту: якісне визначення співвідношення між суб'єктом, який пізнає, і результатом пізнання; пізнання об'єктивних закономірностей, використання їх для творчості журналіста; повернення процесу пізнання до свідомого використання законів діалектики в новинному інформуванні [37, с.80]. Досліджуючи інформаційно-змістові та емоційно-тематичні особливості новин регіонального телебачення, скористаємося важливими порадами В.В. Різуна і Т.В. Скотникової, які детально викладені у праці «Методи наукових досліджень у журналістикознавстві» [33].

Метод (від грецького слова *methodos* – шлях до чого-небудь) – це сукупність прийомів, способів, правил пізнавальної, теоретичної і перетворюючої діяльності людей. «Метод озброює людину системою принципів, вимог, правил, керуючись якими вона може досягти поставленої мети. Володіти методом означає знати, яким чином і в якій послідовності слід використовувати ті чи інші дії, правила, прийоми, способи, норми пізнання для вирішення тих або інших завдань, уміти застосовувати це знання на практиці» [9, с.17].

Спираючись на методологію відображення в публіцистичному тексті, яку схарактеризував Ю.Г. Шаповал [37, с.34], та на результати опитування львівських і сумських репортерів (опитано 27 журналістів), ми вважаємо, що під час творення новинного повідомлення потрібно дотримуватися таких методичних вимог: уміти правильно вичленовувати суспільний факт, не ізолюючи його від соціального середовища, яке не визначається єдністю загального, особливого й одиничного; не порушувати органічної достовірності факту відбором тих чи інших (суттєвих і «несуттєвих») зв'язків; не розглядати факт, про який довідався, відірвано від інших фактів певної галузі знань, тобто розглядати факт із погляду загальних закономірностей, що визначає явище як таке; не забувати про спадковість фактів, відображених на телеекрані, яка дає змогу певним чином синтезувати наші знання про дійсність; активно відображати регіональну дійсність у контексті vseукраїнських і загальнолюдських соціогуманістичних інтересів.

Наукове пізнання здійснюється «зняттям» (засобами методу) певної кількості інформаційно-змістовної насиченості новинного повідомлення, яку вважають абсолютним показником телевізійних тексту і зображення. Професор К.С. Сера-

жим слушно зазначила, що «інформаційна насиченість визначається співвідношенням між обсягом текстового матеріалу (додамо: та зображення – П.Д.) і обсягом викладеної в ньому інформації. Інформаційна насиченість тексту (і зображення – П.Д.) корелює з такими поняттями, як напруженість і ненапруженість змісту тексту (і зображення – П.Д.). Низька конденсація інформації в тексті (і повідомлення – П.Д.) свідчить про ненапруженість викладу, висока – про його напруженість» [34, с.481].

Актуальні і сьогодні основні методологічні засади вивчення української журналістики, які окреслив Іван Франко. Кожен факт чи явище Іван Франко розглядав у суспільно-політичному, історичному, культурному контексті. Методика аналізу періодичних видань – це увага як до об'єктивних, так і до суб'єктивних принципів. Іван Франко був уважний як до суттєвих чинників, так і до деталей дослідження. Він звертав увагу не лише на практичні, а й на теоретичні проблеми преси. Намагався бути об'єктивним та уникати партійного підходу. Журналістський і літературний процес розглядав у контексті ідеї соборності України [14, с.11]. І.Л. Михайлин до цього додає ефективне застосування культурно-історичного методу [26, с.177].

Методи дослідження (їх назвали у «Вступі» і надалі будемо використовувати й характеризувати) обумовлені нашим розумінням соборної сутності соціокультурної насиченості інформації, яке ґрунтується на науковій позиції вчених С.М. Андрусів, С.В. Демченка, М.Г. Житарюка, Т.В. Кузнєцової, О.А. Сербенської, В.І. Шкляра. Професор М.Г. Житарюк наголосив, що «соціокультурні складові журналістики впливають із політичної системи та впливають на неї відповідно до принципів і функцій підсистеми ЗМІ в системі ЗМК, передбачаючи такі головні конфігуратори: мова видання, тематика і проблематика, висвітлення історичних, національно-ідентифікаційних видань, релігія і світогляд, традиції, гуманізм, зв'язки зі сусідами та внутрішні взаємини, правдивість, збалансованість, своєчасність, виваженість, генетичність, інтент-аналітична культура (комуніканта і комуніката)» [10, с.53-54]. Однак «у медіапросторі за мозаїчністю різномірної інформації, що іноді досить некритично пропонується, людина ризикує загубитися в інформаційному потоці, втрачає можливість зорієнтуватися щодо сутнісного, важливішого, розвивається її світоглядна цілісність і національна ідентичність. Глобалізація уніфікує особисте та національне» [3, с. 3-4].

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

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

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

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

– у філософії – на все, що відбувається у світі, треба дивитися українськими очима і мати власні погляд та оцінку [17, с.97].

Наукове осмислення соціокультурних складових журналістики, які схарактеризував М.Г. Житарюк, українськоцентричної політики та ідеології, які є основою формування національно-громадянської ідентичності та зміцнення соборності України, творчої практики репортерів із Вінниці, Криму, Львова, Сум, Харкова та з деяких інших міст, вважаємо, що складовими регіональних новинних телевізійних повідомлень мають бути такі соціокультурні цінності (деякі з них назвала в навчальному посібнику Н.Д. Темех [35, с.138-139]: **абсолютні** (віра, надія, любов, працелюбність, шляхетність, доброта, чесність, справедливість, щирість, гідність, милосердя, прощення, досконалість, краса, свобода, нетерпимість до зла, великодушність, мудрість, правда); **національні** (українська національна ідея державотворення, самопожертва в боротьбі за свободу нації, національна гідність, історична пам'ять, пошана до національних символів, утвердження в усіх сферах життя державної української мови, любов до національної культури, протидія антиукраїнській ідеології); **громадянські** (суспільна гармонія, соціальна та міжетнічна справедливість, культура соціальних і міжетнічних відносин, повага до закону, рівність громадян перед законом, самовідповідальність людини, її права, суверенність особи, право на свободу думки і слова, повага до демократичних виборів та влади, а влади до громадян, толерантне ставлення до чужих поглядів, які не суперечать українським національним ідеалам та утвердженню соборної української України); **сімейні** (піклування про дітей (батьків), пошана предків, злагода в сім'ї, демократичність стосунків, здоровий спосіб життя, збереження і примноження українських національних традицій і звичаїв); **особисті** (орієнтація на пріоритет морально-духовних і національних цінностей, внутрішня свобода і відповідальність за свої вчинки, особиста і національна гідність, воля, самоконтроль, рішучість, доброзичливість, поміркованість).

Тематично-змістовна насиченість новинних випусків на регіональному телебаченні названими цінностями є важливою передумовою позитивного впливу на подолання шкідливих роз'єднувальних стереотипів, ментальної неоднорідності, такого явища, як регіоналізм; збереження і розвиток у суспільстві значного інтеграційного потенціалу. Внаслідок регіональної і міжрегіональної аксіологічної комунікації (обмін передачами, творче взаємовідвідування журналістами регіонів і правдиве висвітлення життєвого середовища тощо) може формуватися єдиний морально-національний інформаційний «соціокультурний простір» (Т. Кузнєцова). Адже будь-яке новинне повідомлення породжується «мовцем і слухачем у конкретних ситуаціях, у межах широкого соціокультурного контексту» [6, с.159].

Соціокультурний простір України звідусіль пронизують найрізноманітніші за тематикою і змістом новинні потоки, насичені як позитивною, так і негативною інформацією. На телевізійному екрані сучасний глядач бачить сцени агресії в середньому кожні 16 хвилин, а в період від 19 год. до 23 год. (прайм-тайм), коли перед екраном збирається найбільша глядацька аудиторія, цей умовний інтервал скорочується до 12 хвилин. В інформаційних блоках новин теле-

бачення і радіо, на газетних шпальтах рівень негативу сягає 50-80% [11, с.32]. Зрозуміло, що українські громадяни отримують інформацію негативної насиченості також із зарубіжних ЗМК.

«Знавісніла антиукраїнська пропаганда Кремля набирає вже не просто людиноненависницького, а людиноїдного характеру, – підкреслює академік Іван Дзюба. – Не зупиняються ні перед чим» [7]. Наприклад, сюжет російського телебачення, у якому нібито біженка зі Слов'янська розповідає на камеру про звірства, вчинені українськими «карателями» в її місті. Апогей цих публічних звірств: дитину розіп'яли, різали ножом на очах у матері, а як дорізали, прив'язали матір до танка й волочили її вулицями Слов'янська. Люди ридали, а дехто непритомнів.

Із цього приводу виникають запитання суто антропологічного, психічного характеру. Тим часом заступник міністра зв'язку і масових комунікацій Російської Федерації Олексій Волін в інтерв'ю телеканалу «Дождь» так схарактеризував зухвало цинічний наклеп на українців: «Моя позиція – усе нормально. Перший російський канал брав інтерв'ю, він показав те, що сказали в інтерв'ю. Це повністю відповідає всім нормам, правилам і критеріям журналістської етики. Є людина, вона говорить. Синхрон дали» [41].

Отже, О. Волін від імені держави видав індульгенцію на подальшу тотальну брехню, маніпуляцію, яку всебічно підтримує В. Путін. Тому вся Росія живе спільним міфом про «неповторну велич», «особливий шлях» і путіноподібного «культурного героя». Вся країна, замість правдивої інформації, «не кривлячись споживає пропагандистське фуфло» [40]. За акцентами передач російських телеканалів, Східна Україна – це російська територія, тимчасово окупована ворогом, а діячі культури, письменники, журналісти повністю готові вбивати «українських окупантів». Оруеллівські «п'ятихвилинки ненависті» (із роману «1984») – це дитяче белькотання, порівняно з російськими репортажами про Україну. Олександр Проханов, приміром, у своїй програмі «Репліка» (канал «Россия 24») виразно описав, як українці, коли їх не завоювати, будуть «вспаривать животы русским беременным женщинам» [41].

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

Застосувавши методи глибокого інтерв'ю та сугестії (навіювання), ми з'ясували, що 37–42% новин регіональних телеканалів подають повідомлення, які спричиняють почуття тривоги, страху, безвиході, агресивності. Це високий відсоток, адже, за результатами опитування, проведеного 3-19 січня 2015 року Агентством стратегічного консалтингу Bohush Communications, найважливішим каналом для отримання інформації про життя регіону для 69,4% респондентів є телебачення, 21,3% – Інтернет, 2,8% – радіо, газети назвали 2,3% опитаних.

Зважаючи на те, що основою новинного телевізійного інформування, як і всієї журналістики, є фактологічна база, то «факт, що змінює ситуацію, виконує роль універсальної та обов'язкової компоненти будь-якого новинного повідомлення» [13, с.142]. Документальну природу фактів у журналістських творах досліджували і досліджують українські й зарубіжні науковці. Серед них: Ендрю Бойд [1], О.І. Бочковський і С. Сірополко [2], З.Є. Дмитровський [8], В.Й. Здоровега [12], М.В. Комова [13], І. Куляс та О. Макаренко [15], В.В. Лизанчук [19], В.Я. Миронченко [25], К. Овчаренко [29], Д. Рендол [31], Г. Штромайер [39] та інші автори. 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 хімік або аптекар, що видає ліки»; «тільки точне повідомлення має корисне значення для загалу»; «звістка неправдива може спричинити багато небажаних, шкідливих для громадськості наслідків» [2, с.48].

Слово *факт* прийнято також розуміти як судження або в інший спосіб зафіксовану реальність. Отже, мовиться про реальний факт і про факт відображений [12, с.76]. Така двозначність, як стверджував В.Й. Здоровега, призводить до непорозумінь, навіть до судових розборів, «оскільки те саме слово «факт» розуміють по-різному. 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 ідеться про відображений кимось факт. Зафіксований вербально чи іншим способом реальний чи об'єктивний (правдивий – П.Д.) факт завжди має елемент суб'єктивності й може бути помилковим, неправдивим» [12, с.76].

Заслужують на осмислення думки про факт професора В.В. Різуна, який визначив факт як суб'єктивну дійсність, 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 компонента в 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». Вчений 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 [32].

Дискусії з приводу природи, сутності факту, його змісту, форми оприлюднення, суспільної реакції є науково важливими в сенсі нашого дослідження.

Своєрідна теза австро-англійського філософа Л. Вітгенштайна, що ми створюємо для себе образи фактів; образ є фактом, результати нашого історико-теоретичного системного огляду газетних публікацій і порівняльно-тематичний аналіз новинних випусків дають підставу до незаперечного ствердження, що замовчування ЗМІ соціально важливих фактів збіднює світогляд людей, нівелює громадянську позицію, вихолощує національно-людську гідність. Наприклад, у жовтні 2007 р. в Харкові відбулося засідання Координаційної ради з підготовки заходів до 75-х роковин Голодомору 1932-1933 рр. На засіданні були голови обласних державних адміністрацій, міністри, представники СБУ, вчені, Президент України, десяток телевізійних камер. Але в новинах центральних і обласних телевізійних каналів не було жодної ґрунтовної інформації. Із чотирьох телеорганізацій Харкова (А/ТВК, РІ, 7 канал, ОТБ) тільки обласне державне телебачення подало спрощене новинне повідомлення, виокремивши із присутніх голову обласної держадміністрації Добкіна, який згодом разом із міським головою Кернесом продемонстрували яскраво виражену промосковську позицію.

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

Ольга Герасим'юк у коментарі «Чому ЗМІ не розповіли, що було у вівторок у Харкові» справедливо акцентувала: найголовнішою причиною замовчування цього суспільно важливого факту є те, що багато журналістів не мають національно-громадянських орієнтирів, адже глибоко не знають правдивої української історії, трагічною сторінкою якої є також Голодомор 1932-1933 рр. Журналісти центральних і регіональних телеканалів покликані у різних новинних формах розповідати, що Голодомор був геноцидом української нації, щоби громадяни України усвідомлювали: «Те, в чому ми живемо, як живемо, – тяжкі наслідки постгеноцидного стану, враженого по останню молекулу та останню вакуолю живих клітин нашого організму. Цей постгеноцидний стан був обтяжений 75-літнім нелікуванням психіки та тіла нації, чого негайно потребують як порятунок народи, що пережили смертельну селекцію і наругу. Цей постгеноцидний стан передається на підсвідомому рівні, як пам'ять клітин усім поколінням, що прийшли після тих, яких за ноги відтягали в ями, засипані вапном, тих, які божеволіли і їли своїх дітей. Цей постгеноцидний стан відбивається на усміхнених обличчях тих, які кажуть, що такого не було, й не ходить на могили своїх замучених голодом тіток, дядьків, невирослих сестер і братів, жінок, що так нікого й не народили, бо втратили таку функцію або не встигли та впали» [4].

Екс-президент В.А. Ющенко на Координаційній раді розповів присутнім історію про малого Івасика, що йшов до школи й не мав сили, приліг під



глиняним горбом, та й не встав, та й ніхто його тіла не підібрав. А та глина посунулася і засипала мертвого Івана. Та так він відтоді і лежить під тим глинищем. І кістяк його вже постарів разом із цією землею на 75 літ. І ніхто того вже діда Івана й досі не витягне звідти й не поховає по-людськи. Хоч усі ходять повз нього і знають, що він там. «І ніякі камери, що були в тій залі, ... цю історію людям не переказали, бо на ту мить журналісти вже стомилися слухати про Голодомор і пішли курить, чекаючи на вихід Президента до преси, щоб спитати його про Добкіна, мера Харкова. Ніби народ України тільки про це їх, журналістів, і просить із ранку до вечора» [4].

Голодомор був можливий як каральний метод для нації, яка не мала державності, – для того щоб вона її ніколи не мала. Україна була особливо небезпечна однаково, хоч і не мала держави. Вона була небезпечна навіть після страшною катастрофи давнього розгрому гетьманської столиці Батурина разом із десятками тисяч його жителів, після поразки Мазепи, після ліквідації Козацько-Гетьманської держави, після тодішньої хвилі терору проти українців, знищення їхньої культури, асиміляції. Україна однаково була небезпечна – на самому кордоні з Європою жив дуже численний селянський народ із потужною пам'яттю, із колосальним духом і досвідом визвольної боротьби. Це треба було виморити, кинути в яму й засипати вапном. «Просто дехто вижив, і, як каже моя подруга, редактор газети Лариса Івшина, той, хто при пам'яті, – той мусить ходити по українському світу та будити його, бо інакше світ буде недосконалим, якщо він сам собі не скаже правди про нас» [4], – наголосила Ольга Герасим'юк.

Отже, залежно від інтерпретації реального факту, яка неминуха під час перетворення факту на новину, журналіст «може опинитися на позиції «своєї правди», «іншої правди», «чужої правди» і навіть «ворожій правди», – підкреслює професор І.Л. Михайлин. – Він може відобразити дійсність на засадах точності й достовірності, а може, навпаки, підігнати дійсність під свою ідеологічну концепцію, яка йому здається, через ті чи інші причини, правильною; може, нарешті, просто замовчати соціально вагому потрібну суспільству інформацію» [26, с.82]. Вище детально характеризували негативний приклад замовчування фактів.

Про принципову, морально-громадянську важливість правдиво узагальнювати, глибоко і компетентно проникати в суть суспільних подій і явищ [12, с.32] наголошував професор В.Й. Здоровега. Професор А.З. Москаленко підкреслював, що до поняття правдивості соціальної інформації слід додати ще такі важливі елементи: «проникнення в будь-який матеріал до найменших подробиць; достовірність та обґрунтована оцінка журналістом об'єкта зображення – ситуації чи особи; точність у відображенні будь-якого факту, написанні чи вимовлянні імен, дати, цифри» [28, с.167].

Однак про правдивість – визначальний етичний стандарт журналістської діяльності – часто «забуває» чимало ЗМК. Свідченням цього є висвітлення євроінтеграційних процесів, Революції Гідності. Добір фактів до новинних випусків як національних, так і регіональних студій здійснювали заангажовано, залежно від морально-психологічного стану, політико-ідеологічної свідомості журналістів, власності телеканалів. Одні тележурналісти мотивували свій вибір націо-

нально-патріотичними почуттями, тобто українськоцентричними переконаннями, інші – прислужували злочинному урядові В. Януковича, М. Азарова та їхніх аморальних поплічників із промосковською, антиукраїнською орієнтацією. Частина журналістів займала нейтральну позицію, що ґрунтується, як вона стверджувала, на балансі думок і поглядів.

Безперечно, журналістська діяльність, спрямована на забезпечення людини, суспільства правдивою інформацією, повинна зреалізуватися не лише відповідно до загальноприйнятих етичних норм, а й керуватися стандартами, фаховими нормами творення новинних повідомлень. Однак, наприклад, дотримання стандарту «баланс думок і поглядів» не може бути поза врахуванням суспільно-політичної ситуації, тим паче в час загрози національній і державній незалежності України. Заклики деяких учасників теле- і радіопередач припинити АТО, а Донецьку й Луганську «дати свободу», не можуть не обурювати. «Яку свободу? Свободу вбивати, гвалтувати, катувати й грабувати тамтешні бандити й терористи мають, – із боєм у серці написав Ігор Лосєв. – А от у Дніпропетровську, Запоріжжі, Харкові їх такої свободи позбавили, внаслідок чого вони невимовно страждають, зате переважна більшість населення живе спокійно» [21].

Зрозуміло, що свобода слова не повинна бути інструментом маніпуляції суспільною свідомістю. Першим правилом, слушно вважає Єліна Шнурко-Табакіна, має бути інформаційна гігієна – перевірка джерел і вибіркового підходу до повідомлення в новинах про факти, події, явища. «Протистояти потрібно державною інформаційною політикою – від глобального (донесення «місії» країни) до щоденних повідомлень від силових відомств» [38].

«Інформаційна гігієна», морально осмислений підхід до відбору фактів, що ґрунтується на громадянсько-національних цінностях, не є перешкодою дотримання балансу думок і поглядів, створення достовірної, правдивої картини про різні сфери життєвого середовища. Але «в умовах війни говорити про якийсь «баланс думок» не можна, – наголосила головний редактор каналу «Культура», відома телеведуча Тамара Бойко. – Знаєте, коли я чую, як на Донбасі кричать: «Росія! Росія!» – мені відверто шкода цих людей. Вони ж не знають, хто вони, у якій країні живуть, яка її історія... І в цьому заслуга медійників, зокрема їхнього «балансу думок» під час війни» [23].

Регіональні телевізійні канали Донецька, Луганська, Одеси, Харкова 14–15 грудня 2013 р. в усіх новинних випусках показували депутата Верховної Ради України з «Партії регіонів» Григорія Смітюха, який на мітингу в Києві під цинічною назвою «Збережемо Україну» 14 грудня 2013 р. спонукав присутніх, звезених із Донбасу, Криму, південних і північних областей, подячно скандувати «Путін! Путін!». Тим часом, на відміну від багатьох телевізійних студій Вінниці, Львова, Івано-Франківська, Тернополя, Хмельницького, вони не показували, як беркутівці в Києві цілеспрямовано стріляли в мітингувальників на майдані Незалежності та на вулиці Грушевського, жорстоко їх били, катували, що призвело до загибелі українських патріотів, яких громадськість нарекла Небесною Сотнею. Регіональне телебачення Донецька, Луганська, Одеси, Харкова всебічно не ін-

формуvalo, що відбувалося на Євромайдані; як щиро, безпосередньо, натхненно читав Сергій Нігоян «Кавказ» Тараса Шевченка:

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

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

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

Тільки за те, що працівники ЗМІ намагалися розповісти Правду про причини конфлікту, конфронтації, протистояння між національною свідомою українською громадськістю і корумпованою, кримінальною владою, 139 з них за період від 30 листопада 2013 р. до 5 лютого 2014 р. постраждали («правоохоронці» їх побили, понівечили, покалічили). Зазнали поранень і знущань понад 20 медичних працівників [18, с.38;97].

Однак в українському журналістському середовищі, яке ще, на жаль, не сконсолідоване на засадах україноцентризму, є чимало журналістів, які не усвідомлюють або не хочуть усвідомити, зрозуміти, що людина, яка бреше, маніпулює фактами, – не дуже відрізняється від тієї особи, що вбиває. Адже «вона готує психолого-ідеологічне, політичне підґрунтя для вбивства. Саме таку функцію виконують російські ЗМІ, які тотально обдурюють громадян своєї країни, а також уздовж і впоперек прострілюють брехнею інформаційний простір України, отруюючи свідомість українців, насамперед жителів східних і південних регіонів. Козирна карта московської маніпулятивної пропаганди – нацизм, так званий український фашизм, – «оголтелый буржуазный национализм», бандерівщина, які, мовляв, загрожують російській державі, як це робили колись мазепинці, петлюрівці» [16,с.99].

Аналіз публікацій у фахових виданнях, періодичній пресі, результатів опитування 58 журналістів регіональних телеканалів і 135 студентських письмових робіт дають підставу стверджувати, що новинний соціокультурний продукт в Україні може бути насичений національно-духовним, морально-громадянським інформаційним потенціалом за умови, коли на регіональному телебаченні, як і в усіх ЗМІ, запанує змагання журналістських чеснот за абсолютні, національні, громадянські, сімейні та особисті цінності.

1. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин. / Ендрю Бойд. – 5-те вид.; пер. з англ. О.О. Колот, ред. – перекл. А.В. Куликов. – К., 2007. – 429 с.
2. Бочковський О.І., Сірополко С. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / О.І. Бочковський, С. Сірополко. – Мюнхен, 1993. – 204 с.
3. Василик Л.Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності: монографія / Л.Є. Василик. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 416 с.
4. Герасим'юк О. Чому ЗМІ не розповіли, що було у вівторок у Харкові / О. Герасим'юк // День. – 2007. – 26 жовт.
5. Голованова Н. Служити суспільству правдою / Н. Голованова // Журналіст України. – 2013. – № 11. – С.15-19.
6. Дейк ван Т.А. Язык. Понимание. Коммуникация / ван Т.А. Дейк. – М.: Прогрес, 1989. – 312 с.
7. Дзюба І. Потрібен міжнародний журналістський осуд / І. Дзюба // День. – 2014. – 15 лип.
8. Дмитровський З. Деякі проблеми політичного інформування в українському телепросторі / З. Дмитровський // Збірник праць кафедри української преси. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2000. – Вип. 3. – С.82-87.
9. Дяченко І.М. Типологічна парадигма гендерно маркованих журналів в Україні ХХ – початку ХХІ ст.: дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій: спец. 27.00.04 «Теорія та історія Журналістики» / І.М. Дяченко. – Запоріжжя, 2012. – 190 с.
10. Житарюк М.Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монографія / М.Г. Житарюк. – Львів, 2008. – 416 с.
11. Зайцев А.А. Мониторинг сцен насилія в програмах ведущих телеканалов України [Електронний ресурс] / А.А. Зайцев, Ю. В. Оньшко, Р.И. Исанов // Архів психіатрії. – 2002. – №2 (29). – С.31-36. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/projects/view.php>
12. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / В.М. Здоровега. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
13. 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.
14. Кость С.А. Західноукраїнська преса першої половини ХХ ст. у всеукраїнському контексті (засади діяльності, періодизація, структура, особливості, функціонування): монографія / С.А. Кость. – Львів: Видавн. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – 514 с.
15. Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника: практичний посібник для журналіста / І. Куляс, О. Макаренко. – К.: Вид-во ХББ, 2006. – 120 с.
16. Лизанчук В. Антиукраїнська інформаційна агресія в телерадіопросторі Росії та України / В. Лизанчук // Дзвін. – 2014. – №7 – С.97-104.

17. Лизанчук В. Психологія мас-медіа: підручник / В. Лизанчук. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
18. Лизанчук В. Шевченкове Слово / В. Лизанчук. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 184 с.
19. Лизанчук В.В. Журналістська майстерність: підручник / В. Лизанчук. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.
20. Лильо Т. Йосип Лось: «Університет не може бути товариством із обмеженою відповідальністю» / Т. Лильо // День. – 2004. – 4 черв.
21. Лосєв І. Інформаційна війна: без перемир'я / І. Лосєв // День. – 2014. – 30-31 трав.
22. Лосєв І. Ще раз про культурний фронт / І. Лосєв // День. – 2015. – 12-13 черв.
23. Лубчак В. «Розвернути телекамери в народ!» / В. Лубчак // День. – 2014. – 13-14 черв.
24. Мальковская И.А. Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы. – 3-е изд. / И.А. Мальковская. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 240 с.
25. Миронченко В.Я. Основи інформаційного радіомовлення: підручник / В.Я. Миронченко. – К.: ІЗМН, 1996. – 440 с.
26. Михайлин І.Л. Журналістика як всевіт: вибрані медіадослідження / І.Л. Михайлин. – Х.: Прапор, 2008. – 512 с.
27. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підручник. / І.Л. Михайлин. – 5-те вид. перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 496 с.
28. Москаленко А.З. Вступ до журналістики: підручник / А.З. Москаленко. – К.: Школяр, 1997. – 300 с.
29. Овчаренко К. Життєвий цикл новин / К. Овчаренко // Теле- та радіо-журналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч.І. – С.227-231.
30. Пономаренко Л.Г. Морально-етичний дискурс сучасних друкованих та електронних ЗМІ: монографія / Л.Г. Пономаренко. – Запоріжжя: КПУ, 2011. – 328 с.
31. Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол; пер. з англ. М. Марченко, літ. ред. І. Огієнко. – К. 2007. – 150 с.
32. Різун В.В. Проблеми й перспективи розвитку журналістської освіти в Україні на початку ХХІ століття / В.В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. – 2004. – Т.16. – С.6-13.
33. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві. – 2-ге вид., перероб. і доп. / В.В. Різун, Т.В. Скотникова. – К.: Преса України, 2008. – 144 с.
34. Серажим К. Інформаційні характеристики журналістського тексту / К. Серажим // Світові стандарти сучасної журналістики: зб. наук. праць / МОН України. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького; Інститут Медіаправа; Могиллянська школа журналістики НАУКМА; відп. ред. Т.Г. Бондаренко, С.М. Квіт. – Черкаси: Видав. Чабаненко Ю., 2010. – С.477-482.
35. Темех Н.Д. Українське телебачення і формування духовності молоді: теорія, практика: навч. посіб / Н.Д. Темех. – Львів: Видавн. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 150 с.
36. Чічановський А.А., Старіш О.Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А.А. Чічановський, О.Г. Старіш. – К.: Грамота, 2010. – 568 с.

37. Шаповал Ю.Г. Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність: монографія / Ю.Г. Шаповал. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – 233 с.

38. Шнурко-Табакова Е. Про «інформаційну гігієну» / Е. Шнурко-Табакова // День. – 2014. – 13-14 черв.

39. Штротмайер Герд. Політика і мас-медіа / Герд Штротмайер; пер. з нім. А. Орган. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.

40. Щотніна К. Ефірна сутність / К. Щотніна // Дзеркало тижня. – 2014. – 22 берез.

41. Яковенко І. Мутація... / І. Яковенко // День. – 2014. – 18-19 лип.

42. Tesler K. Media, Culture and Morality / K. Tesler. – London: Routledge, 1994. – 138 p.

## COMMUNICATIVE METHODS OF INVESTIGATION THE REGIONAL NEWS AS A SOCIOCULTURAL PRODUCT

**Paraskoviya Dvorianyn**

*Ivan Franko National University of Lviv  
Chuprynky str., 49, L'viv, 79044, Ukraine  
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Author characterized communication process in the information society, comprehended methodology and research methods of regional news as a socio cultural product. Based on the investigation author stated that sociocultural product of regional TV in Ukraine can be saturated with national-spiritual, moral and civic information potential provided that on regional television as in all media will prevail the competition of professional journalistic virtues for absolute, national, civil, family and personal values.

*Keywords:* regional television, news, communication, professionalism, national and spiritual values and true information.

## КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ НОВОСТЕЙ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА

**Парасковия Дворянин**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко  
ул. Генерала Чупринки, 49, г. Львов, 79044, Украина  
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Охарактеризовано коммуникационный процесс в информационном обществе, осмыслено методологию и методы исследования региональных новостей как социокультурного продукта. На основе исследования утверж-

дено, что новостной социокультурный продукт регионального телевидения в Украине может быть насыщен национально-духовным, морально-гражданским информационным потенциалом при условии, когда на региональном телевидении, как и во всех СМИ, воцарится соревнование журналистских профессиональных достоинств за абсолютные, национальные, гражданские, семейные и личные ценности.

*Ключевые слова:* региональное телевидение, новости, коммуникация, профессионализм, национально-духовные ценности, правдивая информация.