

2. Бойко А. Проблеми етики на сторінках православної преси (1900–1910 рр.) / А. Бойко // Українська періодика : історія і сучасність : доп. та повід. п'ятої Всеукр. наук.-теорет. конф., 27–28 листоп. 1998 р., Львів / НАН України. ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики / за ред. М. Романюка. – Львів, 1999. – С. 302–310.
3. Журженко Т. Маргінальна економічна діяльність і місце в ній жінок / Т. Журженко // Гендерний аналіз українського суспільства / ПРООН, Представництво в Україні. – К. : Златограф, 1999. – С. 148.
4. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні / О. Кісь // Ї. – 2003. – № 27. – С. 6–12.

References

1. Ageeva V. *Philosophiya zhinotchogo isnuvanya : peredm. do kn. S. de Bovoir. Druga stat'* / V. Ageeva. – K. : [b. v.], 1994. – Т. 1. – С. 10–14.
2. Boyko A. *Problemy etyky na storinkah pravoslavnoi presy (1900–1910 rr.)* / A. Boyko // *Ukrains'ka periodyka : istoriya i sutchasnist'* : dop. ta povid. 5 Vseukr. nauk.-teoret. konf., 27–28 lystop. 1998, Lviv / NAN Ukrainy. LNB im. V. Stefanyka. NDC periodyky / za red. M. Romaniuka. – Lviv, 1999. – S. 302–310.
3. Zhurzhenko T. *Marginalna ekonomichna diyalnist' i mistce v nij zhinok* / T. Zhurzhenko // *Gendernyj analiz ukrainskogo suspil'stva* / PROON, Predstavnytstvo v Ukraini. – K. : Zlatograf, 1999. – S. 148.
4. Kis' O. *Modeli konstruivannya gendernoi identychnosti zhinky v sutchasnij Ukraini* / O. Kis' // *Ї*. – 2003. – № 27. – С. 6–12.

Рожило М. А. Образ женщины в религиозной периодике (на материале журналов 30-х годов XX века «Церква и нарид» и «Шлях»). В статье проанализировано, как представлен образ женщины в религиозных журналах Вольны 30-х годов XX века. Исследованы контент периодических изданий «Церква и нарид» и «Шлях». Образ женщины прослежен в контексте формулировки ее роли, задач, места в семье и обществе. Основное внимание сосредоточено на освещении образа женщины в таких аспектах: мать, жена, христианка. Объединяющим фактором в трактовке миссии женщины в анализируемых журналах является освещение ее задач в морально-этическом контексте. Выяснено, что женщина-мать – одна из первоначальных звеньев в воспитании сознательного христианина.

Ключевые слова: масс-медиа, религиозная периодика, контент, образ женщины, проблематика, морально-этический аспект.

Rozhylo M. A. The Image of Women in Religious Periodicals (Based on the Journals of the 30-ies of XX Century «Tserkva i Narid» and «Shlyach»). The article analyzes how the presented image of women in the religious magazines of Volyn of the 30-ies of XX century. Investigated the content of periodicals «Tserkva i Narid» and «Shlyach». The image of the woman is traced in the context of the wording of its role, tasks, place in the family and society. Focuses on the coverage of the image of women in such aspects: mother, wife, Christian. The unifying factor in the interpretation of the mission of women in the analyzed journals is lighting her task in the moral and ethical context. Found out that the woman is the mother of one of the initial links in the upbringing of a conscious Christian.

Keywords: mass media, religious periodicals, content, female, perspective, moral and ethical aspects.

Адреса для листування: marija_levchuk@ukr.net

УДК 070:82-92(477)

Зоряна Сергійчук – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри журналістики Національного університету «Острозька академія»

Ідеологічно-ціннісні інтенції короткої інформаційної замітки (на прикладі матеріалів 5 каналу про АТО)

У статті йдеться про лексико-граматичні засоби оприявлення авторської інтенції в жанрі короткої інформаційної замітки. Акцент здійснено на проблему маніпулювання масовою свідомістю за допомогою текстових засобів та формування відповідних образів у ній шляхом застосування автором відповідних текстових стратегій. Проаналізовано реалізацію ідеологічної маркованості заміток на телеканалі 5 канал.

Ключові слова: коротка інформаційна замітка, лексико-граматичні засоби, авторська інтенція, маніпуляція, заголовок.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна суспільно-політична ситуація в Україні визначається як складна, кризова, переломний період тощо. У ЗМК йдеться про період формування в Україні громадянського суспільства, що є сукупністю соціальних відносин, у яких здійснюються основні права людини – на життя, свободу, безпеку, власність, а особа й держава осмислюються через *взаємну* відповідальність. Іншими словами, говоримо про суспільство, яке бере на себе відповідальність за свою долю, за своє майбутнє. «... те, чим є зараз <...> Україна, вочевидь, сприяє демонстрації саме найкращих рис <...>. Інакше чим пояснити таку кількість волонтерів, ті суми добровільних пожертв, потік співчуття й взаємодопомоги <...>? Можливо, Україна повертається до себе після десятиліть мороку, а може, навпаки, буквально на наших очах перебуває в процесі творення себе нової...» (Ю. Макаров, Український ТИЖДЕНЬ, № 30). В такому випадку Помаранчева революція, Революція гідності, АТО, чи війна на сході України – це кроки українців до самоусвідомлення як нації європейських цінностей та геополітичних орієнтацій: «Війна, як і будь-яка екстремальна ситуація, чудово розкриває характери <...> бойові дії – непоганий струс для суспільства. У них завжди з'являються герої. *Нові обличчя*, яких так не вистачає в застійному *болоті агонізуючого совка*» (Д. Казанський. Український ТИЖДЕНЬ, № 30) (виділення наше – З. С.).

Роль ЗМК у такій ситуації переоцінити насправді важко. Саме ЗМК (будь-якого типу: Інтернет, ТБ, радіо, преса) творить дискурс, у якому існує сучасна людина. Пересічний громадянин знає, що на сході України юридично – АТО, фактично – війна, що Президент України Петро Порошенко робить усе можливе для врегулювання ситуації мирним шляхом, а світ підтримує українців у боротьбі проти агресора, натомість Володимир Путін та Росія – в політичному вакуумі тощо. Інформація такого гатунку украї важлива у стані фактичної війни, однак редакційна політика переважно олігархічних всеукраїнських телеканалів, так чи так трансформує інформацію відповідно до своїх інтересів, впливаючи на масову свідомість, формуючи картину світу, у якому живе індивід.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маніпуляція фактами – те, що забороняється, натомість насправді відбувається повсякчас. Цей акт може бути несвідомим (Р. Барт, Ю. Крістева), що пов'язано зі сферою мови як певною конотативною системою. Таким же чином може реалізуватися індивідуально-авторська ідеологічно-ціннісна настанова (М. Бахтін). Натомість є й інші аспекти, власне свідомі маніпуляції, що здійснює певна редакція відповідно до своїх потреб.

Об'єктом дослідження є короткі інформаційні замітки, розміщені на сайті 5 каналу та присвячені темі здійснення АТО. Замітки охоплюють період з 1 січня до 15 лютого 2015 р.

Предмет дослідження – лексико-граматичні засоби оприявлення авторської інтенції, що сприяють формуванню відповідних ціннісних орієнтацій і настанов у масовому сприйнятті ситуації на сході України.

Реалізація авторської інтенції має безпосередній зв'язок із практикою маніпулювання фактами. Йдеться про перекручування фактів, підтасовку їх під певну ідею, настанову, що, з одного боку, оцінюється як явище підсвідоме, власне мовне, з іншого – як свідоме, політичне – як інструмент формування концептів АТО у масовій свідомості. «Саме «відправник», або керівник ЗМІ, обирає й подає ту інформацію, яка потрібна йому <...>. Таке подання відбувається завдяки вербальним засобам, які впливають на психологічний стан споживача...» [7, с. 48].

Використання сильних заголовків та лідів в Інтернеті є одним із визначальних факторів залучення аудиторії: «Заголовки – часто перший елемент, який читач помічає на сторінці <...>, і привабливий *заголовок* – каталізатор, який *переконує читача* подивитися матеріал» [4, с. 176] (виділення наше – З. С.), – оскільки в Мережі є практично безкінечна можливість переходу за іншими сайтами, аби знайти кращу для конкретного реципієнта інформацію.

Привернути й затримати увагу потенційного читача – таке першочергове завдання заголовка та ліду в Інтернет-ЗМК. У цьому випадку осмислення природи інформаційних жанрів, зокрема й жанру короткої інформаційної замітки, які застосовують ЗМК суто з метою подачі факту – інформування суспільства («... давати повну й неупереджену картину життя...» [5] «... його [заголовок – *авт.* З. С.] первинна мета – пояснити зміст матеріалу <...> висловити суть <...> матеріалу якомога повніше...» [4, с. 176–177]), зазнає певної трансформації. Власні установки й цінності автора / редакції реалізуються в них опосередковано: на рівні структурування матеріалу. Крім того, факт є нічим іншим, як відображенням у свідомості певного об'єкта дійсності, отже, претензія на повну

об'єктивність, безсторонність подачі інформації є не виправданою – саме у ключі того, що людина не може відмовитися від своєї – ідеологічної – природи («... стан, якого не може існувати» [2]).

Заголовки заміток, розміщених на сайті телеканалу 5 канал, максимально інформативні, за синтаксичною структурою – повні поширені речення («Із 31-го блокпоста евакуювали 7 поранених українських бійців», «Терористи хочуть зупинити українську металургію, зруйнувавши авдіївський коксохім – Прем'єр», «Піски залишаються під повним контролем українських військ – Комбат «Дніпро-1» тощо). Таку ж – інформативну – функцію виконує лід, розкриваючи зміст заголовка більш деталізовано: «Семеро поранених українських військовослужбовців з 31-го блокпоста евакуювали і *доставили у лікарню міста Лисичанська*», «*Бойовики активно обстрілюють Авдіївку* для того, щоб зруйнувати *один із найбільших у Європі коксохімічних заводів*», «*Населений пункт Піски, що знаходиться за кілька кілометрів від Донецького аеропорту, під контролем українських військових*» тощо. Така тенденція загалом виправдана для жанру інформаційної замітки – контенту сайту телеканалу, який на інформаційному ринку позиціонує себе як ПЕРШИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ. Однак визначальність інформаційної функції повідомлення не применшує маніпулятивну практику, що через нього реалізується.

Так, автор (маємо на увазі редакцію як певну структуру з ідеологічною установкою) використовує сильні, активні дієслова, предикати, що вчиняють певний емоційний вплив на аудиторію («...щоб зробити заголовок дієвим...» [4, с. 176]): гатити, ліквідувати, знищити, штурмувати, обстрілювати, відбивати / атаки /, завдати / удару / та ін. Варто в такому ключі звернути увагу на матеріал за 22 січня 2015 р.: «Терористи продовжують *гатити* по житлових кварталах Луганщини, є жертви» – заголовок; «44 рази терористи *гатили* по житлових кварталах Луганщини <...> випустили близько чотирьох десятків снарядів, які потрапляли на будинки місцевих жителів» – лід, – звернімо увагу, що ця замітка містить і в заголовкові, і в ліді слово «*терористи*» (хоча в подібних текстах як ситуативні синоніми вживаються й інші слова: «бойовики», «найманці», значно рідше – «сепаратисти» тощо), що можна пояснити власне їхніми діями: вони скеровують *зброю на мирних жителів*. Крім того, слово «гатити» теж використовується двічі, що створює ефект емоційного нагнітання, причому заголовок характеризує ситуацію ще й через своє ускладнення новим повідомленням – «є жертви», яке, однак, у ліді не дублюється, натомість розкривається у першому реченні власне тексту замітки: «Загинула одна жінка, ще одна постраждала зараз у лікарні». Таке ускладнення симптоматичне: це частина складного безсполучникового речення, що є називанням *наслідку дії «терористів»*; ця частина неускладнена, непоширена, двоскладна, складається з підмета і присудка, з двох коротких слів, які є емоційно сильні і за формою, і за семантикою, отже, впливають на реципієнта. Загалом у матеріалі слово «терористи» вживається тричі, один раз використовується слово «найманці», натомість слово «бойовики» трапляється аж у бекграунді, що, зрештою, виправдано з огляду на дію «терористів».

Подібний варіант авторської стратегії знаходимо і в замітці за 10 лютого 2015 р.: заголовок – «Терористи *обстріляли* Краматорськ снарядами «торнадо», є загиблі»; лід – «Терористи *обстріляли* летовище у Краматорську. Про це повідомляє прес-центр штабу АТО». В цій замітці слово «терористи» вжито двічі, слово «бойовики» – один раз, а також використано словосполучення «російсько-терористичні війська», що певним чином перекликається з лексемою «найманці», але й означає складнішу структуру.

Ситуація, подана до уваги аудиторії заголовком, складніша, звучніша («обстріляли Краматорськ»), отже, дії «терористів» можна кваліфікувати як більш загрозливі, в т.ч. мирним жителям. Натомість у ліді місце завдання удару терористів звужується (летовище в Краматорську), що з огляду на правила інформування не зовсім правильно, але цілком справедливо з огляду на правила впливу на аудиторію.

Одним із засобів забезпечення динаміки заголовкового комплексу є використання певних ідеологічних центрів як антитетичних, що, своєю чергою, привертає увагу реципієнта. Такими ідеологічними центрами є лексеми «терористи», «бойовики» (репрезентує концепт «чуже», те, що не вписується у стабільну, нашу картину світу, може її руйнувати) / «українські / військові / бійці / сили АТО» (концепт «своє») [6]. У зв'язку з суспільно-політичною ситуацією вживання таких лексем ще й слугує виробленню відповідної громадянської позиції. Звідси – безсторонність, неупередженість

подачі інформації в жанрі короткої інформаційної замітки є, радше, бажаним ідеалом, аніж об'єктивною реальністю.

Найчастіше з аналізованих нами антитетичних лексем, які оприявнюють позицію «чужого», «ворожого» у заголовках заміток 5 каналу використовується слово «терористи», що за дослідженням (вільний асоціативний експеримент), проведеним у період із 26 січня 2015 р. до 04 лютого 2015 р. у соціальній мережі «ВКонтакте», є значно місткішим щодо негативних характеристик (серед реакцій респондентів маємо такі: Путін, агресор, горе, гріх, грішники, бездушні тощо). Причиною цього є, очевидно, бажання привернути увагу аудиторії. Також подібного гатунку заголовки створюють специфічний вплив на аудиторію: емоційне нагнітання (в такому випадку використання сильних дієслів відіграє вагомий роль створення динаміки повідомлення, що цілком відповідає тематико-проблемному його плану), створення ефекту психологічного напруження тощо. Натомість лід доволі часто містить лексему «бойовики», що є порівняно менше емоційно негативно навантаженою (за дослідженням [6], реакції респондентів такі: Путін-х*ло (80 %), гопота, гопники тощо).

До порівняння: заголовок «*Терористи* провели полонених «кіборгів» по Донецьку «коридором ганьби» – лід: «У Донецьку проросійські бойовики провели вулицями полонених українських бійців, які захищали міський аеропорт»; заголовок «*Сили АТО* відбили декілька атак *терористів* поблизу Рідкодуба» – лід: «Українські військові відбили декілька атак проросійських бойовиків поблизу населеного пункту Рідкодуб Донецької області»; заголовок «*Українські сили* знищили більше 100 *терористів* за останню добу – штаб АТО» – лід: «Майже сто *терористів* вбито, ще близько 180 поранені впродовж доби, що минула. Такі дані розвідки оприлюднили в прес-центрі штабу АТО» (у цьому випадку слово «терористи» в ліді цілком виправдане: таким чином підкреслюється дієвість українських військових, а оскільки ця інформація надана прес-центром штабу АТО, її ідеологічне звучання абсолютно явне). Таке ж структурування матеріалу реалізується й в іншій замітці (від 5 лютого 2015 р.): «*Українські бійці* за добу знищили 190 *терористів* – штаб» – «*Сили АТО* знищили за добу 190 *терористів* та 7 одиниць техніки».

Важливим засобом досягнення відповідної реакції аудиторії є використання з лексемами «терористи» / «бойовики» слів «проросійські», «російські», що вводить реципієнта в новий контекст: йдеться про дію третьої сторони – Росії, причому роль її в подібних матеріалах неоднозначна. Семантичне й ідеологічне звучання словосполучення «російські терористи» («Водночас російським терористам удалося зайняти селище Червоний Партизан») або й «путінські терористи» («Також у штабі АТО повідомили, що <...> путінські терористи вели вогонь по населеним пунктам...») (від 2 лютого 2015 р.) не є відповідником «проросійських бойовиків» («У Донецьку проросійські бойовики провели вулицями полонених українських бійців, які захищали міський аеропорт»), хоча автор конструє матеріал саме таким чином, що вони виявляються контекстуальними синонімічними конструкціями. Важливо також, що подібні словосполучення дуже рідко використовуються в заголовках, натомість допускаються в ліді чи у власне матеріалі замітки, що загалом зрозуміло: подібні викличні заяви могли б викликати резонанс в умовах, коли Росія так і не визнала офіційно своєї участі в подіях на сході України.

Ще однією синтаксичною структурою, яка надає додаткових ідеологічних і семантичних аспектів аналізованим матеріалам, є словосполучення «російсько-терористичні війська» («Російсько-терористичні війська стріляли із окупованої Горлівки»). Воно складне для розуміння: це війська «російських терористів», чи це війська росіян і терористів, очевидно, українських? Однак в аналізованих замітках жодного разу не використовується словосполучення «українські терористи». Так засвідчується відмежування власне українського («свого») від терористського, російського («чужого»).

Висновки. Ідеологічна маркованість коротких інформаційних заміток, присвячених ходу АТО, що розміщені на сайті телеканалу 5 канал, реалізується повною мірою. Ідеологічна настанова здійснюється як редакційна політика каналу і є певною маніпулятивною практикою – впливом на потенційну аудиторію з метою формування певних установок масової свідомості. Авторська інтенція, що реалізується саме в ідеологічній структурі повідомлення, в такого типу жанрах функціонує найперше на лексико-граматичному рівні організації тексту. Реалізація авторської інтенції може відбуватися на несвідомому рівні (мова як конотативна система), однак ми вважаємо, що такий слововжиток в аналізованих текстах пов'язаний саме зі свідомим використанням автором

лексико-граматичних засобів, що пояснюємо системністю підходу до написання відповідних матеріалів, отже, свідомим впливом на реципієнта з метою формування конкретних цінностей і настанов масової свідомості.

Література

1. Бахтін М. Висловлювання як одиниця мовленнєвого спілкування / М. Бахтін // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. – Л.: Літопис, 2002. – С. 406–415.
2. Кир'янчук Б. Герменевтична концепція в літературно-естетичній системі Миколи Євшана [Електронний ресурс] / Б. Кир'янчук // Актуальні проблеми сучасної філології. Літературознавство: зб. наук. пр. – Рівне: РДГУ, 2008. – Режим доступу: <http://www.esteticamente.ru/>.
3. Косиков Г. Идеология. Коннотация. Текст [Электронный ресурс] / Г. Косиков // Барт Р. S / Z. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – Изд. 2-е, исправл. – С. 8–31. – Режим доступа: <http://narrativ.boom.ru/library.htm>.
4. Крейг Р. Интернет-журналистика: работа журналиста и редактора у новых ЗМІ / Р. Крейг; [пер. з англ. А. Іщенко]. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.
5. Редакційні принципи BBC для авторів випусків новин та інформаційних програм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: nauch.com.ua.
6. Сергійчук З. Структурно-семантична опозиція «своє / чуже» в жанрі короткої інформаційної замітки / З. Сергійчук // Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні: [матер. Третьої всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих учених]. – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – С. 71–80.
7. Холод О. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. / О. Холод. – Л.: ПАІС, 2011. – 288 с.
8. www.5.ua/live.

References

1. Bakhtin M. Vyslovliuvannia yak odynytsia movlennievoho spilkuvannia / M. Bakhtin // Slovo. Znak. Dyskurs. Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st. / za red. M. Zubrytskoi. – L.: Litopys, 2002. – S. 406–415.
2. Kyrianchuk B. Hermenevtychna kontseptsiiia v literaturno-estetynii systemi Mykoly Yevshana [Elektronnij resurs] / B. Kyrianchuk // Aktualni problemy suchasnoi filolohii. Literaturознавство: zb. nauk. pr. – Rivne: RDHU, 2008. – Rezhim dostupu: <http://www.esteticamente.ru/>.
3. Kosikov G. Ideologiya. Konnotatsiya. Tekst [Elektronnij resurs] / G. Kosikov // Bart R. S / Z. – M.: Editorial URSS, 2001. – Izd. 2-e, ispravl. – S. 8–31. – Rezhim dostupu: <http://narrativ.boom.ru/library.htm>.
4. Kreig R. Internet-zhurnalistyka: robota zhurnalista i redaktora u novykh ZMI / R. Kreig; [per. z anhl. A. Ishchenka]. – K.: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2007. – 324 s.
5. Redaktsiini pryntsyry BBC dlia avtoriv vypuskiv novyn ta informatsiinykh prohram [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: nauch.com.ua.
6. Serhiichuk Z. Strukturno-semantychna opozytsiia «svoie / chuzhe» v zhanri korotkoi informatsiinoi zamitky / Z. Serhiichuk // Nova informatsiina sytuatsiia ta tendentsii alternatyvnoho rozvytku ZMK v Ukraini: [mater. Tretoi vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv ta molodykh uchenykh]. – Ostroh: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia», 2015. – S. 71–80.
7. Kholod O. Sotsialni komunikatsii: sotsio- i psyholinhvistychnyi analiz: navch. posib. / O. Kholod. – L.: PAIS, 2011. – 288 s.
8. www.5.ua/live.

Сергійчук З. В. Идеологически-ценносные интенции короткой информационной заметки (на примере материалов телевизионного канала 5 канал об АТО). В статье говорится о лексико-грамматических средствах реализации авторской интенции в жанре короткой информационной заметки, которая реализуется не только намерением проинформировать общество, но и определенным образом на него повлиять. Исследовано заметки, размещенные на сайте украинского телевизионного канала 5 канал и посвященные проблеме проведения антитеррористической операции на востоке Украины в период с 1 января по 15 февраля. Акцент осуществлено на проблему манипулирования массовым сознанием с помощью текстовых средств и формирования соответствующих образов в нем путем применения автором соответствующих текстовых стратегий. Автор поднимает проблему формулировки заголовков и лидов, отмечает антитетические категории «террористы / боевики» / «украинские военные / силы АТО», которые структурируют материал, анализирует характеристики предикатов, которые соотносятся с субъектами действия.

Ключевые слова: короткая информационная заметка, лексико-грамматические средства, авторская интенция, манипуляция, заглавие.

Serhiychuk Z. V. Ideological and Value Intentions of a Brief Informational Note (for Example, Materials on Channel 5 about the Antiterrorist Operation). The article refers to the lexical and grammatical means of an intention's of an author realization in the genre of short informative notes which realizes not only as an intention to inform the society, but also as a certain way to affect it. The object of the study is the notes posted on the site of Ukrainian TV channel 5 Kanal and dedicated to the problem of the Antiterrorist Operation on the East of Ukraine during the period from the 1st of January till the 15th of February. The main concept is the problem of manipulation of mass consciousness via text means and the formation of the images in it through the use of appropriate text author's strategies. The author of the article breaks the problem of formulation of a title and a lead, emphasizes an antithetic categories («terrorist / hitman» / «Ukrainian military / the forces of АТО») those structure the material, analyzes characteristics of predicates correlated with relevant actors action.

Keywords: short informative note, lexical and grammatical tools, original intention, manipulation, title.

Адреса для листування: zrya89@gmail.com

УДК 654.197(477.82)(091)

Оксана Теребус – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Інституту філології та журналістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Розвиток регіонального телебачення на прикладі Волинської ОДТРК

У статті проаналізовано розвиток регіонального телебачення в Україні. Історія українського телебачення достатньо досліджена, але розвиток регіонального телебачення, його особливості, проблеми, змістове наповнення, технічне забезпечення та законодавче підґрунтя розглядалися лише в окремих дослідженнях. За часів незалежності поряд із державними телерадіокомпаніями почали з'являтися приватні компанії, які в технічному та фінансовому плані були краще забезпечені. Проте, незважаючи на труднощі, обласні державні телерадіокомпанії брали та беруть активну участь у наповненні інформаційного простору. Волинська обласна державна телерадіокомпанія як типовий представник регіональних телекомпаній активно працює, інформуючи населення про події міста, області, регіону, України та світу.

Ключові слова: регіональне телебачення, державні телерадіокомпанії, приватні телерадіокомпанії, політичні інтереси, технічні умови.

Постановка наукової проблеми та її значення. Впродовж багатьох років в Україні відбувається активне формування інформаційного простору, зокрема становлення регіонального телебачення. З моменту свого виникнення регіональне телебачення віддзеркалює складну картину формування мас-медіа в Україні, відображає суперечливі інтереси політичних сил, окремих структур влади, є одним із важливих процесів у регіонах, наближує інформацію до різних верств населення. Актуальність заявленої теми також зумовлена недостатньою увагою дослідників до аналізу й узагальнення досвіду роботи регіонального телебачення в регіонах і на цій основі вироблення конкретних рекомендацій щодо змістовного наповнення телепрограм.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Розвиток телебачення, проблеми функціонування розглядалися в роботах І. Мащенко, П. Монро, В. Лизанчука та ін. Проблеми регіонального та місцевого телебачення піднімалися у працях М. Гриценка, А. Пономар, О. Гояна, В. Гоян, у дисертаційному дослідженні О. Головчук.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Після проголошення незалежності України розпочався бурхливий розвиток державного і приватного телебачення. З'явилися десятки нових телекомпаній загальнонаціонального, регіонального і