



НАУКОВІ ЗАПИСКИ

ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

**Директори
Інституту
журналістики**

Різун
Володимир
Володимирович,
з 2000 року



ТОМ 16

2004

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

НАУКОВІ ЗАПИСКИ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

Том 16
липень — вересень

електронна версія
на www.journ.univ.kiev.ua

Київ 2004

Свідомство про державну реєстрацію видано Державним комітетом інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України. Серія КВ № 4298 від 13 червня 2000 року
Засновник — Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Постановою ВАК України від 14.11.2001 №2-05/9 затверджено як наукове фахове
видання з філологічних наук

Усі права застережено. Посилання на матеріали цього видання
під час їх цитування обов'язкові

Голова редколегії,
головний редактор
Володимир Різун, д. філол. н., проф.

Редакційна колегія:

М. М. Розумний, к. філос. н., доц. (заст. голов. ред.)
В. І. Головченко, д. політ. н., проф.
Р. М. Єсипенко, д. і. н., проф.
О. В. Зернецька, д. політ. н., проф.
В. Ф. Іванов, д. філол. н., проф.
Г. Д. Казьмирчук, д. і. н., проф.
Ф. М. Кирилюк, д. політ. н., проф.
М. Ю. Козицький, д. і. н., проф.
А. Є. Конверський, д. філос. н., проф.
В. П. Крижанівський, д. і. н., проф.
О. Ф. Коновець, д. і. н., проф.
Є. А. Макаренко, д. політ. н., проф.
А. Г. Погрібний, д. філол. н., проф.
О. Д. Пономарів, д. філол. н., проф.
Н. М. Сидоренко, д. філол. н., проф.
М. С. Тимошик, д. філол. н., проф.
Б. І. Черняков, д. філол. н., проф.
А. А. Чічановський, д. політ. н., проф.
В. І. Шкляр, д. філол. н., проф.

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка 18 жовтня 2004 року*

СЛОВО ДО ЧИТАЧА

Правила оформлення авторських оригіналів для публікації у фахових виданнях Інституту журналістики

1. Статті, що пропонуються для публікації у фахових виданнях, подаються автором у вигляді тексту, надрукованого за допомогою засобів комп'ютерної техніки. Зміст статей, повідомлень, оглядів, рецензій повинен відповідати профілю фахового видання.

2. Обсяг наукової статті, враховуючи всі допоміжні елементи (анотація, бібліографічні джерела, резюме) – 0,5–1,0 др. арк. (20–40 тисяч знаків із пробілами). Рецензія, огляд, що має популяризаторський та іміджевий характер, коротке повідомлення – до 0,3–0,5 др. арк. (12–20 тисяч знаків).

3. Рукопис подається в одному примірнику роздрукованого тексту (аркуші стандартні 210 x 297 мм, папір білий, текст із одного боку аркуша) разом із дискетою (назва файлу – прізвище автора / перше прізвище). Шрифт Times New Roman, кегль 14, інтервал – 1,5, слова друкуються без переносів, абзацний відступ – 5 знаків. Формат текстового процесора Word for Windows. Сторінки обов'язково пронумеровані (цифри арабські, внизу праворуч). Розміри полів: зліва – 30 мм, справа – 10, зверху та внизу – 20 мм.

4. Автор зобов'язаний ретельно вчитати текст і підписати його на останній сторінці поданого примірника (якщо авторів кілька, то підписує кожен зокрема). Тексти студентів, здобувачів та аспірантів, а також інших авторів без наукового ступеня підписують таким же чином їхні наукові керівники або завідувачі кафедр, зазначаючи дату прочитання статті.

5. Вимоги до оформлення наукової статті. Послідовно зазначаються такі елементи: Назва розділу / рубрики фахового видання, для якої призначений матеріал (редколегія має право остаточно рубрику визначити самостійно); Індекс за Універсальною десятиковою класифікацією (УДК); Ім'я, прізвище автора / авторів, науковий ступінь, вчене звання, місто (країна – для закордонних авторів); Заголовок статті (заголовок не повинен збігатися із назвою розділу / рубрики збірника), підзаголовок (при необхідності); Анотація українською мовою (до 500 знаків, приблизно сім рядків); Ключові слова (для наукових статей): не менше трьох і не більше десяти; Текст статті, оформлений відповідно до вимог ВАК України (див. постанову президії ВАК України "Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України" від 15.01.2003); Список використаних джерел подавати у вигляді позатекстових приміток у кінці статті. У тексті у квадратних дужках зазначається номер примітки. Нумерація наскрізна. У кінці статті (блок приміток) ставити порядковий номер примітки з крапкою, далі йде або посилання на джерело, або довільний текст примітки. Першоджерела подаються мовою оригіналу і оформлюються за бібліографічними вимогами зі зазначенням сторінки, звідки взято цитату, або загальної кількості сторінок книги. Якщо в примітці подавалося кілька книг та статей, то між описами цих джерел ставиться крапка з комою. Допускаються також внутрішньотекстові примітки, що розміщуються в самому тексті статті у круглих дужках (найчастіше при згадуванні постійного джерела – публікацій у газеті, журналі, творів одного автора); Дата подання статті до редколегії позначається арабськими цифрами (по дві цифри для числа, місяця і року); Резюме російською та англійською мовами (спочатку подаються в перекладі дані про автора, назва статті, текст резюме).

6. До рукопису додаються (на окремому аркуші): відомості про автора (або одного з авторів): місце роботи, посада, поштова адреса, телефон, при можливості – електронна адреса з метою листування та погодження деталей публікації.

7. Рукописи публікуються лише українською мовою; закордонні автори можуть подавати рукописи російською та англійською мовами, що перекладаються редакцією.

8. Редакція залишає за собою право на стилістичну правку рукопису без погодження із автором. З автором погоджуються правки, які, на думку редколегії, можуть змінити зміст тексту.

9. Статті, оформлені недбало, неграмотно (більше двох виправлень на сторінці), з грубими порушеннями правил оформлення авторських оригіналів, редколегією не розглядаються і не рецензуються.

10. Статті подавати відповідальним за випуск редакторам, які визначені розпорядженням директора, і про що є інформація у навчально-видавничій групі (кімн. 103а, тел. 211-45-48).

До уваги авторів, наукових керівників, опонентів!

Наукові повідомлення згідно з наказом голови ВАК України від 10.12.98 р. № 650, а також науково-публіцистичні статті, рецензії огляди, що мають популяризаторський та іміджевий характер, не вважаються науковими публікаціями (науковими статтями), що є обов'язковими для захисту дисертацій. Ці друковані праці, як і тези, доповіді, є свідченням апробації дисертаційних робіт і належать до опублікованих праць, які додатково відображають наукові результати дисертації.

Редколегія

ЗМІСТ ТОМУ

СЛОВО ДО ЧИТАЧА.....	3
Наукові доповіді	
Різун В. В. Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні початку XXI століття.....	6
Наукові статті	
Денисюк Н. С. Польська нелегальна преса 80-х років XX століття як об'єкт вивчення в історії журналістики.....	14
Казакова Т. В. Антична пражурналістика (місце та обсяг поняття) у курсі "Зарубіжна журналістика".....	19
Малий М. В. Інформаційна політика держави: стан і стратегія розвитку.....	23
Растегар Ірадж. Шпальта редактора.....	29
Хоменко І. А. Ренесанс радіомистецтва й сучасна журналістська освіта.....	32
Наукові повідомлення	
Биканова А. Ю. Проблеми формування та розвитку національної телевізійної еліти України.....	37
Ворожейкіна О. І. Періодичні видання студентів-академістів Новоросійського університету.....	40
Гоян В. В. Журналістське розуміння візуальної сутності телебачення: теоретико-методичні аспекти (на прикладі викладання спецкурсу "Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий дослід").....	44
Ільченко О. І. Підготовка журналістських кадрів у контексті утвердження моралі в українській журналістиці.....	47
Стрижеус А. В. Засади красномовства у радіо журналістській майстерності.....	50
Наукова публіцистика	
Карпенко В. О. Професіоналізм як фактор майстерності в журналістиці.....	53
Бібліографія Інституту журналістики	
Вернигора Н. М., Некрасова Ю. В. Наукові записки Інституту журналістики. Показчик змісту 2000 – 2002.....	62

В. В. Різун,
д. філол. н., проф.,
УДК 070 : 374. 7

Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні початку XXI століття

Доповідь на Міжнародній науковій конференції "Журналістика – 2004 у світлі підготовки журналістських кадрів", 27 травня 2004 р., м. Київ.

An article from the Internacional science conference "Journalism – 2004 in the light of creation of the journaists", 27 may 2004, Kyiv.

Українській журналістській вищій освіті майже 60. Становлення її припадає в основному на роки радянські, на другу половину минулого століття.

Новітній період журналістської освіти почався з 90-х років, ознаменований появою на карті світу України як окремої держави. Цей період позначено становленням і новітньої української журналістики, що, зрештою, й стало основною причиною змін у системі журналістської освіти.

Десятиліття української незалежності – це десятиліття пошуків шляхів розвитку української журналістики, а відтак і шляхів розвитку журналістської освіти. Правда, система освіти виявляла більший консерватизм у своєму розвитку, ніж сама журналістика, що дозволило системі освіти зберегти набуті десятиліттями ще в радянські часи принципи й технології організації навчального процесу. У той же час консервативність розвитку гальмувала появу нового в системі підготовки журналістських кадрів. Образно кажучи, у той час, коли українська журналістика шукала себе і стрімко змінювалася, журналістська освіта приглядалася, почасти реагувала на стрімкі зміни, зокрема, у змісті викладання, зберігаючи традиційні форми навчального процесу.

На початках незалежності освіта явно відставала від модернової журналістики, позначеної розкутістю, свободою вираження. Здавалося, що журнафаки, – а то були київський і львівський факульте-

ти, – катастрофічно відстали від життя і продовжували кувати кадри на кшталт радянський. Але тут і показав себе фактор часу: поспіх – не завжди товариш прогресові. Українська журналістика явно виграла у створенні плюралістичної медійної системи, але втратила, як це вже зрозуміло зараз, у професіоналізмі, порядності, патріотичності, інтелектуальності.

У цій ситуації консервативна за своєю природою система освіти залишається на висоті. Може, освіта відстає за формою, технологічністю навчального процесу, але вона явно виграє у змісті.

Журналістська освіта початку XXI століття стоїть на роздоріжжі. Куди піти? По шляху модернізації технологій викладання чи по шляху пошуку нових ідей та теоретико-методологічного обґрунтування свого розвитку? Другий шлях непростий, бо він спонукає до обговорення проблемних для самої журналістики питань. А проблем тут безліч.

Радянський час був благодатним для журналістики в тому розумінні, що була чітка і єдина ідеологічна спрямованість; для системи підготовки кадрів теж було все досить ясно: журналіст – пропагандист і агітатор за світле комуністичне майбутнє. Соціальна позиція журналіста і його професійні принципи лежали в одній площині ідеологічного спрямування.

Наш час порушив цей статус журналістики. Ідейне, політичне протистояння, багатопартійність

змусили журналістів і педагогів, що готують журналістів, шукати ту модель діяльності, яка була б найбільш оптимальною для журналістського середовища. Професійне й соціальне почали розбігатися у понятті журналіста, в усякому разі соціальне стало множиною позицій. Журналіст – комуніст? Журналіст – соціаліст? Журналіст – демократ? Хто такий журналіст? Були перейняті західні моделі діяльності журналістів: збалансована, незаангажована подача інформації; журналістика – бізнес. Але не була перенесена на наш ґрунт сама суспільна система Заходу, стиль його життя, принципи суспільного розвитку. На чужому ґрунті західні принципи журналістики почали давати спотворені результати: незалежні, вільні ЗМІ з темниками й патронатом засновників, влади та інших "господарів". Як бути в такій суспільній системі тим, хто готує журналістські кадри, на що і на кого орієнтуватися?

Зрозумілою є одна річ, що соціальне у журналістові викоренити неможливо, бо він людина і це його суспільна природа. Не можна журналіста позбавити його людського "я". Те "я" можна притлумити, приспати, журналіст сам може його не показувати, переступати своє "я". Тому для системи освіти немає іншого вибору, ніж виховувати у журналістів те "я", яке б в усі часи й в усі епохи було нормальним: любов до краю, до батьківщини, держави (прошу не плутати з владою, у державі всі люди державні), до людини, до батька, матері, ближнього... І це позиція журналіста. Ідеальний випадок, коли така позиція журналіста не вступає в конфлікт з позицією влади, суспільства. У такій державі журналістика стає справді вільною, бо вона отримує підтримку суспільства і сама працює на нього. В такому суспільстві легко витримувати інформаційний баланс у подачі інформації, легко бути незаангажованим політично. Це журналістика вільна, незалежна, бо немає на журналістів тиску, бо всі зацікавлені в об'єктивній подачі інформації, оскільки розуміють, що від цього залежить їхній добробут.

Але є й інша журналістика – кризова. Коли позиція журналіста не відповідає позиції, скажімо, влади. Розгорається конфлікт. У кризовому суспільстві важко витримувати принцип інформаційного балансу, а ще важче бути політично незаангажованим, навіть якщо ти в опозиції, адже опозиція – це теж політична позиція. Благо коли опозиція створюється на основі ідеї збереження

держави, культури, гуманістичних принципів, сповідує те, на чому виховані журналісти. Але ж опозиція може бути й інша, ворожа до тієї ідеї.

Кризова журналістика більшою мірою тяжіє до пропагандистських й агітаційних функцій, вона може застосовувати для відстоювання своїх інтересів методи PR, певні комунікативні технології.

У цій ситуації система журналістської освіти має орієнтуватися на журналістику вільну, на суспільство розвинуте, демократичне з урахуванням можливості існування всіх кризових моментів, які може переживати журналістика на своєму шляху до свободи. У журналістів має бути орієнтир, який і дозволяє їм виконувати свій професійний обов'язок навіть у кризових для журналістики й суспільства ситуаціях.

Журналісти – це не совість народу, бо народ може бути різним – загнаним, затурканим. Його треба будити й піднімати. Журналісти – це сама совість, це сама правда і честь для народу.

У цьому розумінні журналістська освіта кризового суспільства завжди буде романтичною аж до наївності, принципи професійні – красивими теоретичними принципами. Але дарма! В усякому разі у майбутніх журналістів залишаться в свідомості ідеали, тим більш важливо, коли ці ідеали будуть проілюстровані реальним досвідом інших країн, де ці ідеали – реальність. Поряд з цим журналістська освіта в кризовому суспільстві повинна давати в руки майбутніх журналістів і методи боротьби за своє "я".

Головне питання для журналістики – це морально-етичне питання, яке навіть стає її проблемою. Зараз усі дивляться фільми й читають книги про Гаррі Поттера. Основне, як говорив директор школи своїм учням-чародійникам, не здібності, а вибір, вибір, який ти зробив сам, а може, тобі й допомогли зробити його. Саме вибір визначає твою поведінку, діяльність, цінні завдання. У виборі великою мірою проявляються не тільки морально-етичні засади поведінки, а й професіоналізм: професіонал завжди робить правильний вибір. Ні-ні, я зовсім не хочу відкинути здібності як основу професіоналізму, особливо природні здібності поряд з набутими. Але здібності, як і геніальність, перегортаються у баласт, коли над ними не працювати і їх не спрямовувати.

У професійної журналістики – один вибір: об'єктивне, правдиве, точне відображення соціальної дійсності та передача того відображення

іншим. Цю тезу ніби ніхто й не бере під сумнів уже понад століття.

Ця теза зобов'язує кожного журналіста зробити вибір між правдолюбцем і науковцем у відображенні життя та пліткарем. Професійний гонор журналіста, якщо він вважає себе професіоналом, не дозволить йому схити убік пліткарства, перекручування фактів, недобросовісного тлумачення їх. Така позиція журналіста повинна бути його внутрішнім переконанням, оскільки правдивість, точність – речі не абсолютні у суспільстві, а відносні, відносні, зокрема, свого "я" (у кожного своя правда!). Тому має бути внутрішнє переконання, що це правда, має бути бажання доскіпуватися до суті, до істини, і якщо ти цього не зробив, ти повинен відчувати дискомфорт, що ти не до кінця точний і правдивий у висловлюванні. Оце все і вибудовує мораль журналіста як людини, оце й лежить в основі його сумління.

Журналіст має два портрети – соціальний і професійний. Треба щоб соціальний портрет журналіста як людини був основою його професійного портрета. Але так не завжди буває. Журналіст, який вдома, з друзями брутальний, некультурний, зарозумілий, а на роботі одягає на себе шати чемності й порядності, – грає роль. Не можна бути в одному місці непорядним, а на іншому, робочому, порядним. Я часто кажу студентам: вчіться основних принципів професійного життя вже за студентською партою, будьте чесними перед собою насамперед, вимогливими спершу до себе – і тоді ви будете такими і до людей, і перед людьми. Вчіться не роздвоюватися, а бути цільними натурами. Не кожному це вдасться. Але біда в тім, що дуже часто свої людські недоліки такі журналісти обставляють гарними фразами, що відображають принципи нібито модерної журналістики. А по суті гниле світобачення і дрібна душа.

Вибір – це основний принцип діяльності людини і журналіста. Вибір факту, вибір слова – це суб'єктивна річ. А не вибирати не можна. Людина не існує поза вибором. Реальність індиферентна до вибору, тому не можна припустити, що є об'єктивна основа вибору, вибір завжди лежить в площині того, хто вибирає.

Втрата морально-етичних засад як категорії – це криза журналістики. Ми можемо критикувати радянську мораль, але ми не можемо заперечити факт її існування як категорії, яка визначала діяльність журналістів. Те, за чим ми зараз га-

няємося, – за етичними кодексами – все те було. Нам треба було не відкидати радянський етичний кодекс як категорію, нам треба було лише модернізувати зміст його.

Усе лежить у площині моралі й етики, коли мова йде про вибір принципів діяльності ЗМІ.

Інша проблема – розбудова громадянської журналістики. Ми зараз її будуюмо ніби на голому місці, забувши те, що вся радянська журналістика трималася на цій ідеї.

Громадянська журналістика – це журналістика людських потреб, переживань, надій. Вона починалася з огляду листів громадян, зі спілкування з ними. Нині фраза у вихідних даних "Газета не листується з читачами", неможливість знайти контактних телефонів редакцій – це присуд журналістиці як громадянському інституту. Організація спілкування редакції з читачами і є найперша ознака громадянської журналістики, журналістики для людей. У радянській журналістиці все це було. Це була ціла практична й освітня школа підготовки журналістів!

У цьому контексті вимальовується модель журналіста, на яку має орієнтуватися система освіти.

По-перше, журналіст повинен бути правдивим і чесним. Чесним передусім перед собою. Але він не буде чесним, якщо він буде безвідповідальним за своє слово, за людей, країну. Безвідповідальна людина не може бути правдивою, бо правду говорять тільки з великої відповідальності за справу і за когось.

Отже, по-друге, журналіст має бути відповідальним.

По-третє, щоб говорити правду, треба вміти її бачити, шукати і знати, коли і для чого говорити. А для цього треба бути критичним, у значенні здатним аналізувати, ретельно вивчати факти, бути прискіпливим до дрібниць.

По-четверте, вміти слухати. Журналіст – це не той, хто говорить, а хто слухає для того, щоб сказати. Робота журналіста, уважна й наполеглива, над фактами вимагає зосередженості, вдумливості, а не балаканини, погляду збоку на речі, здавалося б, прості й очевидні.

Тому, по-п'яте, журналіст повинен вміти триматися осторонь події, щоб спостерігати за нею, моніторити процес. З одного боку, треба бути в гушці подій, щоб їх розуміти, але, з іншого боку, перебуваючи в гушці, уже бути спостерігачем і вміти виходити подумки з події, щоб

не бути заангажованим нею та її учасниками і об'єктивно відображати речі. Тому журналіст має бути хоч на півкроку, але попереду інших.

І по-шосте, журналіст повинен мати професійні знання та уміння, бути обізнаним у своїй професії і галузі принаймні, щоб зрозуміти вищесказане.

Нашій системі освіти вдалося, можливо, через консерватизм, зберегти те, чим могла гордитися радянська журналістика й освіта і чим гордяться журналісти в європейських країнах: аналітизм, публіцистичність як вища форма прояву журналістського "я". Можливо, нерозуміння цього факту сучасниками і є однією з проблем журналістської освіти.

Треба розрізнити журналістику, якою вона є реально, і журналістику, якою вона має бути. Журналістика, якою вона має бути, є ідеальним варіантом, до якого варто прагнути.

Наближення до ідеального варіанта залежить від багатьох чинників. Один із них – соціально-політичні й економічні умови функціонування журналістики. Зрозуміло, що журналістика тоталітарного режиму, перехідного й демократичного – різна. Ідеальна журналістика – це журналістика ідеального суспільства.

Журналістика різних епох відрізняється методами роботи, подачею фактів тощо. Але незмінним для журналістики залишається одне: фіксація й відображення сьогодення в авторському викладі (тобто інформування), спрямованість журналістики на сучасника-комуніката, дієвість слова, надання інформації з метою допомогти комунікатам розібратися в подіях, аби вони зрозуміли, як ці події впливають на них і що треба робити для виходу з певної ситуації.

Зміст цих чинників змінюється від соціально-політичної ситуації, суспільних тенденцій, морально-етичних засад діяльності журналіста як особистості.

Процес інформування не є абсолютно незаангажованим та точним процесом відображення дійсності. Суть цього процесу залежить від багатьох чинників. Можна говорити про ідеалізований процес інформування, яким він має бути.

На жаль, інформування – не є результатом тільки дослідження дійсності. Воно є результатом і споглядання, й апперцептивного відображення, суб'єктивного переживання дійсності. Технологічно процес інформування можна звести лише до сфери дослідження і заборонити журналістам інформувати, якщо факти не пройшли

наукового опрацювання. Але тоді зникне журналістика як явище звичне і перетвориться у процес звітування науковців. Чи можна йти на таку жертву? Чи варто стирати з лиця землі сферу, позначену суб'єктивно-емоційним, довірливим з боку аудиторії до авторів, по-авторськи неповторним, суспільно визнаним й очікуваним представленням дійсності, включеним у реальний авторський життєвий досвід і наділеним великою життєвою силою переконання? Думаю, що це відбулася б нерівноцінна заміна. Тому реально журналістика як така повинна йти по шляху залучення наукових методів бачення дійсності без втрати свого "я". Вона має бути плюралістичною, що й забезпечить конкурентноспроможність ЗМІ та авторів. Тому треба боятися не оцінних, а фактологічно фальшивих суджень. Оцінне судження, яке базується на відносно достовірних фактах, – це публіцистична класика й якість!

Журналістика – це насамперед творчість, власна чи колективна, але творчість, яку не слід обмежувати тільки вмінням використовувати тропи, а розглядати як авторську працю, спрямовану на виготовлення неповторного інформаційного продукту, в якому тісно переплетено довірливе з боку суспільства, особистісне, індивідуальне бачення і розуміння дійсності з загальноприйнятим, науково доведеним. Ця творчість може більшою чи меншою мірою схилитися до наукових підходів відображення дійсності. Але на відміну від науки, яка уникає публічності, зациклюється на об'єкті пізнання, його методах, журналістика завжди залишатиметься сферою публічною і буде приносити в жертву об'єктивність, точність – розголосові, демонстрації, впливові на свідомість.

Якщо журналістика є процесом абсолютно незаангажованого, нейтрального, об'єктивного подання інформації, то повідомлення "У Києві 16 година 20 хвилин" є вершиною журналістської творчості. Але ж ми розуміємо, що це взагалі не журналістика. Не можна від журналістики відняти все-таки емоційно-суб'єктивну оцінку фактів, захоплено-авторське бачення світу.

Сучасній теоретичній думці в журналістиці властивий наївний матеріалізм: якщо відокремити оцінку від факту, то таким чином забезпечиться об'єктивність. Утім-то й причина, що факт – річ суб'єктивна, бо він частинка пізнаного людиною предметного світу. А сфера людського відображення, відчуття суб'єктивне теж. Від факту не можна відокремити оцінку, як не

можна відокремити знання про предмет від самого предмета, який і стає частинкою пізнаної дійсності тільки тому, що про нього вже є знання. А знання завжди має оцінний характер. Просто під оцінкою не слід розуміти тільки вербально виражене ставлення до чогось або когось. Оцінність не буває нульовою, вона може бути вербально вираженою або не вираженою. Але вона завжди є. Вона в інтонаціях, паузах, ритмомелодіях, порядкові слів і т. д.

Фактоподіл – це не закон природи, це принцип членування соціальної дійсності людьми. Природа індиферентна до фактоподілу. Природі глибоко все одно є у ній факти, та ще й актуальні чи ні. Факт – це продукт діяльності людини з дійсністю, про яку формується людиною знання. Тому необхідно зрозуміти це і навчити майбутнього журналіста ставлення до факту як до речі сумнівної і неточної, яка вимагає перевірки.

Голий, поверховий факт – це навіжений факт. Від нього можна чекати чого завгодно. Він як бомба може вибухнути, як гнилий огірок. Зовні красивий, а всередині гниль.

Робота з фактами, вимоглива, до самозречення, – ось основа основ підготовки журналістських кадрів. Не легковажне ставлення до факту, а наукове. Не жонгливання фактами, а їх аналіз.

Поки ми не навчимо критеріїв відбору тем, фактів залежно від жанру, видання, формату подачі й т. д., до тих пір говорити про підготовку журналістів на високому рівні не доведеться. Якщо журналіст не розуміє важливості чи неважливості теми, не може оцінити вартість фактажу, а йому здається, що все, що він написав, – шедевр, до тих пір журналіст не є професіоналом.

Журналіст має шукати тенденції у розвитку подій, подачі фактів. Тенденції можуть бути позитивними і негативними. Але завдання якісної журналістики не вхопити факти поверхово, а зіставити, зрозуміти їх, побачити закономірність їхнього розвитку. Можна вихопити негатив і його подати (на що дуже клують молоді або недосвідчені журналісти, вважаючи, що вони схопили Бога за бороду). Важче знайти закономірності розвитку фактів. І якщо тенденція позитивна, то можна показати і недоліки, але вони будуть закономірними, а не випадковими і викривляти цілісну картину. Якщо негативна тенденція – варто показати позитивні речі, щоб дати вихід із ситуації.

Ще одна проблема, яка впливає на зміст підготовки журналістів, – це проблема розуміння інформації.

Інформація – то відображена і зафіксована у певній матеріальній формі дійсність. Ця форма певним чином виготовляється. Інформування є процес поширення цих форм, що передбачає індустрію виготовлення і поширення носіїв інформації на аудиторію. Але це не виключає того, що процес інформування існує в середовищі масової комунікації і їй підпорядкований. Чи можна так організувати інформування, щоб максимально уникнути масовокомунікативних впливів на аудиторію. Можна. Тільки як?

1. Збалансована подача інформації. Цей принцип, кажуть, запобігає маніпулятивності. Безперечно, прямій і відвертій. Але чи взагалі уникає її? Думаю, ні.

2. Відокремлення фактів від словесних оцінок та коментарів. Так, ми уникаємо нав'язування думок аудиторії. Але хіба процес інформування на рівні подачі тільки так званих голих фактів бездумний, він не є засобом передачі думок? Психологи вважають, що це найліпший метод маніпулювання.

Ще одне проблемне питання, від вирішення якого залежить і зміст освіти.

Журналістика має бути поза формуванням, вихованням, маніпуляцією чи вона включена в ці процеси?

Журналістика завжди включена в систему масової комунікації і поза нею не існує. Не треба каструвати журналістику і вирізати в неї те, що в неї має бути.

Журналіст не психічно хворий, який просто говорить у вагоні електрички. Журналістика в суспільстві для чогось існує, тобто вона має смисл. А якщо так, то журналістика має призначення (яке – то вже інша річ!), що залежить від соціально-політичних умов, системи цінностей, культури тощо. Психологи визначають смисл як відношення мети до мотиву, як характер включення дії в систему дій (діяльність).

Суспільний смисл журналістики не може лежати поза взаємодією з суспільством. А ця взаємодія є впливом, тобто осмисленим контактом комунікаторів. І не просто дія, а ВЗАЄМО-ДІЯ: журналістика впливає на суспільство, а суспільство впливає на журналістику. Бо то є природа спілкування: той, хто говорить, завжди впливає на того, хто слухає. Але той, хто слухає, теж впливає на того, хто говорить, навіть якщо

слухач і мовчить. Є агресивний вплив, коли мовець впливає на слухача, абстрагуючись від впливу останнього.

Отже, природа комунікації у взаємовпливові. Це треба пам'ятати і враховувати, а не займатися побудовою комунікологічно "неживих" моделей. Бо якщо не враховувати цей взаємовплив, тоді журналістика й комунікація стають непрогнозованою стихією. Природу не обдурити. Вплив все одно буде, тільки він буде неконтрольованим і безвідповідальним. Це не є закликом до жорсткого контролю за інформацією й до цензури. Ні в якому разі. Це є закликом до відповідальності журналіста за своє слово.

У цьому контексті ще раз повернімося до питання про факт.

Факт, мовляв, не залежить від якогось там смислу: або факт є, або його нема. Факт є – його повідомляють, і до чого тут смисл?

Але дозвольте запитати: а чому ви повідомили саме цей факт, а не інший серед багатьох фактів? У відборі факту з фактів і проявляється смисл – смисл відбору. І через смисл відбору і сам факт набуває смислу.

Отже, процес інформування не існує сам по собі, бо людина, за своєю природою, не може просто говорити (бо то вже діагноз). Безцільне, неосмислене говоріння – це хвороба, та навіть психічно хворі не просто так говорять, вони відтворюють життєві ситуації, які колись були осмисленими. Просто відтворення цих ситуацій не відповідає реальним умовам – і тоді здається, що людина безцільно говорить.

Процес комунікації складний, він включає спостереження (тому й кажуть: журналіст – спостерігач) на етапі збору фактів, аналіз фактів і їх обробку (тому й кажуть: журналістика – теж наука, а журналіст – це дослідник суспільного життя, соціуму), передачу фактів (інформування) у вигляді повідомлення (журналіст – інформатор) і отримання результату, що сигналізує про досягнення певної мети, результативність спілкування. Останнє є обов'язковим навіть з психофізіологічної точки зору (дослідження П. Анохіна): дія вважається не завершеною, якщо не отримано результат. Передача фактів не є самодостатнім процесом, бо він тоді не має смислу, тобто не включається в систему інших дій. А якщо смисл є, тоді це означає, що передача фактів, або інформування, пов'язується з іншою дією чи діями, які лежать у площині результативності цієї ж передачі. Я передаю

інформацію, щоб... вплинути: сформувати, переконати, загнати, довести до відома і т. д. Система дій може бути різною й відкритою, смисл внутрішньо необмежений, він обмежується найчастіше зовнішніми чинниками, наприклад, соціумом, його системою цінностей тощо. На цьому етапі комунікації журналіста й називають пропагандистом, агітатором, вихователем, контролером, опозиціонером, маніпулятором і т. д., тобто людиною впливовою.

Процес спілкування не варто усікати: штучно можна журналіста, як комунікатора, обмежити й дозволити чинити йому тільки на певних етапах процесу комунікації. Але це означає піти проти людської природи журналіста. Як себе поведе журналіст на різних етапах спілкування – залежить від його виховання й культури.

В історії журналістики постійно йшла і в майбутньому буде йти боротьба навколо дефініції журналіста, бо час розставляє свої акценти і робить актуальним то один, то інший етап процесу спілкування, що і впливає на визначення журналіста та журналістики.

Ідеальний портрет журналіста такий: це об'єктивний і незалежний спостерігач, який має достатньо інтелекту для неупередженого й глибокого аналізу фактів, який спроможний передати проаналізовані факти у вигляді осмисленого повідомлення й досягнути запланованого результату комунікації.

Журналістика завжди виконує важливу, але не єдину функцію – аферентну, тобто функцію впливу на прийняття рішення людьми. На відміну від художньої літератури, журналістика втручається в безпосереднє життя суспільства і за це вона несе відповідальність. До речі, ті вчені, які вважають, що журналістика закінчується на етапі інформування, позбавляють журналіста відповідальності. А безвідповідальна журналістика – це Чорнобиль у соціальному вимірі.

Категорія ж відповідальності – історична, соціальна й культурологічна. От і міркуйте над критеріями відповідальності. Все буде впирається у питання: кому, для чого і з якою метою. Як назвати того, хто не служить національній ідеї? Відповідальним чи безвідповідальним? Чи, може, відповідальність неважлива для журналіста? Звичайно, якщо журналіст безвідповідальний щодо свого народу, його історії, його прагнень, то така за змістом категорія відповідальності для нього і його редакційного оточення неважлива.

З питанням відповідальності тісно пов'язане

питання свободи журналіста. Проти свободи слова не можуть бути ті, хто говорить. Проти неї можуть бути тільки ті, хто слухає. Суспільний парадокс свободи слова й полягає в тому, що її хочуть і не хочуть. Все залежить від комунікативної ролі особи. І не треба сподіватися, що всі ми, будучи у ролі слухачів, коли про нас говорять, захочемо стовідсоткової свободи слова для тих, хто про нас говорить. Людство постійно буде борсатися у дискусіях і полеміці між несвободою і свободою. Але цього боятися не треба. Боятися варто іншого: у чийх руках свобода слова! Річ не в свободі, а в тому, хто нею користується. Свобода у руках невігласа – це ядерна зброя, виделка у руках вбивці.

У зв'язку з цим виникає питання виховання журналіста.

Одна жінка сказала, що робота викладача журналістики – марна справа. Від природи людина буває порядною, доброю або ні. І якщо вона непорядна, то ніякий університет її не зробить іншою.

І справді, це так. Адже ми не готуємо правдолюбців, незалежних, порядних. Поставити на потік "педагогічного виробництва", скажімо, чесних і стверджувати, що до нас приходять нечесні або не дуже чесні, а ми за п'ять років робимо з них чесних і за це даємо диплом, – це перебільшення. Це брати на себе велику відповідальність.

Треба розрізняти професійний і соціальний портрети журналістів. Останнє лежить у сфері виховання, а перше – у сфері навчання. Звичайно, ми повинні виховувати. Але виховання – процес постійний і безкінечний, його не можна вкласти в рамки бакалаврату чи магістратури. Порядність, чесність, об'єктивність, правдивість – речі особистісного плану, які повинні бути у кожної людини, а не тільки в журналіста. Хто скаже, що вчитель, лікар і т. д. повинні бути іншими? Тому соціально-психологічні характеристики – не є складниками професіограми. Їх треба брати до уваги тою мірою, якою вони забезпечують справді професійні якості. Наприклад, володіння знаннями про те, як брати інформацію, і володіння способами, методами її взяття передбачає те, що порядна людина буде це робити порядними методами. Але порядність сама по собі – це не професія.

Ми говоримо про те, що формуємо політично незалежних і незаангажованих журналістів. Це, до речі, знову політика. Патріотизм, космополітизм, любов чи байдужість до ближнього – все це речі, які стосуються соціально-психологічного портрета фахівця. І це не дається тіль-

ки навчанням, це дається вихованням, до того ж вихованням від сім'ї аж до макросоціуму. І казати, що ми за чотири роки успішно формуюмо незалежних журналістів, каструючи їх таким чином, що позбавляємо, як людей, громадянської позиції, політичних поглядів, відрізаючи від українця любов до України, а від жителя США любов до США, – це повний ідіотизм. Політична ж культура саме й включає систему соціальних, етичних, морально-психологічних цінностей, де є місце й патріотизму, "заангажованості" певними поглядами на соціальну дійсність. І позбавити журналіста політичної культури, того, що дала йому його соціальна природа, ніхто не має права. У демократичному світі якраз і має бути розмаїття політичних поглядів. Тому політична незалежність як категорія не має бути складником професіограми спеціаліста. Це інший рівень оцінки людини. Але це той рівень, який і визначає поведінку журналіста, його особистість, є основою прояву його професіоналізму. Тому навчаючи технологій журналістської праці, ми не можемо бути байдужими до соціального портрета майбутнього журналіста. Через те для нас рятівним має бути поняття професійного виховання журналіста. Це поняття повинне включати використання тих соціально-психологічних характеристик особистості, від змісту яких залежить нормальне, людське, гуманне володіння інформаційними технологіями, виробничими медійними технологіями. Професійне виховання – це той компроміс, який знаходить журналістська педагогіка, щоб втрутитися у соціальний портрет журналіста і додати до нього певні штрихи. Тому так важливий відбір молодих людей на навчання журналістики за соціально-психологічними ознаками. Але це проблема, якої подолати зараз ми не можемо.

Питання вихованості журналіста, до речі, переформується з таким питанням, як зв'язок журналістики і публіцистики.

Журналістика й публіцистика – це є твори, які відображають соціальну дійсність не в художній формі (художня література), а у формі відносно прямого відображення, опосередкованого лише авторським баченням соціальної дійсності. Це твори, які оприлюднюються через періодичні видання, телебачення, радіо, інтернет або через окремі видання.

Публіцист – це літописець соціальної дійсності (народописець), журналіст – це літописець дня (деннописець).

Дві назви, які доповнюють одна одну, не перечують одна одну. У назві "публіцист" акцент зроблено на відображенні суспільного, громадського. Але є один нюанс: публіцистичне – це відображене соціально значуще для громади, народу, суспільства, це те, що відповідає громадським інтересам, важливе для громадської думки, відповідає суспільним потребам. У назві "журналіст" – акцент на відповідності дню.

Кожного журналіста можна назвати публіцистом, якщо він служить інтересам суспільства. Найпростішою формою публіцистики є репортерські матеріали. Звичайно, повноцінною публіцистикою є журналістські твори, в яких вербалізовано соціально значущі теми, гостро й полемічно аналізуються факти дійсності. Але не можна журналістські жанри ділити на публіцистичні й непубліцистичні. Вони всі публіцистичні, бо в кожному журналістському творі, незалежно від жанру, порушуються (чи мають порушуватися) соціально важливі питання.

Кожен журналіст має бути публіцистом, але не кожен публіцист є журналістом. Кожен, хто

публічно порушує соціально важливі теми, є публіцистом. Підготовка публіцистів – це більшою мірою виховання. Публіцистами дуже часто стають дописувачі до газет, робітники, позаштатні кореспонденти. Журналіст же – це професія, пов'язана з умінням щоденно інформувати суспільство про соціально важливі події, використовуючи інформаційні технології. Але оскільки журналістика за своїм призначенням є знаряддям формування громадської думки, то публіцистичне в ній є надзвичайно важливим.

Публіцистичне у журналіста повинне виховуватися. Воно передбачає наявність життєвого досвіду, визнання особистості публікою, довіру громади до журналіста. Тільки за цих умов журналіст стає публіцистом, тільки тоді він має право повчати інших, нести їм своє віще слово.

Ці та багато інших теоретичних проблем лежать в основі змісту журналістської освіти початку нового століття. Ці проблеми подарувало нам саме життя – бурхливе, неоднозначне. Від розв'язання їх залежить поступ журналістської освіти, її майбутнє.

Н. С. Денисюк,

асп.

УДК 070 "1980–1989" (438)

Польська нелегальна преса 80-х років ХХ століття як об'єкт вивчення в історії журналістики

Обґрунтовується доцільність вивчення в історії журналістики спецкурсу, присвяченого проблемам польської нелегальної преси 80-х років ХХ століття.

Denysyuk N. S. Polish illegal press in the 80th of XX century the object of studying in the history of journalism. Article deals with the actuality of studying in the history of journalism a special course dedicated to the problems of Polish illegal press in the 80th of XX century.

Республіка Польща – одна з постсоціалістичних країн, яка відмовилась від командно-адміністративної системи, поліпшила стан економіки, політичного устрою та здобула визнання у світі. Але цьому передувала тривала і важка боротьба: народження на хвилі масового незадоволення режимом профоб'єднання "Солідарність", яке очолило антисоціалістичний рух у країні, воєнний стан, підпільна діяльність опозиції, курс на діалог з владою, трансформація польського суспільства за результатами суспільно-політичної згоди, досягнутої у переговорах за "круглим столом".

У цих процесах відчутною була роль інформаційної діяльності опозиції. Антисоціалістичні організації, у тому числі й незалежна профспілка "Солідарність", перш за все розвивають інформаційну мережу. В умовах тоталітарного режиму необхідно було інформувати населення про ситуацію в країні, яка подавалась державними ЗМІ лише у вигідному для влади ракурсі. Цю функцію взяли на себе нелегальні видання, які сьогодні є важливим джерелом інформації про події в Польщі у 80-х роках ХХ століття.

Мета цієї статті – обґрунтувати необхідність вивчення польської нелегальної преси 80-х років ХХ століття, з'ясувати її місце та роль у процесах трансформації польського суспільства.

Проблеми підпільного видавничого руху в Польщі розглядали у своїх працях дослідники М. Качинська, Є. Гофман, В. Пілецьки, Л. Шаруга, Е. Камінська, А. Кондерак, Ш. Рудка. Неза-

лежну пресу досліджували також Е. Ковальська, М. Скварніцьки, М. Васяк, А. Сітарська, В. Мельчарек. Еміграційній видавничій діяльності присвятили свої праці М. Супрунюк, А. Хвальба та ін. Історії незалежного видавничого руху присвятив свої праці польський дослідник в еміграції В. Береш. Бібліографія матеріалів підпільної преси з початку 80-х років опрацьована Владиславом та Войцехом Хойнацькими (під псевдонімом Юзефа Камінська) у праці "Бібліографія підземних публікацій в Польщі. 13.XII.1981 – VI.1986" [6] та Юзефом Гаєвським у "Матеріалах до бібліографії друків, виданих поза цензурою. 1982–1986" [5].

Зважаючи на домінування інформаційного напрямку діяльності опозиції, необхідно визначити причини такого явища.

По-перше, поява нелегальної преси спричинена інформаційним голодом, яким було охоплено польське суспільство. Система масових комунікацій у Польщі була монополізованою та централізованою. Державно-партійна преса, яка залежала від Головного відділу контролю публікацій і видовищ та Робочого кооперативу (партійного концерну) "Преса-Книжка-Рух" (Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza "Prasa-Książka-Ruch"), виконувала представницьку функцію і відрізнялася характерним стилем партійної публіцистики. Мова слугувала не для порозуміння і не для діалогу влади із суспільством, а лише для відтворення реальності, постулованої комуністичним режимом. Цей вимучений, лицемірний і штучний спосіб

висловлювання в Польщі назвали "новомовою" – обов'язкова мова політичної пропаганди (термін запозичений з антиутопії Дж. Оруела "1984") [1, 56].

По-друге, неправдива інформація, яку подавали державні ЗМІ, вимагала спростування.

По-третє, дії влади сприяли формуванню антидержавних настроїв серед поляків. Для прикладу можна навести той факт, що 19 грудня 1981 року в Польщі було повністю заборонено продаж фарб, лаків, частково зошитів і паперу, щоб зробити неможливим поширення незалежної преси [3, 171].

По-четверте, вагомий вплив на становлення нелегальної та незалежної польської преси мали і ті принципи, які були закладені ще в часи Другої світової війни, коли поляки організували найпотужніший в Європі видавничий рух. Постійні суспільно-політичні кризи в Польщі (1956, 1968, 1970, 1976, 1980) привели до удосконалення підпільної поліграфічної бази опозиційних угруповань. На початку 80-х років вони швидко налагодили власну видавничу мережу, яка стала основою для формування видавничого руху в період воєнного стану та підпільної діяльності опозиції.

По-п'яте, закордонні центри польської еміграції відкрили польській опозиції доступ до інформаційних агентств, радіо, телебачення, газет і журналів Заходу. Вони переправляли на Захід і видавали там праці польських опозиціонерів. Виступи Я. Куроня, А. Міхніка, З. Найдера, А. Мацеревича та інших друкувалися у французькій газеті "Монд" ("Monde"), західнонімецьких "Шпігель" ("Spiegel") і "Штерн" ("Stern"). На сторінках еміграційних видань відбувався жвавий обмін думками і теоретичні дискусії про можливості зміни політичної системи Польщі. Ці видання різними шляхами потрапляли до Польщі.

По-шосте, масові страйки, легалізація незалежної профспілки робітників "Солідарність" у 1980 році спричинили справжній вибух: по всій країні почали створюватись незалежні видавництва. Сотні нових назв заповнили ринок преси. Деякі дослідники стверджують, що до оголошення воєнного стану існувало 1500–2000 назв бюлетенів та часописів [2, 226]. Наприкінці січня 1981 року відбувся перший з'їзд профспілкової преси, на якому було створено Пресову агенцію "Солідарність" [2, 620]. Вона сприяла становленню та швидкому розвитку

позацензурних видавництв, які розповсюджували газети, часописи. Спочатку ці видавництва перебували під захистом "Солідарності", навіть якщо не були з нею організаційно пов'язані. Після виходу нової постанови про цензуру бюлетені та газети профспілки отримали законний статус, але мали бути призначені лише для внутрішнього використання. В організації, що нараховувала 10 млн. осіб, важко відділити нормальне поширення від внутрішнього обігу. Тому неминучим був конфлікт між державно-партійним керівництвом та редакціями неофіційних видань.

Задовго до впровадження воєнного стану в країні видавалися позацензурні видання "Голос" ("Głos"), "Рес Публіка" ("Res Publica"), "Опінія" ("Opinia"), "Дорога" ("Droga"), "Зустрічі" ("Spotkania"), "Господар" ("Gospodarz"), "Індекс" ("Indeks") та ін. [4, 14]. Регіони та підприємства мали свою поліграфічну базу й друкували інформаційні бюлетені, газети, листівки, тематичні брошури, заборонену раніше еміграційну літературу. Тобто опозиція мала давно сформовану інформаційну мережу, яка в умовах воєнного стану лише посилила та розширила свою діяльність у підпіллі.

Безперечно, однією з найважливіших причин виникнення та становлення нелегальної преси була та мета, яку поставили перед собою регіональні структури "Солідарності", – формування свідомого суспільства.

Система опозиційної преси була розгалуженою і широко представленою як у географічному вимірі, так і в типологічному та жанровому розмаїтті. Основними центрами видавничої діяльності стали Варшава, Познань, Вроцлав, Лодзь, Люблін.

Розгляд польської преси в загальноісторичному контексті як частини опозиційного руху є важливим, тому що вона стала особливим засобом вираження наболілих проблем польського суспільства, основою його політичної модернізації, сприяла подоланню несистемного та обмеженого інформування як населення країни, так і світу в цілому про події в Польщі. Підпільна преса і видавнича мережа Польщі змусили ЗМІ, які контролювались урядом, давати більш точну й об'єктивну інформацію польському народу, тому що все, що приховувалося режимом, неодмінно незабаром з'являлося у підпільному друку.

Інформаційні структури опозиції в умовах підпілля розширили та активізували свою

діяльність. Наявність великої кількості підпільних видань сприяла інформуванню широкого кола читачів, висловленню різноманітних думок, обговоренню ситуації в країні для того, щоб знайти "вихід із ситуації без виходу." З-поміж них можна виділити "Інформаційні бюлетені" ("Biuletyn Informacyjny") у Варшаві, Лодзі та Любліні та інших містах, газети: "Тижоднік Солідарність" ("Tygodnik Solidarnosc"), "Інформація" ("Informacja"), "Відомості дня" ("Wiadomości dnia"), "Інформатор" ("Informator"), "Карта" ("Karta") у Варшаві, "Солідарність, що бореться" ("Solidarnosc Walczaca") у Познані та Вроцлаві. Великими накладками друкувалися "Арка" ("Arka"), "Голос" ("Głos"), "Критика" ("Krytyka"), "Табір" ("Oboz"), "Тижоднік Мазовше" ("Tygodnik Mazowsze"), "Тижоднік воєнний" ("Tygodnik wojenny"), журнали "Гданьськ" ("Gdansk") та "Напрямки" ("Kierunki"), "ПАПуґа Тасманська" ("RAPuga Tassmanska") (з обігриванням назв ПАП – Польського агентства преси та ТАРС) та багато інших.

Наявність цілої мережі друківаних видань свідчила про організованість опозиції, функціонування певної системи. Це сприяло підвищенню рівня політичної культури, інтеграції інтересів різних верств суспільства. Інформаційна інфраструктура опозиції, її величезний вплив на масову свідомість не могли бути непоміченими владою. Тому в ході переговорів різних суспільно-політичних сил країни за "круглим столом" у 1989 році було досягнуто домовленостей не лише про легалізацію профоб'єднання "Солідарність", а й тих видань, які йому належали. Легалізація періодичних видань, що вийшли з підпілля, ознаменувала становлення політичного та ідеологічного плюралізму в польській системі мас-медіа. Цей плюралізм був сформований в середовищі опозиції протягом довгих років підпільної діяльності виступив вагомим чинником трансформації польського суспільства в кінці 80-х років XX століття.

На сторінках підпільних видань розміщувалась найдетальніша інформація про події в країні, дії влади, дії опозиції, інтернованих, арештованих, життя їхніх сімей, підпільне життя опозиції.

Повідомлення, газетні публікації, тексти листівок виходили далеко за межі подієвої інформації. Вона супроводжувалась численними коментарями, висловленням думок як

представників опозиції, так і пересічних громадян, яким не була байдужою доля країни. З кінця 1986 року в колах польської інтелігенції один за одним стали з'являтися аналітичні матеріали, в яких робилася спроба дослідити суспільно-політичні процеси, що відбувалися в Польщі, визначити місце і роль у них "Солідарності". Серед таких спроб можна назвати статтю "Питання людей праці", матеріал під назвою "Місце "Солідарності" в оцінці ситуації і шляхах перебудови польської економіки", статтю Я. Куроня "Пейзаж після бою" та ін.

Необхідність вивчення запропонованої теми визначається важливістю тих суспільно-політичних процесів, які відбувалися в Польській Народній Республіці (ПНР) у 80-х роках XX століття, потребою розкриття ролі ЗМІ у цих процесах та з'ясування зовсім не вивченого і не узагальненого інформаційно-журналістського аспекту діяльності польського опозиційного руху "Солідарність", поява якого на політичній арені у 1980 році сприяла активізації діяльності польських нелегальних видань.

На нашу думку, організаційне оформлення та діяльність преси в системі польського опозиційного руху можна розглядати в межах спецкурсу, присвяченого цій проблемі.

Серед завдань даного спецкурсу можна визначити такі:

- дати характеристику розвитку політичної опозиції в Польщі, методів її роботи з масами, визначити її роль у процесі демократичного відродження;

- дослідити причини налагодження видавничої діяльності опозиції в підпіллі, її основні особливості;

- проаналізувати інформаційно-журналістську діяльність польської опозиції, типи видань, тематику публікацій та характер полеміки на сторінках опозиційної преси;

- з'ясувати проблемно-тематичну та жанрову структуру публікацій в нелегальних часописах;

- вивчити конкретні умови масової інформаційного контакту підпільної преси з читачською аудиторією;

- визначити місце польського громадсько-політичного руху опору у світовому інформаційному просторі;

- обґрунтувати роль інтелектуальної та інформаційної підтримки підпільних видань закордонними еміграційними центрами.

Дослідження польської нелегальної преси необхідно органічно поєднувати з вивченням мови польських засобів інформації, стилістики та редагування.

У процесі вивчення даної проблеми важливо визначити такі поняття:

– офіційна преса: друковані видання, що виражали точку зору правлячої партії. У Польщі, як і у всіх соціалістичних країнах, існувала державно-партійна система преси. Щоденні газети мали статус друкованого органу тих чи інших організацій. "Трибуна люду" ("Trybuna Ludu") – орган ЦК Польської об'єднаної робітничої партії (ПОРП), "Зелений прапор" ("Zielony Sztandar") – Об'єднаної народної партії, "Кур'єр Польський" ("Kurier Polski") – Демократичної партії, "Слово Повшехне" ("Słowo Powszechne") – Організації Пакс, "Жолнеж Вольності" ("Żołnierz Wolności") – Міністерства оборони, "Голос праці" ("Głos Pracy") – Центральної ради профспілок [8, 105]. Більшість щоденних регіональних видань була залежна від ПОРП. Вся преса підпорядковувалась партійному видавничому концерну РСВ "Преса-Книжка-Рух". За часів ПНР ця центральна видавнича організація ЦК ПОРП була найбільшою структурою в системі друкованих ЗМІ;

– незалежна преса: видання, які мали можливості представлення різноманітних точок зору та дискусій про найважливіші для поляків справи (незалежність, недоліки системи, утиски прав людини владою). Серед численних назв незалежної преси на загальне визнання заслуговує газета "Робітник" ("Robotnik") [7, 10]. На сторінках незалежної преси панувала публіцистика та есе. Репортаж був майже відсутній;

– католицька преса: часописи, які видавалися польським костелом, клубами католицької інтелігенції, товариствами світських католиків. Костел мав свої засоби масового впливу, інформаційну мережу. Католицька преса, хоч і була формально незалежною, завжди мала трохи більше свободи, ніж щоденні газети, і редакції зуміли скористатися нею після серпня. В католицьких тижневиках з'являється багато журналістів, які були активістами "Солідарності" і активно включалися в процес демократизації краю. Звичним явищем суспільного життя стала діяльність світських груп, які виникали навколо католицьких видань "Тигоднік Повшехні" ("Tygodnik Powszechny"), "Тигоднік Варшавський" ("Tygodnik Warszawski"), "Знак" ("Znak"). Помітне місце серед католицьких часописів

посів суспільно-політичний та культурний щомісячник "Зв'язок" ("Wież"). що видавався діячами клубів католицької інтелігенції. "Тигоднік Повшехні" ("Tygodnik Powszechny"), яким керував Єжи Турович, завжди був непокірним, мав багато читачів і від вересня 1980 року переживав чергову молодість. Його публіцистичні статті та репортажі, присвячені "Солідарності", – одні з кращих у країні – зробили великий внесок у розвиток загальнонародної дискусії;

– нелегальна (підпільна) преса: заборонена законом преса, яку випускали опозиційні угруповання в підпільних умовах. В основному це робилося на поліграфічних базах великих підприємств, у підпільних видавництвах опозиції, часто видання були виконані власноруч безпосередньо самими представниками опозиції на друкарській машинці;

– другий обіг: великі накладі продукції незалежних та підпільних видавництв (інформаційні бюлетені, газети, часописи, листівки та інша поліграфічна продукція). Розповсюджувались вони поза сферою впливу офіційної цензури, певний тиск чи вплив на них могла здійснити лише та суспільно-політична сила, від якої вони безпосередньо залежали;

– третій обіг: власна продукція еміграційних видавництв та випущені ними у світ матеріали, які в соціалістичній Польщі надрукувати не можна було.

Серед особливостей нелегальної преси необхідно зазначити чи не найголовнішу – власне, незалежність. Вона мала можливості представлення різноманітних точок зору та дискусій про найважливіші для поляків справи: незалежність, недоліки системи, утиски прав людини владою. Це позбавило офіційну пресу її привілейованої позиції та, що найважливіше, пригальмувало дію комуністичної пропаганди.

Польська нелегальна преса як об'єкт дослідження потребує значної уваги. В сучасних умовах стрімких політичних та економічних змін дуже важливо проаналізувати інформаційно-журналістську діяльність опозиційних сил та використати надзвичайно цінний польський досвід радикальних перетворень для становлення демократичного суспільства в Україні.

І. Даберт Д. Мови правого і лівого крила польського політикуму після 1989 року / Сучасність. – 2002. – № 1. – С. 56–62.

2. Зашкільняк Л., Крикун М. Історія Польщі. – Л.: Львівський національний університет ім'я Івана Франка, 2002. – 752 с.
3. Несломленная Польша на страницах "Русской мысли". – Париж: Русская мысль, 1984. – 277 с.
4. Робітничі страйки в Польщі: 1980 // Сучасність, 1981. – 197 с.
5. Gajewski Jozef. Materiały do bibliografii druków zwartych wydanych poza zasięgiem cenzury. 1982-1986. – Krakow: OL. 1988. – 247 s.
6. Kaminska Jozefa. Bibliografia publikacji podziemnych w Polsce. 13.XII.1981-VI. 1986. – Paris: Spotkania, 1988. – 555 s.
7. Pomian G. Polska "Solidarnosci". – Paryż: Instytut Literacki, 1982. – 460 s.
8. Цісак В. Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін. – К.: Центр вільної преси, 2000. – 218 с.

Антична пражурналістика (місце та обсяг поняття) у курсі "Зарубіжна журналістика"

У статті визначено та описано явище античної пражурналістики, дана його системна класифікація.

The article determines and describes phenomenon of ancient prejournalism, and gives its system classification.

Курс "Зарубіжна журналістика" тільки-но народжується в українській вищій школі, відштовхуючись від застарілої радянської дисципліни "Історія комуністичної преси".

З погляду на проєвропейський "культурно-генетичний" вибір України курс "Зарубіжна журналістика" має бути передусім історією європейської журналістики.

Кожне явище значною мірою залежить від своїх джерел, тому їх огляд дуже важливий: це не тільки вивчення конкретного періоду, а й визначення істотних рис цілого.

Час зародження журналістики традиційно визначається 1609 роком, коли в Аугсбурзі та Страсбурзі з'явилися перші друковані щотижневі газети. Період же, що передує появі газет, називають до- або пражурналістським.

Джерелом європейської державності, як відомо, є Стародавня Греція, отже, початки європейської журналістики саме в античній культурі.

Таким чином, у курсі "Зарубіжна журналістика" античний період повинен посісти значне місце.

Обсяг поняття "антична пражурналістика" тільки-но визначається в українському журналістознавстві.

Думки вчених щодо цього питання розподіляються на два напрями.

Відповідно до першого напрямку – "звужуючого" – до пражурналістики потрібно відносити тільки ті явища, які є попередниками, власне, газети. Так, Н. М. Сидоренко до античної пражурналістики відносить лише "аннали" та "акти" (сенатські, громадські, щоденні) у Давньому Римі та "громадські гомеродрами" [6, 3].

© Казакова Т. В., 2004

Згідно з другим напрямом – "широким" – пражурналістикою є будь-які форми інформаційного спілкування, що існували у суспільстві до появи газети [4, 28]. Такий погляд може призвести до втягування у поняття пражурналістики, як у вирву, майже всіх культурних надбань епохи.

Отже, ми стоїмо перед проблемою визначення головних складників античної пражурналістики і формування самих принципів цього визначення.

Для вирішення цієї проблеми необхідно передусім сформулювати робоче визначення самого поняття.

Спираючись на концепцію В. В. Різуна про психологічну масу як соціальний суб'єкт [5], ми пропонуємо таке визначення явища пражурналістики.

Пражурналістика – це такі процеси суспільної комунікації, які:

- по-перше, існували до зародження друкованих періодичних видань;

- по-друге, були пов'язані з цілеспрямованим поширенням у "психологічній масі" актуальної, соціально значущої інформації, тобто виконували функцію каналу масової комунікації;

- по-третє, тяжіли до сучасних форм журналістики та публіцистики.

Користуючись цим визначенням і спираючись на дослідження П. М. Федченка [11] та В. В. Ученової [8–10], а також М. М. Гаспарова [1], В. Н. Ярхо [1], Г. А. Міллер [1], С. С. Аверінцева [1], К. М. Колобової, Є. Л. Озерецької [3], С. Л. Утченко [7] та ін., ми спробували виявити головні елементи античної пражурналістики в їх системній єдності.

Усі пражурналістські явища за формою можна розподілити на усні, знакові та письмові.

До усних відносимо діяльність гомеродромів, ораторство, спілкування в людних місцях.

Розглянемо більш детально кожне явище.

З давніх часів представники державної влади розсилали з наказами та повідомленнями гінців: глашатаїв, дяків, герольдів. У Стародавній Греції вони називалися гомеродромами. Це й був головний інститут некоментованого інформування в античному світі.

Головним інститутом впливу та переконання, обміну думками, а також основним каналом масової комунікації античності було ораторство. Воно, як стрижень, пронизує всю античну цивілізацію від її початків до самого руйнування.

Джерела античного ораторства пов'язані з зародженням полісної державності та діяльністю афінського архонта Солона (640–559), політичні вірші якого були не стільки, власне, поезією, скільки засобом впливу на громадську думку.

Перший період античного ораторства визначається початком навчання ораторського мистецтва, яке збігалось із судовими процесами 467 року до н. е., що супроводжували падіння тиранії в Сицилії. Характер аудиторії (кілька сотень суддів) визначив головний напрям розвитку красномовства як словесного мистецтва впливу на масову свідомість. Цю природну тенденцію софістична педагогіка перетворила на певні нормативні правила, які сприяли тому, що саме у V столітті до н. е. ораторська проза оформлюється у самостійний жанр зі своєю внутрішньою типологією (політичне, епідиктичне та судове красномовство).

Другий період розвитку античного красномовства пов'язаний із діяльністю Ісократ (436–338), що ввійшов у історію античної риторики як майстер політичної промови, який пропагує свою політичну програму в жанрі панегірика. Значення діяльності Ісократ для розвитку ораторства можна визначити трьома головними напрямками:

- 1) довів до досконалості горгіанський принцип слухової насолоди промовою;
- 2) здійснив перехід від усної ораторської промови до письмової;
- 3) відкрив першу риторичну школу із регулярним навчанням.

Третій період розвитку античного красномовства являє собою вершину давньогрецького ораторства, що уособлюється в діяльності Де-

мосфена (384–322), з ім'ям якого пов'язаний розквіт нового стилю античної прози – "могутнього".

Четвертий період античного ораторства – формування "нового красномовства" під час заміни поліса великою централізованою державою в добу еллінізму (кінець IV ст. до н. е. – середина III ст. до н. е.), наслідком якого став прискорений розвиток теорії словесності – риторики.

П'ятий період розвитку античного красномовства (I ст. до н. е. – Рим) являє собою вершину ораторського мистецтва античності, є практичним результатом розвитку теорії у попередньому періоді. Центальною фігурою римського красномовства і вершиною всього античного красномовства є Цицерон (106–43). Він довів до логічного кінця поетику переконання, яка будувалася на двох принципах: повноті доказу та підкреслено чіткій мікро- і макрокомпозиції, що виявилися особливо яскраво у так званому "латинському періоді".

З приходом до влади Октавіана Августа (27 року до н. е. – 14 н. е.) у розвитку античного ораторства настає невелика перерва, оскільки Август вгамував політичне красномовство, і при ньому публічне слово вже не могло впливати на суспільство. Після смерті Августа ораторство знову почало розвиватися, але вже в іншому напрямі.

У соціальній атмосфері I століття н. е., яку в цілому можна визначити словом "розчарування", ораторство розвивалося за трьома напрямками: у суспільстві почав формуватися новий для античної культури тип красномовства – проповідництво; розвивалося і судове красномовство; ознакою ж часу є так зване "нове красномовство", яке характеризувалося особливим стилем "миттєвого ефекту" (цицеронівська багатослівність стає непотрібною; на зміну його поширенням періодам приходять короткі яскраві сентенції з антитезами і парадоксами).

Завершальним етапом розвитку античного красномовства є "друга софістика". Центральним явищем II–III століття н. е. стає філософська риторика, яка створює парадне, "концертне" красномовство з властивим йому "духом гри".

Таким чином, ораторське мистецтво античності почалося з софістики, софістикою закінчилося, але яка різниця між двома софістиками! Явище у своєму розвитку прийшло до логічного завершення, після якого настає смерть. Однак

смерть одного породжує появу іншого: на зміну античному ораторству приходить середньовічне проповідництво.

Що стосується специфічної форми комунікації стародавніх греків у перукарнях та стародавніх римлян у громадських лазнях, то необхідно зазначити: людина, яка не відвідувала їх, вважалася "негромадською" [3, 69].

До *знакових форм* античної пражурналістики відносимо публічну поведінку політичного діяча та масові видовища (організовані свята, похорони). Прикладом публічної поведінки, що апелювала до масової свідомості, може служити поведінка Цицерона перед вигнанням [7, 184]. Яскравим прикладом похорону як PR-акції може бути похорон Цезаря, театралізований Антонієм [7, 263].

Явищем, що межує між усною та знаковою пражурналістикою, є театральна вистава – одна з найважливіших форм масової комунікації та управління соціальними процесами у стародавній полісній Греції. Як відомо, давньогрецький театр був масовим явищем: його могли відвідувати одночасно приблизно 20 тис. людей, перебуваючи там цілий день; театральна поетика вирізнялася простотою і доступністю; держава стимулювала відвідування театру "видовишними" грошима.

Прикладами репрезентативних пражурналістських театральних текстів можуть бути трагедії та комедії з актуальною проблематикою: "Перси" Есхіла, що являють собою ораторний (тобто практично публіцистичний) відгук учасника недавніх греко-перських війн; "Андромаха" Єврипіда, антиспартанські тенденції якої зустрічали живий відгук афінських громадян у зв'язку з трагедіями Пелопонеської війни, що йде зараз; і, звичайно ж, драматургія Арістофана, особливо рання, де широко відбилася поточна дійсність і реальні сучасники (Сократ, Клеон та ін.): це й пацифістська "трилогія" – "Ахаріяни", "Мир", "Лісістрата", сатира на суддів – "Оси", сатира на аморальність філософії софістів – "Хмари", на політичне життя сучасних Афін – "Вершники" та ін.

Письмова пражурналістика розподіляється на ту, що виконувала функцію важливого КМК, і на ту, що за своєю формою тяжіла до пражурналістики.

Основними письмовими КМК античності були різноманітні об'яви, надписи на п'єдесталах епонімів, стінах і т. д. та римські прагазети

"Acta senatus" та "Acta diurna". Анналі та приватне інформування також виконували функції комунікації, але все ж таки не масової [11, 25–27].

Щодо історіографії, то в усній культурі функцію комунікації виконували лише ті тексти, що читалися вголос, наприклад, тексти логографів (VII–VI ст. до н. е.), які тяжіли, з одного боку, до документалізму, а з іншого – до цікавості. Логоси дали поштовх для розвитку історіографії та письмової публіцистики.

Історіографію ми відносимо до пражурналістських явищ, передусім, з двох причин. По-перше, тому що методика збирання інформації прадавніми істориками нагадує журналістські методи пошуку інформації (наприклад, Геродот збирав інформацію за допомогою опитування, спостереження та роботи з документами; метод збору інформації Фулідіда ми б назвали сьогодні "методом включеного спостереження"). По-друге, самі історіографічні тексти тяжіють до публіцистичності, особливо біографічні портрети сучасників Ксенофонта або листи Плїнія Молодшого.

Що стосується, власне, письмової публіцистики, то вона не мала того масового впливу, якого, наприклад, набувала публіцистика усна, але казати про повну відсутність такого впливу теж не можна. Наприклад, політичні трактати Цицерона "Про державу", "Про закони" служили авторів теоретичним обґрунтуванням пропагандистських лозунгів, які він використовував у повсякденній політичній практиці: трактат "Про обов'язки", що формально тяжіє до жанру дидактичного повчання, насправді мав гостру антицезаріанську спрямованість, причому мова йшла не тільки про особу Цезаря, а й про весь цезаріанський табір. Не випадково вбивці Цезаря вигукували ім'я Цицерона під час страти.

Філософські твори Цицерона, особливо "Парадокси стоїків" та "Тускуланські бесіди", ми відносимо до пражурналістських явищ тому, що вони популяризували філософію: "Парадокси стоїків" зробили доступною філософську мораль стоїків, а "Тускуланські бесіди" перетворювали складні психологічні проблеми людини у загальнодоступні.

Отже, запропонована класифікація пражурналістських явищ античності в цілому має такий вигляд:

Усні форми	Знакові форми	Письмові форми	
		Головні КМК	Частково КМК + пражурналістська форма
1. Інститут гінців 2. Ораторство 3. Спілкування у перукарнях і громадських лазнях	1. Публічна поведінка політика 2. Видовища як PR-акція	1. Об'яви, надписи на портиках, стінах тощо. 2. Прагазети "Acta senatus" та "Acta diurna"	1. Анналі 2. Історіографія 3. Письмова публіцистика
Давньогрецький театр V–IV ст. до н. е.			

Дана класифікація має попередній характер: вона потребує подальшої систематизації, уточнення, наповнення. Але разом з цим, на наш погляд, вона може претендувати на те, щоб демонструвати систему пражурналістських явищ античності й бути можливою методологічною основою для виявлення та систематизації пражурналістських явищ середньовіччя, Відродження.

1. *История всемирной литературы.* – М., 1983. – Т. 1.

2. *История мировой журналистики.* – Ростов н / Д, 2000.

3. Колобова К. М., Озерецкая Е. Л. *Как жили древние греки.* – М., 1959.

4. Прохоров Е. П. *Введение в теорию журналистики.* – М., 2003.

5. Різун В. В. *Маси.* – К., 2003.

6. Сидоренко Н. М. *Історія зарубіжної журналістики. Навчальна програма.* – К., 2001.

7. Утченко С. Л. *Цицерон и его время.* – М., 1986.

8. Ученова В. В. *Беседы о журналистике.* – М., 1985.

9. Ученова В. В. *Гносеологическис проблемы публицистики.* – М., 1971.

10. Ученова В. В. *У истоков публицистики.* – М., 1989.

11. Федченко П. М. *Преса та її попередники.* – К., 1969.

Інформаційна політика держави: стан і стратегія розвитку

У контексті національного інформаційного простору розглядається принципово важлива для утвердження незалежної та демократичної держави складова – інформаційна політика: її сучасний стан та можлива стратегія розвитку.

This article in context of national information area analyses such an important part for a independent and democratic state strengthening as information policy, it's modern status and development strategy.

Тема захисту і розвитку національного інформаційного простору вже кілька десятиліть є приводом для запеклих наукових дискусій. Її розробляли такі закордонні фахівці, як М. Кастельс, А. Моль, З. Бзежинський, Д. Томпсон, Ф. Вільямс та багато інших [1]. З утвердженням незалежності Української держави цю проблематику досліджують і наші науковці. На особливу увагу в цій сфері заслуговують праці А. Москаленка, В. Шкляра, В. Здоровеги, І. Михайліна, В. Карпенка, Г. Кривошеї та О. Гриценко [2]. Глобальний інформаційний простір як якісно нове середовище функціонування і розвитку міжнародних відносин органічно містить у собі економічні, політичні, соціальні й культурні процеси, а самі інформаційні технології стають значною змістовою характеристикою цих процесів, створюють принципово нові умови функціонування й розвитку інформаційних ресурсів. Це зумовлює важливість вирішення Україною проблеми необхідності подолання негативних тенденцій у створенні у правовому і організаційному плані логічно завершеної системи управління, формування, розвитку, використання й захисту інформаційних ресурсів, ліквідації відставання у розвитку інформаційного законодавства.

Нині формується нове уявлення про головний фактор могутності держави, згідно з яким основним чинником у ХХІ столітті є інформація. Здатність держави мати у своєму розпорядженні найсучасніші інформаційні технології і засоби, що дозволяють ефективно обробляти, зберігати,

передавати й поширювати потрібно інформацію. Володіння державою такою здатністю – шлях до подальшого нарощування на нових засадах своєї економічної та військової міцності [3, 165–168].

Національний інформаційний простір – надзвичайно важливе політичне поняття, яке у вартісній шкалі соціальних цінностей можна поставити на друге місце після державної незалежності. Держава зобов'язана забезпечити використання свого інформаційного поля в інтересах саме держави та її громадян.

Інформаційний простір буквально народжується разом із спілкуванням та комунікацією, не дивно, що поняття інформаційного простору, передусім, соціально-політичне, яке вбирає в себе як територіальний, так і космічний фактори, а також – людський, оскільки суспільна інформація призначається для людини, людина – її споживач, і без людини вона втрачає свій сенс. Отож, коли йдеться про інформаційний простір держави, то його межі ототожнюються з її кордонами, охоплюючи національну територію, акваторію і повітряний простір. Саме у цих сферах діють засоби інформації, які й інформують, тобто повідомляють, зображають, складають уявлення. З розвитком та поширенням засобів акумулювання, збереження та передачі інформаційних ресурсів інформаційний простір набуває нових рис та важливішого значення у формуванні громадської думки, вихованні, нарешті, лояльності чи невідтримки діючого режиму. Звідси й впливає його величезне значення, особливо у суспільствах перехідного періоду та

невизначених горизонтів суспільного розвитку, до яких належить й Україна.

Хоча ХХ століття – століття ідеологій – минуло, роль Слова, того, що називають інформаційно-пропагандистським забезпеченням, зростає з кожним роком. Соціальні перетворення, викликані стрімким розвитком інформаційних технологій, лише підвищують ефективність Слова. Як вважає З. Бжезинський, інформаційно-структурна складова є нині однією з трьох запорук могутності сучасної держави [4, 39–44].

Вплив інформації, спроможності її збирати, обробляти, поширювати, накопичення інтелектуального потенціалу та вплив його на зовнішньополітичну могутність можна простежити з найдавніших часів. Наприклад, відомо, що саме "наявність серйозної інтелектуальної основи пояснює успіхи Франції протягом Нового часу" [5, 180]. Проте лише нині інформація та можливості її обробки стають вирішальним чинником сили будь-якого соціального утворення.

"Інформаційна революція", "інформаційний бум", "інформаційне суспільство" і, звичайно, "інформаційна сфера" та "інформаційні технології" – ці та подібні до них терміни поступово стали загальноприйнятими поняттями, в яких, залежно від завдань та підходів, висловлюються сподівання про небувалий розквіт, який очікує людство після початку інформаційної епохи або наводяться апокаліптичні пророцтва на кшталт антиутопій Є. Замятіна, Дж. Оруела, О. Гакслі та ін.

Свобода слова, інші демократичні цінності створили принципово нову комунікативну ситуацію.

Слід зауважити, що у багатьох випадках інформаційні процеси можуть сприяти розвитку процесів поза інформаційною сферою. Моделювання реальності певним чином відображається у ній самій. Найяскравіше проілюструвати тезу можна на прикладі зв'язку між гуманітарними науками і суспільством.

Таким чином, можна говорити про існування перехідного мультиплікатора між інформаційною картиною і реальним світом. Трохи спрощуючи, можна стверджувати про існування економічного мультиплікатора іміджу: одна гривня, вкладена у створення іміджу, приносить кілька гривень прибутку. Як писав Р. Ніксон, "один долар, вкладено у пропаганду, принесе більше користі, аніж 10 доларів, що вкладені в озброєння".

Виходячи із заявленої проблеми, стан і стратегія розвитку інформаційної політики держави, глибше розглянемо таку домінуючу інстанцію, як роль і місце сучасних ЗМІ в системі інформаційних відносин в українському суспільстві.

Світ кінця ХХ – початку ХХІ століття живе під гаслом планетарної співдружності й обізнаності, де чільне місце відводиться інформації.

Інформацію сьогодні треба розглядати як стратегічний продукт. Здатність суспільства та його інституцій збирати, обробляти, аналізувати, систематизувати та накопичувати інформацію, забезпечувати свободу інформаційного обміну є важливою передумовою соціального й технологічного поступу, чинником національної безпеки, однією з основ успішної внутрішньої та зовнішньої політики. Інформаційна сфера має системоутворюючий характер і впливає практично на всі галузі суспільних відносин.

На сьогодні вже фактично сформувалась фундаментальна залежність життєдіяльності особистості, суспільства і держави – економіки, політики, культури, науки, забезпечення національної та міжнародної безпеки – від обміну інформацією, надійного функціонування інформаційних і телекомунікативних систем, технологій і засобів.

Глобальні інформаційні системи та інформаційні технології створюють інформаційне середовище, де практично відсутні державні кордони, обмеження на інформаційні впливи, на поширення інформації, яку до цього часу не можна було безкарно поширювати, на розміщення та отримання інформації, зокрема інформації щодо виробництва зброї, проведення терористичних операцій та інше [6, 25–28].

Суттєвий прогрес і поширення інформаційних технологій, глобальний характер систем масової комунікації призвели до утворення глобального інформаційного простору, який змушує світову спільноту, кожна державу швидко орієнтуватися та адаптуватися у сучасному інформаційному середовищі.

Світове співтовариство в цих умовах усвідомило, що міжнародна інформаційна безпека є глобальною проблемою, розв'язання якої суттєво впливає на існування людства. Про це яскраво свідчить резолюція 54-ї сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй "Досягнення у сфері інформатизації в контексті міжнародної безпеки", а також те, що на саміті Великої сімки на Окінаві була прийнята Хартія

про Глобальне Інформаційне Співтовариство. У цьому документі зазначається, що країни, які не в змозі забезпечувати оновлення інформаційних технологій, не матимуть можливостей бути повноправними учасниками інформаційного суспільства та світових економічних процесів.

Україні важко претендувати на інформаційне домінування у світовому інформаційному просторі. Для нашої країни головне не відстати, зберігаючи національну, інтелектуальну, культурну та мовну самобутність. Усе це потребує замислитися над перспективами використання новітніх інформаційних технологій та розвитку інформаційного суспільства в Україні, для чого, передусім, необхідно розробити національну концепцію та стратегію, визначити потреби і можливості щодо масового використання інформаційних технологій в українському суспільстві.

Концептуальні засади державної політики України в інформаційній сфері мають формуватися, виходячи з національних інтересів країни, збалансовуючи інтереси особистості, суспільства і держави.

Інтереси особистості в інформаційній сфері вимагають забезпечення конституційних прав людини і громадянина на доступ до інформації, на використання інформації при незабороненій законом діяльності в інтересах фізичного, духовного та інтелектуального розвитку особи, а також захисту інформації персонального характеру та захисту від інформації, що завдає шкоди особистості.

Інтереси суспільства в інформаційній сфері полягають у забезпеченні інтересів особистості у цій сфері, закріпленні демократії, створенні правової соціальної держави, досягненні та підтриманні суспільної злагоди, духовного оновлення. Інтереси держави в інформаційній сфері полягають у створенні умов для динамічного розвитку національної інформаційної інфраструктури, забезпечення конституційних прав людини і громадянина щодо отримання й використання інформації, для підтримання конституційного ладу, суверенітету, територіальної цілісності України, політичної, економічної, соціальної стабільності, гарантованого забезпечення законності й правопорядку, розвитку рівноправного та взаємовигідного міжнародного співробітництва, гарантії інформаційної безпеки.

Сучасні інформаційні технології дозволяють неконтрольовано встановлювати інформаційні

відносини та впливати на інформаційний простір. Інтернет суттєво змінив методи доступу до інформації та її поширення. Ця мережа порівняно з іншими засобами масової інформації передбачає значно більші можливості щодо реалізації права особи на вільне збирання, зберігання, використання і поширення інформації. Інтернет надає практично необмежений вільний доступ до накопиченої людством інформації незалежно від відстані й місця зберігання, значно наближує до першоджерел.

Проте роль ЗМІ, особливо телебачення та радіомовлення, в Україні сьогодні не зменшилася, оскільки для переважної частини населення країни Інтернет, на жаль, недоступний.

Проблема розбудови системи інформаційних відносин в Україні визнана на державному рівні. Право громадян на доступ до інформації закріплене Конституцією України, низкою міжнародних угод. Україна посідає одне з провідних місць у СНД за кількістю законів, що регулюють інформаційні відносини, діяльність мас-медіа і спрямовані на розширення гласності та інформованості суспільства.

Створена розгалужена інформаційна мережа, де суб'єктами інформаційних відносин є окремі громадяни, юридичні особи, держава. Прогресивні норми щодо свободи інформаційного обміну закріплені в Україні Законом "Про інформацію". Економічні взаємини між суб'єктами інформаційних відносин регулюються Законами України "Про власність", "Про рекламу", "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні", "Про інформаційні агентства", "Про телебачення і радіомовлення", "Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів" тощо.

Держава активно сприяє формуванню інформаційного права в Україні як сукупності норм різних галузей права, які регулюють відносини, пов'язані з інформацією, інформаційними технологіями та комунікаціями. Інформаційне право будується на принципах інформаційної відкритості, прозорості в діяльності державних установ та інших юридичних осіб, гарантованості інформаційної безпеки особистості, суспільства, держави. Інформаційне законодавство має регулювати суперечності між потребами суспільства, вільний обмін інформацією окремими обмеженнями на її поширення.

Інформаційне законодавство визначає процедури та умови, за яких повинен здійснюватися

доступ до інформації комерційних структур, персональної інформації та її поширення. На державному рівні повинно бути сприяння і фінансування заходів, спрямованих на соціально-психологічну адаптацію громадян до умов життя в інформаційному суспільстві, оволодіння новими інформаційними технологіями. Важливим завданням держави є гарантії інформаційної безпеки України, яка залежить від вирішення проблем формування і керування процесами суспільної свідомості, виробництва та репродукції інформаційних ресурсів і доступу до них, створення цивілізованого ринку інформаційних продуктів та послуг, реалізації прав громадян на інформацію.

Невирішення проблем інформаційної безпеки призводить до уповільнення процесів становлення в Україні інформаційного суспільства, створює реальну загрозу інформаційної експансії інших країн.

Державна політика гарантій інформаційної безпеки повинна бути відкритою і передбачати інформування суспільства про діяльність державних органів і суспільних інститутів у сфері інформаційної безпеки з урахуванням обмежень, встановлених чинним законодавством України. Вона має виходити з принципу безумовної правової рівності всіх суб'єктів інформаційних відносин незалежно від їхнього політичного, соціального та економічного статусу, ґрунтуватися на обов'язковому забезпеченні прав громадян, організацій на вільне створення, пошук, отримання, накопичення, зберігання, перетворення, поширення інформації у будь-який законний спосіб.

В Україні політика гарантування інформаційної безпеки будується на досить прогресивних засадах, а саме:

- обмеження доступу до інформаційного ресурсу є винятком із загального принципу відкритості інформації та реалізується тільки відповідно до чинного законодавства;
- відповідальність за збереження інформації, її засекречування і розсекречування персоналізується;
- доступ до будь-якого інформаційного ресурсу, так само як і обмеження доступу, реалізується з урахуванням визначених законом прав власності на цей ресурс;
- держава формує нормативно-правову базу, регламентуючи права, обов'язки і відповідальність усіх суб'єктів, діючих в інформаційному просторі;

– суб'єкти, які збирають, накопичують і обробляють персональні дані й конфіденційну інформацію, несуть відповідальність перед законом за її збереження і використання;

– держава забезпечує захист суспільства від хибної, викривленої і недостовірної інформації, що надходить через засоби масової інформації;

– держава реалізує контроль за створенням і використанням засобів захисту інформації шляхом їхньої обов'язкової сертифікації й ліцензування діяльності в галузі захисту інформації;

– держава підтримує діяльність вітчизняних виробників продуктів і технологій, засобів інформатизації та захисту інформації, вживає заходів щодо захисту внутрішнього ринку від проникнення неякісних засобів інформатизації, інформаційних продуктів і технологій;

– держава сприяє доступу громадян до світових інформаційних ресурсів, глобальних інформаційних мереж;

– держава формує і забезпечує виконання національної програми інформаційної безпеки, яка об'єднує зусилля всіх зацікавлених суб'єктів щодо створення єдиної системи інформаційної безпеки України;

– держава забезпечує цілісність інформаційного простору України;

– держава сприяє всебічному розвитку української мови як основного інструменту перетворення накопичених людством знань на інформаційний ресурс України.

Державна інформаційна політика сьогодні спрямована на забезпечення належних правових, економічних, внутрішньо- і зовнішньополітичних, організаційних та інших умов. Усі ці умови необхідні для:

- створення розвиненої та захищеної інформаційної інфраструктури України;
- розвитку міжнародного співробітництва в інформаційній сфері та утвердження України як країни з інформаційним суспільством;
- гарантування безпеки інформаційної діяльності, життєво важливих інтересів особи, суспільства та держави в інформаційній сфері.

Суттєвим для інформаційної політики будь-якої держави є дотримання балансу інтересів особистості, суспільства і держави. Державна повинна забезпечувати відкритість та інформованість суспільства про діяльність її органів і суспільних інститутів в інформаційній сфері.

Державна політика у сфері суспільних відносин повинна спрямовуватися на забезпечення

права на достовірну, повну та своєчасну інформацію, свободу слова та інформаційної діяльності в національному інформаційному просторі України.

Для становлення демократичного суспільства важливим є недопущення втручання у зміст та внутрішню організацію інформаційних процесів, крім випадків, визначених законом відповідно до Конституції України.

Зберігаючи національно-культурні та духовні цінності України, необхідно забезпечити створення вітчизняного (національного) інформаційного продукту, який би гідно репрезентував нашу країну у світовому інформаційному просторі. Необхідна всебічна державна підтримка національних засобів масової інформації, забезпечення соціально-правового захисту професійних творчих працівників, які займаються інформаційною діяльністю.

У виробничій сфері державна політика повинна сприяти розробці та впровадженню новітніх інформаційних технологій, конкуренції, унеможливленню монополізації ринків у сфері інформаційної діяльності, створенню сприятливих умов та економічної підтримки розвитку об'єктів національного інформаційного простору України, захисту прав суб'єктів права всіх форм власності на ці об'єкти. Доцільно визначити серед об'єктів національного інформаційного простору України об'єкти стратегічного значення і закріпити їх законодавчо [7, 23].

Діяльність держави в організаційній сфері інформаційної політики – це, передусім, створення, умов для своєчасного, якісного та ефективного інформаційного забезпечення громадян, органів державної влади, органів місцевого самоврядування, об'єднань громадян; по-друге, адміністративний, технічний, судовий, міжнародно-правовий захист вітчизняного (національного) інформаційного продукту України, загалом її інформаційних ресурсів.

У сфері інформаційної безпеки державна інформаційна політика має бути спрямована на:

- захист населення України від інформаційної продукції, яка загрожує його фізичному, інтелектуальному, морально-психологічному здоров'ю (пропаганда жорстокості, насильства, порнографії, вплив на свідомість тощо);

- всебічне сприяння інформаційному забезпеченню правоохоронних відомств для виконання ними своїх функцій;

- охорону державної таємниці та іншої інфор-

мації з обмеженим доступом, а також здійснення державного контролю за режимом доступу до цієї інформації.

Забезпечення ефективної присутності України у світовому інформаційному просторі потребує таких дій з боку держави у міжнародній сфері: фінансова і правова підтримка створення і поширення українськомовної інформаційної продукції, розповсюдження у світі вітчизняної культурно-мистецької та друкованої продукції; дотримання принципів Європейської конвенції прав людини, міжнародних документів у галузі міждержавного інформаційного співробітництва.

Глобальна інформатизація спричинили принципові зміни в галузі науки, культури та освіти. В Україні потребують державної підтримки вітчизняні фундаментальні та прикладні дослідження, розробки у сфері інформатизації, телекомунікацій і зв'язку, необхідні активні загальнодержавні зусилля, спрямовані на освіту, підтримку та заохочення творчих кадрів в інформаційній сфері.

Дієвість інформаційної політики може бути набагато кращою, якщо держава обере стратегію активного учасника інформаційного ринку. Така політика вимагає налагодження виробництва та захисту власного інформаційного продукту, створення умов для просування його на ринку, розвиток методів підготовки споживачів до сприйняття інформації.

Розвитку інформаційної сфери, зокрема вітчизняних інформаційних технологій, сприятиме чітке визнання її на державному рівні як стратегічної сфери та комплексне ресурсне (фінансове, організаційне, матеріальне, технічне, кадрове тощо) забезпечення.

Чіткішому регулюванню та розвитку інформаційних відносин сприятиме прийняття Інформаційного кодексу України.

Підвищення ефективності державного управління діяльністю державних засобів масової інформації вимагає створення системи інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади, прийняття і реалізації державних програм розробки систем національних інформаційних ресурсів, загальнодоступних архівів інформаційних ресурсів.

Важливою сьогодні є розробка збалансованих вітчизняних стандартів у галузі інформатизації і гарантій інформаційної безпеки автоматизованих систем управління, інформаційних і телекомунікативних систем загального і спе-

ціального призначення; прийняття і реалізація державних програм підвищення рівня правової культури і комп'ютерної грамотності; створення системи освіти і працевлаштування фахівців для забезпечення потреб інформаційної сфери.

Розвиток інформаційної сфери має особливе значення для становлення в Україні демократичного інформаційного суспільства.

Демократична держава повинна дотримуватися динамічного балансу між правом на свободу думки і слова, на вільне виявлення своїх поглядів і переконань, на вільне збирання, зберігання, використання, поширення інформації та необхідністю дотримуватися вимог національної безпеки. Такий баланс дозволить захистити інтереси держави, підтримувати моральну і духовну стабільність у суспільстві, сприяти реалізації права громадян на отримання всебічної та якісної інформації.

Концептуальними є пропозиції щодо широкого залучення саме вітчизняних науковців та виробників до вирішення проблем інформаційної сфери. Вітчизняні фахівці мають гарантувати високу якість інформаційних послуг, безпеку інформаційних технологій, безпеку роботи у світовому інформаційному просторі. Для цього треба створити сучасну систему сертифікації і стандартизації, систему національних інформаційних ресурсів, динамічну інформаційну інфраструктуру.

1. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. – М., 2000. – С. 395;

Моль А. *Социодинамика культуры* / Пер. с фр. – М., 1973. – С. 39.; Бжезинский З. *Большая шахматная доска*. – М., 1998. – С. 35–39.; Thompson D. *The Democratic Citizen: Social Science and Democratic Theory in the Twentieth century*. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1970. – 273 p.; Williams F. *Research Methods and New Media*. – New York: Doubleday, 1998. – 431 p.

2. Москаленко А. *Теорія журналістики*. – К., 1998. – С. 24–26; Гриценко О., Шкляр В. *Основи теорії міжнародної журналістики*. – К., 2002. – С. 125.; Здорова В. *Теорія і методика журналістської творчості*. – Л., 2000. – С. 38–52; Михайлин І. *Основи журналістики*. – Харків, 2000. – С. 37; Кривошея Г. *Журналістика*. – К., 2003. – С. 12–14.

3. Шкляр В. І., Мелещенко О. К., Мукомела О. Г., Паримський І. С. *Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра: Історико-теоретичний нарис*. – К., 1996. – С. 165–168.

4. Бжезинський З. *Большая шахматная доска*. – М., 1998. – С. 39–44.

5. Грамши А. *Общие вопросы философии и эстетики / Тюремные тетради // Искусство и политика: В 2 т. / Пер. с итал.* – М., 1991. – Т. 1. – С. 180.

6. Зильберт Б. *Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газет*. – Саратов, 1986. – С. 25–28.

7. Парахонський Б., Загороднюк В. *Гуманітаризація науки – стратегія інтелектуального розвитку України*. – К., 1996. – С. 23.

Шпальта редактора

У статті досліджуються жанри іранських друкованих ЗМІ в контексті світової преси. Розвідку присвячено, зокрема, створенню матеріалів до "Шпальти редактора".

In the article it is said about a kinds of Iran's printed mass-media in the kontekst of the world press. The investigation is declared for the materials for the "Editors colourning".

Друковані ЗМІ призначаються для аналізу та коментування подій, що відбуваються в суспільстві. Вони акумулюють думку соціуму і є основним елементом преси. Саме преса спричинює створення вільного простору в європейських суспільствах. Вона опирається на історичне підґрунтя, створене мисленневою та політичною пресою Заходу, що утвердилася тут у другій половині XVIII століття на противагу офіційній деспотичній пресі. Саме ця, прогресивна преса започаткувала створення суспільного простору в країнах Європи, преса, яка жила в той період на вістрі логіки та критики. Навіть головні правила нової демократії, такі, наприклад, як загальні вибори та вибори уряду, вважаються наслідком діяльності преси та відображенням думок, що висвітлювалися на її сторінках.

Джерела професійної преси – це початок друкування сучасної редакторської шпальти.

З появою радіо й телебачення, поширення новин цими засобами могло, здавалося б, призвести до занепаду преси, до її забуття. Порівняно з сучасними засобами масової інформації преса може здатися схожою на важкохворого пацієнта, якого може врятувати лише диво. А проте вона живе і діє. Бо преса, крім передання інформації (як це роблять радіо і ТБ), має ще й інші важливі завдання. У тому числі й друкування статей, фотознімків та карикатур, що самі по собі стали засобом передавання інформації. Звичайно, радіо й ТБ значно оперативніше могли виконати свою функцію – передачу новин. Тому пресові журналісти, крім інформування, додали до своїх матеріалів коментар причин описуваної події. Так думка, як коментар до новин, проторувала собі шлях до кореспонденції. Стаття в газеті неодноразово змінювалася. Статті різнилися

за тематикою залежно від сюжету. Тематично різні статті, скажімо, політичні, економічні, культурні, соціальні чи художні можуть мати однаково критичний характер. За технікою створення ці статті поділяються на три групи:

1. Прості інформаційні матеріали.
2. Фантастичні, оповідні та описові статті.
3. Дослідницькі, статистичні, наукові та документальні статті.

Слід зауважити, що прості інформаційні матеріали можна згрупувати у п'ять розділів:

1. Шпальта редактора.
2. Замітка.
3. Коментар і думка.
4. Аналіз і роз'яснення.
5. Друкована критика.

Редакторська шпальта – це проста інформаційна стаття, що є найважливішим матеріалом газети, який читають у першу чергу. Сьогодні мало видань обходиться без редакційної статті, майже кожні газета чи журнал починаються зі шпальти редактора, що немов дзеркало відображає провідну думку видання.

Природно, що до написання редакторської статті долучаються ті кореспонденти, які вміють відображати концептуальні погляди та думки керівництва. Для шпальти редактора добирають досвідчених, бувалих, освічених та всебічно розвинених журналістів. Вони повинні володіти багатими знаннями в галузі літератури, економіки, історії, розумітися на справах державних, у психології, у національному питанні тощо. Такі знання – це підґрунтя для роботи авторів у розвитку громадської думки. Будь-яка стаття, написана головним редактором чи досвідченим кореспондентом у якомусь виданні чи створена та озвучена на радіо або телеба-

ченні, називається шпальтою редактора. Мета цієї статті – проаналізувати певну тему чи висловити думку редакції про якусь подію.

Зміст редакторської шпальти не обов'язково має бути політичним. Тут часом просто коментують суспільну тему чи критикують якогось політичного, економічного чи культурного діяча, або навпаки, схвалюють діяльність тієї чи іншої людини.

Стаття, що висвітлює позицію редакції стосовно певної події, не завжди подається у рубриці "шпальта редактора". Іноді – це "Слово дня", "Передне слово" тощо. Однак, з огляду на зміст, читач розуміє, це – редакторська стаття. Слід зауважити: наявність редакторської шпальти у газеті чи у будь-якому іншому ЗМІ зумовлює неодмінну юридичну відповідальність. Тому часто така стаття подається без підпису. Але коли ім'я автора надає статті особливої ваги та привертає увагу читача, видання обов'язково використовує таку нагоду. Досвідчені та відомі журналісти завжди мають цікаву авторську думку. Завдяки їхнім аналітичним статтям, видання підвищують свою тиражність. Автор, який пише цікаво й захопливо, завжди привертає увагу читача й справляє на нього особливе враження.

Як треба писати до "шпальти редактора"?

Найперша умова – писати з повагою до читача та ставитися до процесу написання статті творчо. Водночас авторові належить враховувати запити читачів та їхні вимоги. А ще – розуміти для кого пишеться ця стаття (бачити свого читача).

Авторська робота в пресі передбачає художню обдарованість, зацікавлення, талант. Автор, чий статті читають з цікавістю, порушують, як правило, улюблені теми читачів; вони вірять у те, про що пишуть. І ця віра забезпечує успіх написаному, оскільки до читача надходить якісний, правдивий матеріал.

Шпальта редактора неодмінно містить повідомлення, і читач повинен відчувати свою близькість до думки автора, навіть якщо їхні погляди не в усьому збігаються. Редакційна стаття мусить зацікавити читача й спонукати його до прочитання.

Створення шпальти редактора передбачає три етапи:

1. Підготовка до написання (Prewriting).
2. Створення (написання) статті (Writing).
3. Коригування – редагування (editing).

На першому етапі автор добирає сюжет для своєї статті. Саме сюжетна концепція сприяє то-

му, щоб читач прочитав статтю від початку до кінця. Професійні журналісти можуть у будь-якій, навіть незначній події, знайти цікаву тему та опрацювати її так, щоб завдяки їхнім здібностям вийшла цікава та змістовна стаття.

На другому етапі найважливіше знайти назву. Вона повинна лаконічно й містко відображати зміст статті. Титри мають збуджувати зацікавленість читача. Для цього існують літературні та авторські методи, про які слід пам'ятати. Головна риса влучного опису полягає в тому, чи привертає він увагу читача. Отже, той, хто добирає титри, робить усе, щоб читач, побачивши надруковане, зупинив на ньому свою увагу.

Добираючи вдалий титр, потрібно пам'ятати:

1. Чим коротший титр, тим він влучніший.
2. Титр пишуть найвиразнішими словами.
3. Зміст титру повинен бути ясным і точним.
4. Титр повинен використовувати дієслово.

надто якщо його вжито правильно, у потрібній формі.

5. У титрі немає місця скороченим словам.

Далі йде передмова, яка має особливу вагу. Досвідчені автори вважають передмову надзвичайно потрібною і називають її вітриною статті, надто у шпальті редактора. Початок статті може привернути увагу читача й дати йому свіжу інформацію. Ця свіжість додає матеріалу привабливості.

Створення передмови можна здійснювати одним із п'яти прийомів:

1. Використати журналістський досвід – писати просто, прямо та інформативно.
2. Переказати чи процитувати авторитетну думку.
3. Застосувати літературно-фольклорні жанри (прислів'я, приказки, оповіді тощо).
4. За допомогою цитування поезії.
5. Методом описування.

Використовуючи перший спосіб, автор пояснює тему чи подію, що про неї має намір висловити свою думку в процесі раціонального та логічного аналізу.

Наприклад, Марокко, чие сусідство хвилює Алжир, – країна, що потерпає через тероризм, східних кордонів. Для алжирських пасажирів Марокко вводить візу. Як реванш, алжирський уряд негайно заборонив марокканським громадянам перетинати алжирські кордони.

Другий спосіб передбачає переказування та цитування авторитетної думки, наприклад, наукового, релігійного, політичного діяча чи публічно

відомої особи. Цитувати можна й невідому людину, якщо думка цікава, оригінальна та пов'язана з темою. Такий вислів підкріплює позицію автора, надає його матеріалові особливої привабливості.

Приклад: Луїс Мамфорд, славетний дослідник та історик, вважає, що Рим занепаав не через політичну недолугість керманичів, не через економічні проблеми і не через напади вандалів. Занепад Риму стався через знищення правдивого змісту життя, зникнення довіри між людьми. Мемфорд казав: "Рим занепаав через внутрішнє варварство". Чи така вже велика відстань між стародавнім Римом та сучасною Америкою в історичному сенсі? Чи не будуть ці слова справедливими щодо сучасної країни, іменованої США?

Третій спосіб передбачає використання приказок, прислів'їв, жанру оповіді тощо. Цей спосіб допомагає авторові налагодити ліпший контакт із читачем.

Приклад: кажуть, що острах – побратим смерті. Але не кажуть, хто його батько. А батько остраху – незнання. Допоки людина володіє знанням чи то про іншу людину, чи то про якусь тему, – вона не боїться їх.

Четвертий спосіб – цитування поезії. Наведення якогось фрагмента вірша сучасного поета чи поета минулих часів на початку редакторської шпальти може заінтригувати читача, спонукаючи його до прочитання статті. Чарівність літературної мови, краса мови поетичної дає авторові можливість у найкоротший, найстисліший строк передати читачеві суть.

Приклад:

"Чимало кроків

Не зі страху

Перед пострілом ворожим,

А через докір друзів

Відстали по дорозі..."

Цитування поезій, приказок тощо не лише на початку статті для шпальти редактора, а й посередині тексту теж може прикрасити матеріал, підсилити його вплив на читача. Автори, котрі

посилаються у своїх статтях на поетичні твори, цитують їх, пишуть значно цікавіше. Хоча зауважимо: все це має бути доречним.

П'ятий – описовий спосіб, допомагає достеменно, в деталях відтворити ту чи іншу подію так, що читач почуватиметься в центрі того, що відбувається.

Приклад: "...Урок нещасний не через курдів на півночі та на сході й не через межування країни з Туреччиною та Іраном. нещастя Іраку – в Багдаді, в самому іракському уряді".

Після передмови настає черга тексту статті. Перед тим як писати її, автор укладе перелік інформації, що збирається використати. Далі обмірковує деталі, з різних джерел доповнить своє знання суті проблеми, розробить логічну послідовність. Джерелами можуть слугувати книги, документи чи, навіть, чутки та відомості, повідані різними людьми. Що міцніша логіка, то легше робити висновки. Найголовніше бути правдивим, послідовним і цікавим, щоб не відпустити читача до останньої друкованої літери.

Так, можна описувати історію події одразу після висновків, а можна спершу викласти суть статті, а вже потім пояснити логіку та причину.

Останній етап – коригування. Тут автор розглядає написане в цілому, робить потрібні зміни, редагує невдалі вислови чи мовні огріхи. Краще на цьому етапі, щоб кілька досвідчених журналістів у редакції прочитали статтю та висловили авторові свою думку стосовно створеного матеріалу.

1. Юнес Шокхра. *Новість*. – Іран: Центр дослідження ЗМІ, 2002. – С. 57, 58, 69.

2. Хосейн Ганді. *Публіцистика в пресі*. – Тегеран: Університет Алламе Табатабаї. 2001. – С. 3, 56, 58, 59.

3. Казем Рахбар. *Писати книгу*. – Тегеран, 2001. – Т. 1. – С. 21.

4. Казем Рахбар. *Писати книгу*. – Тегеран, 2001. – Т. 2. – С. 29.

Ренесанс радіомистецтва й сучасна журналістська освіта

Статтю присвячено проблемам національного радіомистецтва. Зокрема, досліджено його вплив на журналістську освіту.

This article is devoted by problem of the Ukrainian broadcasting art; in particular, made research by the Ukrainian radio drama influence on the national education.

Огляд літератури за темою дослідження. У статті використані відомості з публікацій провідних дослідників радіомистецтва: Е. Барноу (США; критично переосмислено його точку зору на некомерційну авізуальну драматургію), А. Майор (Угорщина; переосмислено результати її досліджень художньо-документальних жанрів щодо українських реалій), Т. Марченко, М. Мікрюкова, І. Чернової та інших російських науковців (переосмислено і зіставлено наведені цими вченими відомості щодо історії радіодраматургії). Автор посилається також на власний творчий і теоретичний доробок (частина якого написана у співавторстві з кіносценаристом В. І. Фоменком) та матеріали міжнародного телерадіоконкурсу "Приз Європа – 2003").

Навіть фахівці не завжди уявляють сьогодні, чим завдячує сучасна теорія масової комунікації художньому радіомовленню. Варто згадати, що навіть поняття масового мистецтва у сучасному розумінні терміна було розроблено і обґрунтовано філософом В. Беньяміном у процесі узагальнення досвіду німецької радіодраматургії першої третини минулого століття [32]. Думка німецького дослідника Г. Швіцке про те, що радіоп'єса як жанр опинилася у кульмінаційній точці сучасної культури [16], знайшла нові підтвердження у комп'ютерну добу. Адже саме з радійним проектом – серіалом комічних вистав "Родина Ауер" (друга програма австрійського радіомовлення) – пов'язана одна з перших вдалих спроб використання митцями так званих

"гібридних" технологій [29, 30]. Щодо іншого актуального надбання електронних ЗМК – інтерактивності, то її вважають сучасним винаходом, мало не ровесницею "Інтернету", помилково. Насправді перші інтерактивні програми з'явилися на радіо приблизно сімдесят років тому. І програми ці були мистецькими: концептуально ж інтерактивну співтворчість автора і радіослухача обґрунтував ще Б. Брехт [1, 5, 11, 12].

Нема потреби доводити, що творчий і технологічний арсенал, який народжується на "експериментальних майданчиках" радіомистецтва, потім активно використовується як журналістами, так і представниками інших професій, пов'язаних з масовою інформацією (рекламниками, фахівцями з PR, шоу-бізнесу, політехнологами тощо).

Зараз в Україні відбувається своєрідний Ренесанс радіомистецтва. Оригінальна драматична аудіопродукція звучить у національному ефірі та на хвилях іноземних радіостанцій, презентується на міжнародних фестивалях. Приємно, що у процесі цього відродження взяли активну участь фахівці Інституту журналістики. Водночас хибно усвідомлена суспільна потреба в осмисленні дійсності засобами аудіовізуального та авізуального мистецтва іноді спричиняє етичні порушення, провокує працівників ЗМК на досить небезпечні творчі експерименти (найпоширеніший з них – імітація реальних подій, яка вводить в оману

аудиторію). З цього випливають три групи прикладних завдань сучасної журналістської освіти:

1. Готувати фахівців, які розумілися б на сучасній ефірній драматургії та режисурі художніх програм. Попит на подібні кадри буде зростати. Нема сумніву також, що знання і навички, набуті у згаданій галузі, будуть з успіхом використані навіть для створення передач, які, власне, не є мистецькими.

Подібна теза вимагає обґрунтування. Насамперед – обґрунтування практичного: адже, брати на себе відповідальність за результати подібної підготовки можуть тільки фахівці, які мають відповідний творчий досвід. Для автора цієї статті не є таємницею стан речей у деяких провінційних навчальних закладах. Університети та інститути, які раніше готували виключно вчителів, тепер вводять до власних навчальних програм курси з теорії масової комунікації та журналістської освіти. Досить часто викладають ці дисципліни люди, які ніколи в житті не бачили "зсередины" телевізійної або радіостудії, і чие розуміння специфіки газетної роботи дорівнює розумінню пересічного читача. Інакше кажучи, "правил виживання в горах" вчать люди, які мають про скелі та лавини виключно теоретичне уявлення. небезпека подібної педагогіки полягає у тому, що теорія журналістики ніколи не була суто академічною дисципліною. Концепції журналізму завжди народжувалися як узагальнення певного практичного досвіду. А практичний досвід не буває всеосяжним. Часом він призводить до невиправданої екстраполяції теоретичних положень, справедливих щодо практики окремих редакцій, на стан речей як такий. Перенесення конкретних надбань певної країни – на ґрунт інших країн, де розвиток ЗМК відбувався відповідно до інших соціокультурних і національних традицій.

Концепція так званої "радіоп'єси чистого слова" [16: 32], що народилася у Кельні та Гамбурзі як узагальнення багаторічної практики мовлення Південнонімецького радіо, є інтелектуально досконалою і внутрішньо несуперечливою. Водночас, вона жодною мірою не відповідає реаліям ефірної драматургії США, канонам так званої "соціальної радіодрами" [21–23]. Інакше кажучи, викладач, озброєний теоретичними положеннями німця Г. Швіцке, поставив би "незадовільно" будь-кому з драматургів плеяди "золотого століття" Сі-Бі-Ес.

Ганебна "телефонна теорія" [16], яка "де-факто" визначала розвиток українського радіотеатру радянських часів (і була не чим іншим, як спробою обґрунтувати знищення національного оригінального радіомистецтва тридцятих років та штучного відторгнення від вітчизняної культури радіодраматургії діаспори), до сьогодні має певне коло прихильників. Зруйнувати їхні теоретичні положення може тільки практика. Не спираючись на реальний досвід, спростувати цю концепцію неможливо.

Блискучий теоретик радіомовлення Е. Барноу (США), попри притаманну йому наукову добросовісність і гідну видатного вченого нека테고-ричність, припустився свого часу однієї неточності. Він писав, що так звані "серйозні" (некомерційні) радіоп'єси мають включати, як композиційну складову, епічний елемент. Певну суму відомостей, яку має озвучити особливий персонаж – оповідач або коментатор. Цей висновок цілком відповідав досвіду радіомистецтва США. Але твори таких драматургів, як Річард Х'юз, Стівен Данстон (Велика Британія), Фрідріх Дюрренматт (Швейцарія), Гунтер Айх (Німеччина) та ін. спростовують цю тезу [4: 8–10; 13; 31]. Разом з тим – вона канонізована у профільному підручнику [3], і викладач – "чистий" теоретик – користуючись цим джерелом, ризикує ввести студентів у оману.

Отже, принциповим положенням у сучасній журналістській освіті стає питання компетентності викладача. На щастя, Інститут журналістики має національний пріоритет у галузі відродження українського радіомистецтва. Саме на кафедрі телебачення та радіомовлення була підготовлена до захисту дисертація, у якій не тільки досліджувалися минуле і сучасність української авізуальної драматургії та псевдоевристичних форм радіомистецтва, а й окреслювалися можливі шляхи розвитку національної радіоп'єси [30]. Основні положення цієї наукової роботи викладено у навчальному посібнику [29]. Ідеї, висловлені у згаданих джерелах, пройшли "перевірку ефіром". Автор їх (у співавторстві з кіносценаристом В. Фоменком) готує зараз два пріоритетні художні проекти Національної радіокомпанії – драматичний радіоцикл "Зв'язок часів" ("Пам'ятаймо") та серіал фантастичних радіоп'єс. Обидва серіали транслюються першою програмою Українського радіо. Одна з новел проекту радіофантастики стала номінантом конкурсу "Приз Європа"

(Берлін, 2003) і таким чином визнана одною з кращих радіодром минулого року.

2. Готувати фахівців, здатних до експериментального пошуку і теоретичного обґрунтування нових інформаційних технологій. Від їхньої діяльності залежатиме – бути Україні споживачем чужої креативної продукції або виробником і розповсюджувачем власної.

Кроком до цієї мети став своєрідний неформальний конкурс, що проводиться серед студентів Інституту журналістики. Він є складником навчального процесу – і, одночасно, не вимагає від кожного досконалості у такій специфічній галузі, як радіомистецтво. (Адже, зрозуміло, бути драматургом судилося не кожному.) Проводиться він у трьох номінаціях: радіоавтор, радіоактор, радіоведучий. Принципово важливим для розуміння специфіки цієї роботи є те, що викладачі беруть участь у ній не просто як наставники, а як колеги студентів. (Професор, що викладає техніку мікрофонного мовлення, може взяти участь у студентській радіопрограмі як актор. Але тоді він змушений підкорятися наказам з апаратної, які подає студент-режисер. Декан акторського факультету Київського державного університету театру, кіно і телебачення імені Карпенка-Карого може записати за допомогою студентів драматичну програму і навіть зіграти в ній роль. Але йому доведеться врахувати думку редактора-студента щодо "радійності" створеної ефірної продукції. Важко переоцінити результати подібної співпраці. (До речі, вони перевірені вимогами професійного радіомовлення: вже сім художніх програм, підготовлених за участю студентів, вийшли в ефір на першому та другому національному радіоканалах. Щодо теоретичної складової, то магістром кафедри телебачення і радіомовлення А. Захарченком проведено інтернет-пошук і доведено актуальність питання методологічного взаємозбагачення радіомистецтва, радіожурналістики та сучасних гібридних інформаційних технологій. А. Захарченком також підготовлено власний радіосценарій художньої програми, який цілком відповідає сучасним професійним вимогам).

Користуючись нагодою, автор цієї статті вважав би доречним викласти деякі власні, не оприлюднені раніше думки щодо радіомистецтва. Неможливо створити теоретичну модель, що повністю відповідала б реаліям такого явища, як радіоп'єса. Якими б досконалими не були уявлення Арістотеля про драматургію, і скільки б видатних теоретиків не торували шлях дослідження

цієї проблеми після нього – але сучасні дослідники визнають, що і в теорії сучасного сценічного мистецтва вистачає поки що "білих плям". Якщо говорити про п'єсу радійну, то це юний жанр, який народився у 1924 році і, на відміну від п'єси телевізійної, одразу вийшов за межі Арістотелевої парадигми, і віддавши перевагу внутрішній дії стосовно зовнішньої, дослідженню "руху в людині" щодо демонстрації "людини в русі" [32].

Але разом з тим можна вважати доведеним, що творчий, методологічний і технологічний арсенал радіомистецтва, пройшовши випробовування у "лабораторії" радіотеатру, потім стає надбанням журналістики і значно збагачує її можливості. Як приклад, можна навести програми, що належать до так званих "жанрів-кентаврів", передачі, принциповою рисою яких є поєднання прийомів документального і художнього мовлення [15; 16]. Отже, спроба визначити певні загальні засади драматичного радіомистецтва, безумовно, буде корисною для загального розвитку журналістської освіти.

На нашу думку, сучасна радіоп'єса об'єктивно існує в колі трьох творчих принципів, які можна назвати так: "принцип Дірака", "принцип Соланжа", "принцип японського тривірша".

Видатний фізик Дірак висловив цікаву думку: "красива формула не може вміщувати помилку". Іншими словами, естетична досконалість концепції є певною мірою критерієм її істинності. Розвиток радіомистецтва доводить: мінімалізм виразних засобів радіоп'єси та особливості акустичного сприйняття авізуальної радіодраматургії ніби "оголюють" суть радіотвору. Інакше кажучи, радіоп'єса – це абстрактна лабораторна модель буття. При тому вона, ніби "голий король" Андерсена, на відміну від кінематографа, театру, художньої літератури, радіодрама не може приховати художню недостовірність шатами вдалої сценографії, гарної зовнішності акторів, белетристичними візерунками. Отже, інтерпретуючи слова Дірака щодо радіомистецтва, можна сказати: талановитий драматичний радіосценарій не може не бути суб'єктивно чесним. Будь-яка спроба написати для радіо не те, що думаєш, приречена на творчу поразку. Переоцінити методологічне значення, приховане у цьому постулаті, для журналістської освіти навряд чи можливо.

Сучасний французький художник-авангардист Соланж обґрунтував таку точку зору: чим обмеженіший арсенал виразних засобів митця, тим потужнішим може бути враження, яке справ-

ляс твір. Радіоп'сса, як вже було зазначено, мінімалістична за своїми виразними засобами. В арсеналі її автора – тільки слово, шуми, музика. Водночас, сила враження від досконалої радіовистави дорівнює впливу на аудиторію кінострічки з колосальним бюджетом чи навіть перевищує його.

Досягти мінімальними засобами максимально виразного ефекту – здібність, корисна не тільки для радіодраматурга, а й для журналіста. Але саме діяльність у галузі радіодраматургії дозволяє вдосконалити подібні творчі навички.

Одним із принципів "японського тривірша" є здатність висловити суть, залишивши, разом з тим, у межах композиції твору певний "порожній простір" для творчої уяви читача. Вміння писати саме таким чином є неодмінною ознакою майстерності радіодраматурга. Позитивний вплив передач, побудованих таким чином, на суспільство, відзначав ще Е. Фромм. Він стверджував, що подібні радіопередачі, на відміну від комерційних радіопрограм, сприяють формуванню навичок зосередженої уваги – без чого неможлива складна продуктивна діяльність [27]. Отже, вивчення курсу радіодраматургії та оволодіння творчою практикою радіомистецтва студентами Інституту журналістики не тільки стане їм у пригоді, а й сприятиме гуманізації національного інформаційного простору. Цьому ж сприятиме і третя група прикладних завдань сучасної журналістської освіти, окреслена у цій статті.

3. Готувати фахівців, для яких етичний бік роботи домінував би щодо творчого, виробничого та комерційного. (Інакше – будь-які креативні досягнення можуть призвести до прикрих розчарувань.)

Варто зазначити: саме стан оригінального драматичного мистецтва є "лакмусовим папірцем" негараздів у галузі телевізійного та радіомовлення. Там, де з етикою все гаразд – факт завжди існує окремо від припущення, документальний запис – від акторського відтворення, інсценізація – від реального знімання. Статuti найбільших іноземних телерадіокорпорацій категорично забороняють показувати імітаційні знімання замість реальних, репортаж, знятий на фотофоні, транслювати як репортаж з місця події і т. п. [7]. Порушення цих правил стає для професіонала крахом репутації та кар'єри. І це – справедливо. Адже, найтрагічніші сторінки світового радіомовлення, так звані "радіо-

папіки", пов'язані якраз з тим, що художні постановки з розважальною, комерційною або політичною метою видавалися за передачі, присвячені реальним подіям [6; 14; 16–24].

Зараз в Україні відсутній моральний імунітет щодо подібних прийомів. Згадані етичні норми порушуються у програмах так званого "реального телебачення" (які часто є не чим іншим, як розіграними, за заздалегідь написаними сценаріями, виставами, що видаються за результати справжнього журналістського дослідження), рекламі й навіть передачах, що претендують на жанр журналістського розслідування [25; 26; 28].

Вивчення курсу радіомистецтва (який включає необхідну кількість відомостей з історії предмета) сприятиме формуванню у студентів коректних професійних уявлень щодо "заборонених прийомів" гри на інформаційному полі. І, одночасно, – навчить, як досягти успіху, не користуючись брудними інформаційними технологіями.

Отже, можна вважати доведеною і практично обґрунтованою корисність вивчення теорії і оволодіння практикою радіодраматургії для сучасного журналіста. Творчі принципи (умовно названі автором статті як "принцип Дірака", "принцип Соланжа" та "принцип японського тривірша"), що об'єктивно є знаряддями праці радіодраматурга, можуть виявитися надзвичайно корисними для журналіста. Водночас використання потужного арсеналу засобів впливу на аудиторію, яким володіє радіомистецтво, вимагає і від митця, і від журналіста бездоганного дотримання етичних вимог.

Формування коректного розуміння предмета діяльності, навичок творчого пошуку та бездоганних етичних уявлень – ось на чому має ґрунтуватися підготовка майбутнього журналіста.

Від того, наскільки журналістська освіта впорається з цими завданнями, значною мірою залежить стан українського інформаційного простору.

1. Архипов Ю. Гюнтер Айх, или Поэзия микрофона // *Радиоскусство: Теория и практика*. – М.: Искусство, 1981. – С. 74–91.

2. Бараневич Ю. *Жанры радиовещания. (Проблемы становления, формирования, развития)*. – Киев; Одесса: Вища школа, 1978. – 196 с.

3. Барноу Э. *Как писать для радио: Пер. с англ.* – М.: НМО ГКРТ, 1960. – 38 с.

4. Бахман И. *Добрый бог Манхестена: Ра-*

- диопьеса // Модель: Сборник зарубежных радиопьес. – М.: Искусство, 1978. – С. 153–191.
5. Брехт Б. Об экспериментальном театре // Называть вещи своими именами. – М.: Прогресс, 1986. – С. 331.
6. Ганзелка И., Зикмунд И. К охотникам за черепами. – М.: Молодая гвардия, 1960. – 288 с.
7. Голядкин Н. А. ТВ информация в США. – М.: Институт повышения квалификации ФСТР, 1995. – 393 с.
8. Данстон С. Кто эта Сильвия? Радиопьеса // Темная башня: Радиопьесы Великобритании и Ирландии. – М.: Искусство, 1990. – С. 182–217.
9. Дюрренматт Ф. Авария: Радиопьеса // Модель: Сборник зарубежных радиопьес. – М.: Искусство, 1978. – С. 49–76.
10. Дюрренматт Ф. Ночной разговор с палачом. Радиопьеса // Ночной разговор с палачом. Радиопьесы Австрии, ФРГ, Швейцарии. – М.: Искусство, 1991. – С. 16–28.
11. Зверев В. Звук и смысл // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1983. – Вып. 2. – С. 75–93.
12. Зверев В. П. У истоков радиодраматургии // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1981. – С. 49–74.
13. Кашниц М. Л. Свадебный гость: Радиопьеса // Модель: Сборник зарубежных радиопьес. – М.: Искусство, 1978. – С. 192–214.
14. Кудрявцев В. А. Радиодрама. Практика и перспективы // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1981. – С. 120–133.
15. Майор А. Жанр "Кентавр" // Советское радио и телевидение. – 1968. – № 4. – С. 39–42.
16. Марченко Т. А. Радиотеатр: страницы истории и некоторые проблемы. – М.: Искусство, 1970. – 221 с.
17. Микрюков М. В поисках эстетики радиодрамы // Проблемы телевидения и радио. – М., 1972. – С. 2–92.
18. Микрюков М. П. "Осиновый кол" и судьба радиотеатра // Советское радио и телевидение. 1965. – № 1. – С. 23–25.
19. Микрюков М. П. Радиодрама в системе искусств // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1983. – Вып. 2. – С. 3–34.
20. Микрюков М. П. Эстетические проблемы радиоискусства // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1981. – С. 5–49.
21. Попов И. Радиодрама в США // Падение города: Сб. амер. радиопьес. – М.: Искусство, 1974. – С. 5–20.
22. Попов И. Радиотрибуна Арчибальда Маклиша // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1981. – С. 91–120.
23. Попов И. А. Уроки Шекспира (комментарий) // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, 1981. – С. 183–187.
24. Уэллс О. Война миров: Радиопостановка // Уэллс об Уэллсе: Пер. с англ. – М.: Радуга, 1990. – С. 268–283.
25. Фоменко В., Хоменко И. А лохотрон все вертится... // Зеркало недели. – 2000. – 20–28 июля. – С. 10.
26. Фоменко В., Хоменко И. А потом за вас возьмутся шаманы... // Зеркало недели. – 1998. – 21–27 ноября. – С. 10.
27. Фромм Э. Во имя жизни. Радиобеседа // Философия и жизнь. – М.: Знание, 1992. – № 1. – С. 8–27.
28. Хоменко І. А. Контрпродуктивний вплив ефірної драматургії на особистість: від радіопанік до "reality show" // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 7 – С. 122–126.
29. Хоменко І. А. Оригінальна радіодрама: Навч. посібник: – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2002. – 320 с.
30. Хоменко І. А. Оригінальна радіодрама: історія, теорія, практика: Дис. к. філол. н. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2002. – 249 с.
31. Хьюз Р. Опасность: Радиопьеса // Радиоискусство: Теория и практика. – М.: Искусство, – 1981. – С. 187–197.
32. Чернова И. М. Радиопьеса в беспокойном мире. Предисловие // Ночной разговор с палачом: Радиопьесы Австрии, ФРГ, Швейцарии: – М.: Искусство, 1991. – С. 5–15.

А. Ю. Биканова,
асп.
УДК 621.397.13

Проблеми формування та розвитку національної телевізійної еліти України

Розглянуто тенденції формування національної медійної еліти в сучасних умовах вітчизняного телевиробництва.

The article devotes to problems of tendencies of national media elite formation in current state of Ukrainian TV production.

Питання підготовки нових телевізійних кадрів, так чи інакше, порушували майже всі відомі вітчизняні та закордонні журналістико-знавці. На необхідність високоякісного виховання майбутніх працівників телебачення наголошують російські автори Г. Кузнецов, В. Цвік, А. Юровський, проблему підготовки майбутньої зміни Українського ТБ порушують дослідники І. Мащенко, В. Моїсєєв. Праці цих авторів є популярними серед студентів і викладачів факультетів журналістики, рекомендовані ними принципи широко використовуються під час теоретичної підготовки молодих журналістів. Проте перспектива посилення конкуренції між вітчизняними та закордонними телевізійними виробниками ставить жорсткі вимоги до "практиків" Українського телебачення. Від принципової позиції керівництва вітчизняних телевізійних компаній залежатиме наявність та якість майбутньої телееліти України.

Задекларовані зовнішньополітичні пріоритети держави гостро ставлять питання якості майбутньої телевізійної еліти України, її здатності до самопоновлення. Очевидно, що подальша євроінтеграція України поставить нові вимоги перед вітчизняною телевізійною журналістикою, відповідати на які доведеться сьогоднішньому молодому поколінню журналістів. Проте окремі тенденції розвитку Українського телебачення порушують питання професійної готовності молодих журналістів до роботи в нових умовах. Процес становлення нового покоління фахівців, удосконалення їхньої майстерності та розвиток національних традицій журналістики уповільнюється через слабкість власної індустрії те-

левізійного виробництва. Замість розширення кола власного продукту, керівництво більшості українських телевізійних компаній зорієнтоване на купівлю та ретрансляцію іноземних програм, у першу чергу – російських. Одна з причин розвитку такої тенденції полягає в особливостях історичного існування української журналістики. Протягом багатьох років вітчизняна журналістика, подібно до інших суспільних інституцій, розвивалася з урахуванням плинності кадрів до столиці СРСР. Робота в столичних медіа була бажаною для кількох поколінь українських журналістів. Найбільші в Радянському Союзі фінансові й технічні можливості, плідна робота великої кількості професійних журналістів, домінуюче становище і загальний авторитет Москви призвели до того, що саме там сформувались міцні традиції та нові форми телевізійної журналістики, з'являлися найпопулярніші телевізійні ведучі.

У незалежній Україні інформаційний продукт московського виробництва й досі популярний і широко функціонує у вітчизняному ефірі. Вищі за якістю, більш жанрово і тематично різноманітні і, що не менш важливо, доступні за ціною московські програми заповнили ефір українських телерадіокомпаній. У багатьох випадках імпортований інформаційний продукт повністю витіснив власне програмне виробництво. Показовою є ситуація в Дніпропетровському регіоні, де з 11 комерційних радіостанцій лише одна залишилася самостійною структурою із власними програмами та постійними ведучими, решта, виходячи з урахувань економічної доцільності, у повному обсязі ретранслюють російські радіопрограми.

© Биканова А. Ю., 2004

За умови мінімального виробництва в Україні власних телевізійних програм вітчизняні молоді журналісти фактично втрачають повноцінну базу для власного професійного становлення і розвитку існуючих у країні традицій журналістики. Гостро постає проблема взаємодії системи теоретичної освіти молодих журналістів і практичного втілення здобутих знань. Практики Українського телебачення вбачають причину недостатнього розвитку молодіжної журналістики у неповноцінній підготовці кадрів українськими вищими навчальними закладами [6]. Проте, у свою чергу, керівництво українських телекомпаній не опікується розробкою і реалізацією кадрової політики, зорієнтованої на виховання вітчизняної телевізійної "аристократії". Невідпрацьованим залишається механізм реалізації молодими журналістами своїх творчих задумів у програмах загальнонаціональних компаній (виняток становлять програми новин, у яких можуть знайти роботу найталановитіші й наполегливіші з випускників журфаків), не завжди дієвими є економічні стимули та кар'єрні перспективи. Сучасна українська телеіндустрія, зорієнтована на російський ефірний продукт, виявилася не готовою до "засвоєння" творчої енергії великої кількості молодих журналістів.

Водночас ефір загальноукраїнських і міжрегіональних телевізійних компаній свідчить про очевидні ознаки близької кризи, що характеризується відсутністю нової зміни для існуючого класу "телевізійних зірок". Через побоювання керівництва вітчизняних телекомпаній щодо можливих коливань рейтингу, воно доручає, як правило, нові програми вести вже широковідомим, популярним телевізійним ведучим, яких, як можна передбачити, просто не вистачить у тому разі, якщо українські телекомпанії продовжуватимуть створювати нові програми. Зазначимо, що наявність в ефірі найкращих українських телеканалів явища, коли один популярний ведучий працює в кількох програмах одного жанру, іноді порушує ефект персоналізації інформації і в цілому негативно позначається на іміджеві компанії. Водночас існують усі необхідні складові для поповнення вітчизняного класу телевізійної еліти: досить високий кадровий потенціал і відпрацьовані у світі технології популяризації нових телевізійних ведучих. Щодо останнього, доцільно згадати відомий вислів, суть якого полягає у тому, що навіть якщо кожного дня показувати по телевізору коня, то він врешті-решт стане "те-

лезіркою". Українські телекомпанії ще не використовують усі можливості промоушену власних ведучих, програм, самого каналу. Горизонтальний промоушн, який є ефективним елементом створення популярності для телевізійного ведучого, на Українському телебаченні вже почала опановувати телестудія "1 + 1", що регулярно представляє анонси програми "Хочу й буду". обов'язково із її ведучою Ольгою Герасим'юк [2, 218]. Нещодавно вертикальний промоушн почали застосовувати в телекомпанії "ТЕТ".

Недалекоглядна політика керівників телевізійних компаній щодо формування нового покоління медійної еліти може призвести до остаточного порушення принципу спадкоємності між високопрофесійними популярними ведучими, що ефективно працюють сьогодні, і тими молодими журналістами, які мають змінити своїх попередників завтра. За відсутності умов для реалізації потенціалу молодих журналістів українські телекомпанії зрештою відчують гострий брак наступників, що негативно позначиться на процесі вітчизняного телевізійного виробництва.

Можна очікувати, що євроінтеграційні процеси України відкриють український телевізійний простір для інформаційної продукції європейських телевізійних виробників. Однак, найімовірніше, у найближчій перспективі польські, німецькі, французькі та інші телевізійні програми в ефірі українських компаній займуть незначний відсоток порівняно з часткою телепроектів культурно близької Російської Федерації. Ще одна хвиля пропонувань якісного телевізійного продукту за умови відсутності національного телебачення як самостійної, самодостатньої системи може призвести до згортання навіть того програмного виробництва, що існує на сучасному етапі. Як наслідок – через брак практичного досвіду стане неможливим процес формування національної телевізійної еліти. У свою чергу, для значної частини молодих журналістів згортання виробництва телевізійних програм в Україні означатиме необхідність пошуку роботи за межами країни. Зростаючу актуальність питання впливу кадрів зазначає український дослідник В'ячеслав Моїсєєв [4, 322].

Ще однією можливою перспективою телебачення в умовах євроінтеграції можна назвати зміну потреб і замовлень самої телевізійної аудиторії України. Брак ведучих, близьких за іміджем, та програм, відповідних за проблема-

тикою інтересам молодіжної аудиторії, зумовили той факт, що значна частина молоді не знайшла "своїх" телевізійних програм в ефірі українських телекомпаній. У даному разі чималу роль відіграв ринковий механізм взаємодії між телебаченням і аудиторією. "Телебачення рухається разом зі суспільством", – зазначає російський дослідник Рудольф Борецький [1, 9]. В Україні молодіжна аудиторія, яка ще не виокремилася як така, не дала ознак жорсткого попиту на тематичні програми для молоді. Глядацька аудиторія молодого Українського телебачення не зазнала чіткого сегментування, а через це й не сформувала очевидного замовлення для телевізійних виробників. Серед причин цього явища – невеликий глядацький досвід телевізійної аудиторії України, яка ще не набула глибокого досвіду перегляду "спеціалізованого" телебачення. Для пересічного українського глядача залишається відносно новим явищем розмаїття кабельних та супутникових каналів, що зорієнтовані на вузьку аудиторію. Поглиблення діалогу між телерадіомережами України та Європи сприятиме сегментуванню української аудиторії, що в свою чергу сформує інші запити до ефірних мовників [5, 65]. Проте для створення

суто молодіжних програм українським телекомпаніям будуть знов-таки необхідні молоді професійні журналісти, телевізійні ведучі, які відповідатимуть інтересам і настановам цієї соціальної групи [3, 140]. Таким чином, розвиток глядацької аудиторії ще раз гостро поставить перед українськими телевізійними виробниками кадрове питання.

1. Борецкий Р. Телевидение в социально-историческом контексте // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – Вып. 3.

2. Маккой И. Вещание без помех. – М., 1999.

3. Матвеева Л., Аниксеева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации. – М., 2002.

4. Моисеев В. Журналистика и журналисты. – К., 2002.

5. Уразова С. Reality TV в России. Первый опыт телеклонирования // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – Вып. 3.

6. Чайка І., Талалаєвська І. Думка експертів // www.telekritika.kiev.ua 18.03.2004.

7. www.lplus1.com

Періодичні видання студентів-академістів Новоросійського університету

Досліджується питання підготовки журналістів у контексті утвердження суспільної моралі в Україні як одна з найактуальніших проблем ЗМІ. Запропоновано конкретні заходи для успішної реалізації Закону України "Про захист суспільної моралі".

The subject, researching in this article, is a problem of journalist's training in the context of the consolidation of social moral in Ukraine as one of the main question of community and mass-media. Also, were showed different measures for realization of "The protection of social moral" Ukraine's Law.

"Еру реформ" 60–70-х років ХХ століття означувало потужне піднесення суспільного руху, що прискорив проведення соціально-економічних перетворень у Російській імперії. По всій країні розгорались палкі обговорення майбутнього Росії – між лібералами, радикалами і консерваторами. Не обминули ці зрушення й Одесу. На початку ХХ століття в місті конкурували між собою прибічники різних політичних течій. Серед них – соціалісти, які уособлювали в собі різні відтінки російської соціал-демократії, представники ліберальних та національних рухів, промонархічно налаштовані праві, що войовничо відстоювали непорушність старих порядків. Зіткнення цих сил відбувалось як у місті в цілому, так і в стінах Новоросійського університету, оскільки студенти виявляли неабияку політичну активність. Одним із її проявів було виникнення періодичних друкованих органів студентів Новоросійського університету, які намагалися вести політичну боротьбу на сторінках видань.

Подібних видань, створених студентами, було кілька: газета-журнал "Академіст", "Студент-Академіст", газета "Вестник Корпорации академистов Новороссийского университета и всех академистов России", газета "Студенческий голос" і "Бюллетень Центрального комитета новороссийского студенчества". Перші три видання підтримували самодержавну політику і шельмували на своїх сторінках прибічників революції, решта – захищали інтереси рево-

люційно налаштованого студентства. Таким чином, студентська преса Новоросійського університету початку ХХ століття представлена виданнями, що виникли для поширення політичних ідей. Вочевидь, це було зумовлено конкретними історичними обставинами.

Предметом нашого розгляду стали видання студентів-академістів, які наполягали на тому, що університетське життя треба відокремити від політики. Вже в першому зверненні до читачів редактор "Академіста" заявляє: "Я считаю долгом предупредить уважаемых читателей, что буду придерживаться политически беспартийного академического направления".

Ці видання були друкованими органами Академічного Союзу Студентів, що об'єднував молодь, яка виступала проти змішування політики та університетського життя. На думку членів цього об'єднання, вищий навчальний заклад має слугувати лише справам науки й освіти, а не відстоювати чийсь політичні інтереси. Подібна організація існувала серед викладачів університету під назвою "Академічний Союз". Його члени вимагали надати університетам автономії й припинити репресії серед студентів. Відповідно, студенти-академісти стояли на тих самих позиціях.

Про діяльність Академічного Союзу Студентів можна дізнатися з матеріалу студента-філолога Н. Ольшевського під назвою "Кое-что из моей исповеди". У червні 1905 року Ольшевський організовує Корпорацію студентів-

академістів, очолює її, а з листопада того ж року вступає в Академічний Союз Студентів. Він друкує статут організації, веде переговори з ректором і професурою університету, а в 1907 році починає видавати власний друкований орган, за його словами: "лично на свой страх и риск". Академічний Союз тоді відмовився це робити "за недостатком средств и, пожалуй, энергии". Саме тому більша частина роботи над виданням припадає власне на "видавця-редактора" (як зазначено на обкладинці видань академістів) Н. Ольшевського.

Проте, як свідчить інформація, уміщена на обкладинці другого випуску "Академиста", видання одразу ж після його появи мало успіх серед читачів. "Сравнительный успех первого выпуска дал возможность поставить издание, предпринятое мною... не в корыстных целях, значительно шире, почти не повышая цены за выпуск". А коштувало видання відповідно 20 (I випуск, 16 стор.) і 25 копійок (II випуск, 32 стор.). Очевидно, що, окрім прибутку з продажу видання, "Академист" існував і за рахунок рекламодавців. Незважаючи на те, що розміщення рекламного оголошення на цілій сторінці коштувало 20 рублів, зворотний бік обкладинки, на якому, як правило, вона розміщувалась, завжди був заповненим. Надибуємо багато рекламних оголошень продажу товарів, надання послуг. Ці видання можна було придбати і в магазинах (про це також зазначалось на обкладинці), і, власне, у стінах Новоросійського університету. Члени Академічного Союзу Студентів, які мали щомісяця робити внески в фонд організації, отримували видання безкоштовно.

Зовнішнє оформлення журналів "Академист", "Студент-Академист" і газети "Вестник Корпорации академистов императорского Новороссийского университета и всех университетов России" було майже однаковим. Пряме з видання до видання девіз – "Viva Academia!", а також елементи поліграфічного оформлення – заставки на зворотному боці обкладинки, шрифтові виділення найголовніших фраз, слів у публікаціях. На титулі видань традиційно розміщувався зміст. Як уже було зазначено, редактори активно використовували і зворотний бік обкладинки. Поруч з рекламою подавалися анонси виходу наступних номерів видань, а інколи інформація зі справ Академічного Союзу (Академічної Корпорації). Так, наприклад, у першому випуску "Студента-Академиста" на

обкладинці вміщено правила прийому до Корпорації академістів.

Розглянемо тепер інформаційну політику видання. Свої погляди та завдання автори викладають у першому випуску "Академиста" у матеріалах "К читателю" і "Наши задачи". З цього номера й надалі редакція підкреслює "безпартійність" академістів і їхнього друкованого органу – "...долг интеллигенции прежде всего заключается не в навязывании своих политических и социальных теорий невежественным людям с целью воспользоваться ими как орудием, а в стремлении дать возможность вполне самостоятельно разобраться во всем окружающем и волнующем их". "Академист" висловлює невдоволення тим, що студенти більше уваги приділяють мітингам, політичним справам, а не навчанню. Крім того, обурюється дописувач, "нашлись профессора, которые не постыдились заявить официально в Совете Университета, что они должны учиться у студентов и следовать за ними".

Незважаючи на "безпартійність та політичну незаангажованість", академісти досить відкрито шельмували на сторінках свого друкованого органу дії центрального органу. Ця організація – Центральний орган студентів – була створена в роки революції 1905–1907 років. Пізніше, під час реакції, з її лав вийшла певна частина студентства, що разом з більшовиками утворила Коаліційну раду. Один із матеріалів "Академиста" – "Qui pro quo" – називає цей орган осередком неправди і фанатизму, стверджує, що він налаштовує одну частину студентства проти іншої, "дышет духом нетерпимости и человеко-ненавистничества". Заявляючи в одній з публікацій про факт зривання плакатів-оголошень про вихід першого випуску "Академиста", редакція запевняє читачів, що це робиться членами Коаліційної ради. На думку автора статті "Свобода" слова в Новороссийском университете", таким чином революційно налаштовані студенти намагаються заборонити читати "неудобные центральному органу издания".

Н. Ольшевський не обмежується матеріалами, що стосуються політичного життя, проте навіть замітки про події та аналітичні статті подані під вигідним для Академічного Союзу кутом зору. Наприклад, публікацію "Последний из Могикиан точной науки", що повідомляє про смерть Д. І. Менделєєва, автори закінчують такими словами: "Менделеев был представите-

лем академізму уже тому одному, що был всегда вне партий, кроме "партии" любящих родину, и подавал голос против забастовок...".

Багато уваги приділяється у виданнях питанням просвіти, науки та їхньої взаємодії з політикою. У численних матеріалах "Академіст" і "Студент-Академіст" наголошують на тому, що університет має триматися осторонь політики, а не виховувати прибічників окремої партії. Це ілюструють матеріали "Политический университет", "Университет и наука" та ін. Засуджуючи дії революційної молоді, автори закликають: "Нет, коллеги! Так нам жить нельзя. Если мы пришли учиться, то и должны использовать все свое время для науки, а не для чего другого". Порушуються також у цих виданнях проблеми освіти: розглядаються позитивні й негативні риси предметної і курсової системи в університеті. Наводяться цікаві приклади їхнього застосування у вищих навчальних закладах країн Європи. До досвіду за кордоном звертаються дописувачі "Академіста" і в інших статтях, таких як "Академическая свобода и развитие философии в Германии", "Пример немцев". В одному з випусків "Студента-Академіста" рубрика "Из журналов" повідомляє, що в Берліні вважають російську систему середньої освіти недостатньою, такою, що не відповідає вимогам часу.

Цікавими є матеріали під назвами "Мемуары Ришельевца", "Per pedes Apostolorum" (зі спогадів студента), "Сповідь студента-борця" та ін. Так, наприклад, "Студент-Академіст" за 1911 рік подає розповідь студента, який кидає виклик університетському життю, чергуючи навчання зі змаганнями на рингу. "Моя натура требует резкой смены впечатлений. Вот я занимаюсь... полгода напряженным умственным трудом, углубляюсь с головой в медицинские книги, хожу в клинику... я аскет, монах, человек науки... А потом, вдруг наступает реакция: я жажду растительно-животной жизни, без книг, без отвлеченностей, без анатомических театров... И вот на смену студенческой комнате с атласами, лекциями, скелетом в углу, является уборная театра или цирка. Женщины бросаются мне на шею, толпа рукоплещет. Сколько встреч, впечатлений, переживаний!.."

Подібні публікації трохи урізноманітнюють однобічне спрямування видань. Певно, з цією ж метою – зацікавити читачів з різними уподобаннями, випуск "Студента-Академіста" за 1911 рік кілька своїх сторінок присвячує шахам – зада-

чам, розв'язанню, розборам партій. Цей же випуск вміщує матеріал під назвою "Изготовление ботанических коллекций".

Ще одним виданням прихильників "академізму" була газета "Вестник Корпорации академистов Новороссийского университета и всех академистов России", що вийшла 14 травня 1909 року. На першому ж номері видання припинило існування. На відміну від журналів, "Вісник" майже всі чотири сторінки заповнює матеріалами, що стосуються Корпорації Академістів. Сформульована мета цієї організації: "Объединение студентов на почве признания за высшими учебными заведениями их единственного и исключительного назначения – служить чистой науке, свободной от внешних давлений". Окремим пунктом зазначається, що "Корпорация пользуется, как одним из главных средств, печатным словом для достижения своих целей". Інші матеріали "Вісника" інформують про з'їзд представників академізму, про їхню діяльність в Санкт-Петербурзі, у Новоросійському університеті тощо. На цьому тлі вирізняються лише два неполітизовані матеріали – пам'яті Б. Клітіна і "Картинки из жизни".

У цілому, матеріали, вміщені у виданнях студентів-академістів Новоросійського університету, є досить цікавими і, напевно, привертати увагу тодішньої студентської молоді. Правильною була стратегія видавця, яка передбачала, окрім, власне, "заангажованих" публікацій, матеріали з різних сфер життя, культури та розважальні матеріали. Мабуть, не останню роль у популярності та успіху видань академістів відігравала мова публікацій. Автори (а ними переважно були члени Академічного Союзу, а також "співчувачі") повсякчас використовували цитати з класичних творів, латинські прислів'я, уривки зі Святого Письма. Не боялися навіть сатиричних, провокаційних моментів. Впевнений, що деякі революційно налаштовані студенти навмисно отруюють повітря в аудиторіях, аби зірвати заняття, "Старий студент" пише: "Вы сознательно отравляете воздух в аудиториях и коридорах университета, прекрасно зная, что это вредно отзовется на здоровье присутствующих студентов, а также и гг. профессоров".

Якщо коротко розглянути жанри, в яких написані матеріали "Академіста" і "Студента-Академіста", то переважають аналітичні, зокрема статті на суспільну тематику, що стосуються питань освіти та науки, а також інфор-

маційні – представлені замітками з життя студентів і університетських подій.

Таким чином, у Новоросійському університеті на початку ХХ століття не існувало єдиного студентського видання, яке об'єднувало б усю молодь, незалежно від політичних уподобань. Проте наявні газети і журнали студентів-академістів заклали в навчальному закладі певні видавничі традиції і, незважаючи на їхню політичну заангажованість, вони є доволі цікавим і показовим прикладом молодіжної студентської преси того часу.

1. Академист. – О., 1907. – Вып. 1. – 16 с.
2. Академист. – О., 1907. – Вып. 2. – 34 с.
3. Вестник Корпорации академистов императорского Новороссийского университета и всех академистов России. – О., 1909, 14 мая.
4. Історія Одеси / Голов. ред. В. Н. Станко. – О.: Друк, 2002. – 588 с.
5. Студент-Академист. – О., 1907. – Вып. 1. – 40 с.
6. Студент-Академист. – О., 1907. – Вып. 2. – 34 с.
7. Студент-Академист. – О., 1911. – 32 с.

Журналістське розуміння візуальної сутності телебачення: теоретико-методичні аспекти (на прикладі викладання спецкурсу "Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід")

Аналізується специфіка викладання профільного спецкурсу для студентів-журналістів, який закладає основи теорії телевізійного видовища.

The specificity of teaching of a profile special course which creates bases of the theory of a television show for young journalists is considered in the article.

Спостерігаючи за еволюцією телебачення, з огляду на типологічну, структурну та жанрову специфіку, варто окреслити тенденцію, яка сформувалася протягом останніх п'яти років: телевізійний матеріал якісно змінився за рахунок використання образного компонента. Тобто пропорційна частка документального та художнього дає підстави стверджувати, що сучасне телебачення надто активно апробує і застосовує у своєму арсеналі принципи та методи візуального видовища. Втім, телебачення від цього не стало більш режисерським, навпаки, практика свідчить на користь провідної ролі журналіста-автора. Однак вимоги до професії журналіста ТБ стали більш жорсткими і конкретними [1]. Сучасний журналіст, професійна самореалізація якого відбувається в царині електронних ЗМІ, зокрема на телебаченні, зобов'язаний мати не лише уявлення про суміжні з телевізійною журналістикою професії (телеоператор, телережисер, звукорежисер, дизайнер тощо), а й достатні в цій галузі знання для якісної реалізації авторської ідеї. Саме це обумовлює актуальність порушеної в статті проблеми.

З метою систематизації знань студентів-журналістів про специфіку телевізійної творчості та особливості сприйняття телевізійного продукту глядачем (на прикладі українських і закордонних телепрограм різних типів) автор-

кою статті був розроблений і впроваджений у навчальний процес Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка спецкурс "Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід", який і став об'єктом дослідження цієї публікації [2].

Теоретико-методичним підґрунтям спецкурсу стали основні положення мистецтвознавства, константи телевізійного видовища та теорія телебачення як виду журналістської творчості. Оглядаючи історіографію питання, варто наголосити на багатоаспектності та різноманітності поглядів дослідників. Серед авторів, чийі праці заслуговують особливої уваги, відзначимо відомого у світі філософа, психолога, одного із засновників сучасної психології мистецтва, Рудольфа Арнхейма, який чимало творів присвятив дослідженню функціональних і структурних особливостей візуального мислення. Окремого вивчення потребують джерела з основ мистецтвознавства, зокрема, кольорознавства, колориту, композиції в живописі тощо, які представляють науковці різних епох. Як-от: С. С. Алексєєв, Н. Н. Волков, В. А. Зєрнов, А. С. Зайцев, Л. Н. Миронова, О. Богомазов та ін. Важливими дослідженнями в галузі екранних мистецтв є твори класиків кінематографії: С. Ейзенштейна, Л. Кулешова, В. Пудовкіна, Б. Балаша, О. Довженка, Д. Вертова, а також сучас-

них авторів – Р. Ільїна, А. Головні, В. Горпенка, Є. Мединського, Дж. Міллерсона, А. Розенталя, О. Соколова, Ю. Шаповала, Н. Фрольцової та ін., які аналізують зображальні традиції, естетичні та технічні особливості та методи знімання, освітлення, монтажу в кіно та на ТБ, а також специфіку телевізійної творчості. Цікавими і корисними для осмислення матеріалу спецкурсу також можуть вважатися спогади, щоденники, мемуаристика відомих митців, художників, чії імена є авторитетом у певній галузі мистецтва, зокрема, Е. Делакура, М. Крамського, С. Далі та багатьох інших.

Спецкурс "Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід" готував студентів до застосування здобутих знань на практиці, коли напрацювання під час семінарських занять в аудиторії чи навчальній телестудії можуть прислужитися прикладом для створення концепції програми або окремого телевізійного твору на ТБ.

Зазначимо, що баланс раціонального та емоційного у журналістському матеріалі, створеному сучасними телевізійними засобами, досягається завдяки вмінню автора телевізійного сюжету (або й цілої передачі) підібрати, узгодити та пропорційно поєднати у телеефірі всі елементи екранного контексту, тобто логічно синтезувати візуальні (зорові), вокальні (акустичні) та вербальні (мовні) сегменти. Вчитися цього студенти повинні ще в університеті, маючи в розпорядженні навчальну телевізійну та радіостудію, монтажну апаратну, можливості яких дозволяють спробувати створити кінцевий телевізійний продукт.

Професійний журналіст-телевізійник повинен уміти організувати роботу підрозділу (знімальної групи) таким чином, щоб усі дії команди здійснювалися поетапно: пошук теми, подача сценарної заявки і попереднього сценарію, написання сценарію та знімання, перегляд відзнятого матеріалу, написання остаточного сценарію, монтаж, озвучування, титрування. Втім, уточнимо, що така черговість, прийнятна для підготовки телевізійних сюжетів і програм аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів, не зовсім підходить для інформаційного, новинного формату, де журналістський твір, як правило, готується "з коліс". Іноді порядок дій може бути змінений залежно від специфіки мовлення, традицій і навіть звичок знімальної групи (багато професійних журналістів не пи-

шуть попередній сценарій, а працюють безпосередньо над остаточним ефірним варіантом програми, відштовхуючись від зображення і записаних на плівку інтерв'ю, зрідка користуючись додатковими джерелами). Часто одна візуальна деталь може підказати авторові нову ідею, а сам відзнятий матеріал змусить корегувати або навіть змінити тему. Студенти-журналісти повинні враховувати ці та інші нюанси і бути готовими "слухати" і "чути", "дивитися" і "бачити", а також постійно вчитися і працювати над собою. Саме тому на заняттях із журналістського фаху, зокрема аналізованого спецкурсу, студенти сумлінно проходили всі етапи творчої реалізації задуму.

Телебачення видовищне за своєю природою і сутністю. Це зазначають дослідники теорії телебачення, зокрема В. Вільчек, який у своїй книзі "Під знаком ТВ", розглядаючи видовищність як характерну особливість ТБ, наголошує на формуванні під впливом телебачення цілого пласта в галузі прикладного мистецтва, а саме: "мистецтва художнього вирішення комунікативних завдань" [3]. Справді, телевізійному екрану притаманна образність, емоційність, що яскраво демонструють сьогодні виробники телевізійної продукції в усьому світі, використовуючи найрізноманітніші ілюстративні методи екранної трансформації події.

Працюючи на практичних заняттях безпосередньо з журналістським матеріалом, студенти створювали не лише текст повідомлення про подію, а й екранний образ цієї події, готуючи студійний запис, вони прагнули максимально проілюструвати всі сегменти програми, збалансувавши візуальний і вербальний компоненти. Така практика корисна для майбутніх журналістів, адже досвід сучасного світового телебачення свідчить про особливі вимоги до професійного рівня працівників ТБ.

Серед прикладних тем, що розглядаються у спецкурсі, є кілька, присвячених одному із важливих складових елементів телевізійного зображення – кольору. "Проблема кольору дотична до цілого ряду наук, кожна з яких вивчає колір у вигідному для неї ракурсі" [4]. Телебачення має власну теорію кольору, яка частково не збігається із загальноприйнятою у мистецтві. Сприйняття кольору на телебаченні, його розуміння і "прочитання" трохи відмінне від бачення людиною кольорів і відтінків у реальному житті. Саме тому в процесі творчості на ТБ жур-

налістові необхідно мати чітке уявлення про природу та властивості телевізійної комунікації, зображальні традиції, візуальні характеристики та чинники, притаманні тим чи іншим телевізійним програмам, залежно від типу і формату мовлення, жанрового розмаїття, а також фізіологічний, психологічний та емоційний рівні впливу спектральних і ахроматичних кольорів на сприйняття телеглядачем екранного зображення. У цьому контексті актуальними є теми: "Методика та система отримання кольору в живописі, кіно, на ТБ", "Телевізійна специфіка кольору", "Поняття "телевізійного" і "нетелевізійного" кольору", "Символіка кольорів та їхня винятковість", "Освітлення і колір: студія, натура". Ще надзвичайно важливо журналістові знати можливості освітлювальної, знімальної, монтажно-техніки, щоб створений ним сценарний задум міг бути реалізований екранними засобами. Окрім того, сучасна практика телевізійної творчості свідчить про наявність прямої потреби у цих знаннях, оскільки дуже часто журналісти-інформаційники самі монтують і озвучують власні сюжети, отже, запропоновані в спецкурсі теми, зокрема "Монтаж. Види монтажу. Метод кольорокорекції", мають й практичне значення. Також корисним надбанням спецкурсу став аналіз таких проблем сучасного телебачення, як "Телевізійний дизайн різних типів програм: особливості, відмінності, стандарти", "Теплий і холод-

ний телеперсонаж", які розглядаються разом зі згаданими вище темами на прикладі телебачення різних країн – України, Німеччини, Великобританії, Іспанії, Швеції, Франції та ін.

Отже, опановуючи журналістський фах, зокрема, вивчаючи спецкурс "Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід", студенти здобувають знання з історії, теорії та практики українського та закордонного телебачення, ознайомлюються з тенденціями та явищами сучасного телевізійного мовлення на прикладі ефірної діяльності провідних світових виробників телевізійної продукції, що сприяє формуванню фахових знань, професійних навиків та розвитку візуального мислення.

1. Гоян В. В. *Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми: Посіб. для студ. Ін-ту журналістики*. – К., 2001. – 52 с.; *Телесвізійна журналістика: Учебн.* – 2-е изд., перераб. и доп. / Редколл: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 228 с.

2. Гоян В. В. *Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід: Метод. рекомендації*. – К., 2002. – 40 с.

3. Вільчек В. М. *Под знаком ТВ*. – М.: Искусство, 1987. – С. 142.

4. Зайцев А. С. *Наука о цвете и живопись*. – М.: Искусство, 1986. – С. 5.

Підготовка журналістських кадрів у контексті утвердження моралі в українській журналістиці

Розглядається питання підготовки журналістів у контексті утвердження суспільної моралі в Україні як однієї з найактуальніших проблем ЗМІ. Запропоновано конкретні заходи для успішної реалізації Закону України "Про захист суспільної моралі".

The subject, researching in this article, is a problem of journalist's training in the context of the consolidation of social moral in Ukraine as one of the main question of community and mass-media.

Україна сьогодні переживає не найкращі часи. Непрості умови трансформації економіки з командно-адміністративних засад на ринкові механізми, політична нестабільність, духовна криза в суспільстві – все це істотно відбивається на всіх сферах суспільного життя і має свої негативні результати. Проте, на словах, ми прямуємо до європейських стандартів та утвердження демократичної держави, та чи усвідомлюємо, що демократична держава, насамперед, вимагає соціально-політичної стабільності? В свою чергу важливим чинником цієї стабільності є мораль та її індивідуальний прояв – моральність. Іншими словами, мораль – це чинник впливу на суспільно-політичне життя та мотивацію людської діяльності, що спрямовані на стабільність та вдосконалення процесу розбудови демократичного суспільства.

Дослідженню специфіки моралі, моральної діяльності присвячено безліч робіт таких дослідників, як Г. Гумницький, О. Дробницький, О. Титаренко, В. Ротницький, О. Уледов, В. Шердаков. Теоретичні та методологічні проблеми морально-етичного чинника як стимулу і регулятора суспільно-політичного та духовного процесу в суспільстві та різних його сферах діяльності досліджувалися в працях А. З. Москаленка, В. Й. Здоровеги (у журналістикознавчому аспекті), Д. Рендела, Р. Сілверстоуна, Т. Аболіної, А. Єрмоленка, В. Малахова (етичні норми і цінності), О. Кисельової (у контексті феномену людського життя), В. Плавича (філософсько-соціологічний аспект).

Проблема утвердження моралі в сфері ЗМІ стає гостроактуальною з огляду на те, що жур-

налістика сьогодні перебуває у стані духовної кризи, істотно поглибленої на тлі загальносвітової проблеми втрати моральних цінностей, процесу прагматизації, утилітарності та вестернізації суспільства, що дедалі більше поширюються. На зміну християнським цінностям суспільству нав'язуються нові хибні критерії успіху – дешеве читиво, трилери, насильство, порнографія, гонитва за грошиками. Першими носіями цієї масової антикультури стають засоби масової інформації та їх працівники – журналісти. Технології мас-медіа активно розвиваються, інформаційний простір набирає все більшої могутності, та водночас значно погіршується морально-психологічна ситуація в ньому. Набирають обертів явища зловживання та спекуляції свободою слова та плюралізмом думок проти суспільно-моральних цінностей: "краси, людяності, пізнання роду, гармонії в душі, добра, які навіть в епоху комп'ютерів вимагають постійного діалогу з читачем" [1]. Натомість, на сторінках періодичних видань, з екранів телевізорів, у радіоефірі пропагуються теми насильства, жорстокості та порнографії заради рейтингів та сенсаційності. Хто зупинятиме ці сили антидуховності?

Сьогодні вирішення проблеми підготовки майбутніх журналістів, заохочення талановитої, обдарованої молоді на належному державному рівні може допомогти відновити ті моральні фільтри, які втрачені українським суспільством. Одним із чинників нормального існування системи ЗМІ є характер освіти та рівень культури, які здобуває молодь у вищих навчальних закладах. У сучасній науково-педагогічній літературі питанню мораль-

ного виховання відводиться особлива роль і місце. Його досліджують як педагоги-новатори, так і науковці в різних галузях. В останні роки в Україні з'явилося чимало концепцій виховання, де сучасна українська освіта визнана як така, що орієнтується на пріоритет моралі. Вихованість, або індивідуальна моральність, стає майже тотожною суспільній моралі. "Концепція національного виховання", прийнята Всеукраїнською педагогічною радою (червень 1996) передбачає, що кожна людина "повинна жертвувати своєю особистою вигодою задля національних громадянських ідей" [2]. Британський журналістикознавець Девід Рендел у своїй книзі "Універсальний журналіст" (розд. "Журналістика обмежень") писав, що єдиним пріоритетом у моральному вихованні універсального журналіста мають бути правда, справедливість та патріотизм [3].

Сьогодні в Україні журналістів готують понад 30 факультетів та відділень журналістики вищих навчальних закладів Києва, Львова, Дніпропетровська, Харкова, Запоріжжя, Одеси, Ужгорода, Херсона, Кіровограда, Таврії, Донецька, Рівен, Черкас та ін. Вся система підготовки журналістських кадрів на даному етапі розвитку перебуває в процесі динамічних змін – і це є головною характерною особливістю сучасної освіти журналіста. Проте зміни не лише позитивні. Як зазначив директор школи преси і телебачення Гліб Головченко на науково-методичній раді з журналістики (23 травня 2002 року), в останні роки спостерігається стійка тенденція до зниження соціального статусу журналістів та їх професійної діяльності. Це виявляється як у падінні поваги до самих журналістів, так і у ставленні в цілому до журналістики. І в цьому явищі Головченко виділив дві споконвічні проблеми: батьків і дітей. Батьки сьогодні не вважають за доцільне віддавати своїх дітей у журналістику, і тим більше сплачувати за навчання, віддаючи перевагу професіям юриста або менеджера. Натомість, діти з незаможних родин теж не в змозі "пробитися" у виші через брак місць, що фінансуються державою.

Сьогодні, як ніколи, журналістика має потребу в молодих кадрах, чесних, освічених та, що головне, високomorальних. Тож виникає необхідність суттєво підняти престиж професії журналіста з одного боку, та належної морально-психологічної підготовки журналістських кадрів з іншого. Саме це може допомогти нам подолати духовну кризу в журналістиці.

Коли кажуть про підготовку журналістських кадрів в Україні, мають на увазі молодь, бо саме за нею майбутнє журналістики. Та молоде покоління журналістів сьогодні теж переживає не кращі часи, адже перебуває у стані масової деформації ціннісних орієнтирів. Вийшовши зі студентських аудиторій, молодь йде передусім туди, де платять. Робить тільки те, за що їй платять. Інакше кажучи, пише те, за що платять. А найбільше платять за скандальне життя зірок, сексуальні походеньки політиків, за "обливання брудом" та порнографію. Тобто все те, що відкрито чи приховано суперечить Закону України "Про захист суспільної моралі":

- принижує або ображає націю чи особистість за національною ознакою (яскравий приклад – "літературні портрети" Тараса Шевченка та ін. О. Бузини);
- пропагує невігластво, неповагу до батьків;
- пропагує неповагу до релігійних та національних святинь;
- принижує особистість;
- утверджує культ насильства та жорстокості як нові критерії успіху [4].

Молоді журналісти, сповнені творчих амбіцій та юнацького запалу перестають поважати себе і свою професію через такого роду економічну залежність, політичну заангажованість своїх редакторів, через цензурні обмеження, які впроваджуються в Україні де-факто. Та чи можна їх звинувачувати у відсутності моралі? Журналіст – продукт навколишньої дійсності. Та як не прикро, мусимо зізнатися, що на даному етапі розвитку в Україні найголовнішим негативним регулятором у роботі журналіста є низький морально-ціннісний рівень населення, корумповані правоохоронні органи, загальна корумпованість влади та залежність судової системи. Все це перетворює роботу журналіста, що спирається на високomorальні принципи, у постійне нелегке випробування на стійкість, а ціннісно орієнтований вибір на риторичне для журналіста запитання: "Чи правильним з морального боку буде відступити від своїх принципів, якщо на карті поставлено власну безпеку та добробут?".

Двадцять років тому найважливішою сировиною для економіки розвиненої держави було "чорне золото", нафта. Сьогодні ситуація докорінно змінилася, і зараз такою сировиною економісти вважають інформацію. Індустріальну еру заступила епоха інформаційна, що відповідно робить

журналістику стратегічною галуззю у розвитку та розбудові сучасної європейської держави.

Тож для успішного вирішення проблем підготовки журналістських кадрів та поліпшення "обліку морале" самих журналістів, пропонуються такі заходи:

- сприяти престижу професії журналіста через залучення висококваліфікованих викладацьких кадрів, зміцнення матеріально-технічної бази вищих навчальних закладів;

- вдосконалення навчальних програм з питань професійної етики журналіста, його поведінки в суспільстві та правильних ціннісних орієнтирів, заснованих на честі, моралі та духовності, а не поклонінні "грошовому мішку".

- встановлення стипендій відповідно до оплати за навчання, індивідуальних стипендій для обдарованих дітей.

Україна продовжує своє становлення й утвердження у світі. Її народ докладає неабияких

зусиль, щоб у таких умовах розвинути ті успіхи та прогресивні тенденції, які, зрештою, неминуче виведуть на рівень високорозвинених європейських країн. Тож важливою складовою зміцнення моральних засад в українському суспільстві є відродження національного духу, національної самосвідомості, основою якої є національна ідея, що має високо піднести моральність і гідність українських журналістів. сприяти усвідомленню ними власної значущості, престижу та цінності своєї професії на ринку праці.

1. *Голос України*. – 2003. – 5 серп.

2. *Концепція сучасного українського виховання: проект // Освіта*. – 1996. – 12 верес.

3. Рендел Д. *Універсальний журналіст*. – Лондон: Плутон Прес, – 1996. – С. 22.

4. *Закон України "Про захист суспільної моралі"* від 20 листопада 2003 року.

Засади красномовства у радіожурналістській майстерності

Розглядається проблематика мистецтва мовлення у радіожурналістиці початку ХХІ століття з огляду на потреби і можливості сьогодення.

The are looking for the broadcasting art problems in the radio-journalistic at the beginning of the ХХІ century according to the needs and possibilities of our days.

Специфічні властивості та характерні комунікативні форми радіомовлення впливають з його технічної природи. Саме особливість синхронного і безмежного поширення інформації, а також відтворення живої мови, акустичних картин дійсності визначають основні риси радіомовлення: високий ступінь оперативності, виникнення у слухачів ефекту співучасті, присутності на місці події, емоційний вплив на слухачів тощо. З цією метою радіожурналістика початку ХХІ століття широко використовує природні виражальні можливості ефіру та багатство мистецтва живого усного мовлення, діалогічність (не лише повідомлення, а й спілкування), встановлення контактів зі слухачами, удосконалення засобів передачі звукових образів картин події, які документально підтверджують ситуацію, відображають атмосферу дії та впливають на емоційну сферу свідомості.

Власне, радіо як засіб масової комунікації у сучасному світовому інформаційному суспільстві передбачає уміння публічно переконувати. Живим Словом слухачів, заохочувати їх до дії, лікувати, а також зворушувати їхні душі, адже одне слово може подіяти на розум сильніше та переконливіше, ніж будь-які найважливіші докази, а іноді одного неточного, невдало сказаного (або хоча б погано вимовленого) слова досить, щоб загальом зіпсувати все враження. Тому, готуючи радіоматеріал, важливо враховувати не лише зміст інформації, а й форму її подання: мову та

стиль викладу, правильність дикції та інтонації, виразність, ясність, точність мовлення тощо.

Тобто перед радійником стоїть триєдине завдання:

1. Донести інформацію (продемонструвати істинність викладених фактів і аргументів, переконливість у тому, про що йдеться).

2. Голосом (за допомогою правильної дикції та інтонації) вплинути на розум та емоції, волю і поведінку людей, спонукати слухачів до активної дії.

3. Щиро, оптимістично передавати інформацію, щоб текст приносив естетичне задоволення слухачам.

Виходячи із зазначених основних функцій радіомовлення, можемо констатувати, що красномовство є одним із праобразів сучасної радіожурналістики. Адже ще в античні часи були сформовані тотожні сучасним радіожурналістським функціям основні вимоги красномовства: роз'яснити (щось); спонукати (до певної суспільної ідеї, рішення, дії); давати слухачеві задоволення. І всі ці функції у процесі мисленнево-мовленнєвої діяльності радійник має здійснювати послідовно: винайдення тем та ідей (інвенція), розташування думок (диспозиція), словесне вираження (елокуція), запам'ятовування (меморіо) [хоча для радіожурналіста завжди існує можливість читання тексту], виголошення тексту (акціо). Виділення кожного ступеня значною мірою формалізує мисленнево-мовленнєвий процес діяльності

радіожурналіста, оскільки у радіожурналістській творчості всі ступені тісно взаємозв'язані, один природно впливає з іншого, так що межа між ними має умовний характер.

Як бачимо, "теорія розміщення думок у творі повинна природним і необхідним чином впливати з теорії їх так званого винайдення, повинна бути скута одними з нею законами логічного розвитку думки, повинна зливатися з нею в одну теорію, бо – подана думка: подані й її сторони, поданий й її розвиток" [2, 43]. На даному етапі розвитку суспільства радійник має володіти мистецтвом живого усного слова як засобом багатоманітного та різноспрямованого впливу на комунікативну аудиторію, адже від точності слів, техніки та культури мовлення, а також багатства інтонацій та багатьох інших чинників, залежить ступінь сприйняття та розуміння інформації слухачами. Бо "слово – впливовий керівник, – зазначав оратор античності Горгій, – що, володіючи дуже малим і зовсім не помітним тілом, робить пречудові справи, тому що воно може і страх нагнати, і радість вселити, і страждання розбудити" [4, 28]. Тут організація мисленнево-мовленнєвої діяльності журналіста-радійника забезпечується системою із семи законів риторики (теорії красномовства): концептуальним, моделювання аудиторії, стратегічним, тактичним, мовленнєвим, законом безпосереднього спілкування та системно-аналітичним [5, 79].

У цілому, красномовство вивчає відношення думки до слова, за словами Сократа, "впорядковує мислення й мовлення", використовуючи при публічному виступі три групи дефініцій: грецьку – "мистецтво переконання" (Горгій, Платон, Арістотель); римську – "мистецтво говорити добре" (Квінтіліан, Цицерон); слов'янську – "мистецтво прикрашати мову" (Полоцький, Прокопович).

Власне, у царині радіожурналістики на шляху до самовдосконалення у мистецтві впливати на людську душу журналісту допоможуть такі складові теорії красномовства, як культура мислення, мовлення, спілкування та виконання. Оскільки культура мислення розвиває самостійність, самокритичність, глибину та гнучкість думки, відкритість мислення, ерудицію, оперативність, точність, достовірність у підготовці інформаційних радіоматеріалів. Водночас культура мислення допомагає доцільно, аргументовано та коректно висвітлювати події за допомогою аналітичних жанрів чи доторкнутись словом до душі слухачів у програмах ху-

дожньо-публіцистичного характеру.

Культура мовлення розвиває правильність, виразність, ясність, точність мовлення, його стислість та доцільність.

Культура спілкування навчає ввічливості, тактовності (необхідних під час збору інформації), а також у спілкуванні зі слухачами під час прямих ефірів, коректності, розкутості, що є актуальним для працівників сучасних FM-станцій, розвиває повагу до співрозмовника через вивчення його інтересів, управління поведінкою аудиторії через вивчення аудиторії, залучення однодумців, відповідальність за своє мовлене слово перед громадськістю.

Культура виконавської майстерності щонайперше передбачає володіння технікою мовлення, за допомогою вправ, які рекомендують спеціалісти, багатством інтонацій, адже модуляції голосу, за визначенням Леонарда да Вінчі, "найпрекрасніша з усіх чарівностей красномовства: це музика мовлення".

Загалом, урахування засад красномовства у радіожурналістській майстерності перешкоджатиме засміченню журналістами не лише національного інформаційного простору, а й світового, допоможе очистити сучасний інформаційний простір від бруду та сміття, а поготів, протистоятиме проблемі забруднення інформаційного радіосередовища; виховуватиме відповідальність у радійників за вплив своєї мисленнево-мовленнєвої продукції на свідомість людей; за якість власної риторичної культури [6, 318–327], що є найважливішим у професії радійника, бо "радіо за своєю природою покликане бути первинним джерелом суспільно значущої інформації; воно привертає увагу до тих або інших фактів, сприяє формуванню громадської думки" [3, 229]. Однак, щоб правильно використовувати свій голос, радіожурналіст має контролювати, по-перше, швидкість свого мовлення. Вона має бути такою, щоб усе, що він говорить, було зрозумілим. При виразному говорінні можна змінювати швидкість мовлення, а також виділяти важливі слова логічним наголосом, без цього інформація на радіо звучатиме невпевнено та нудно. Потрібно розслабитись, однак не варто говорити дуже повільно, бо тоді нецікаво слухати, водночас не варто говорити дуже швидко, ніби кудись поспішає, оскільки при цьому також втрачається увага радіослухачів, вони втомлюються.

По-друге, радійник має дотримуватись логічних пауз під час ефірного виступу. Пауза

має бути настільки довгою, щоб слухачі могли зрозуміти висловлені ідеї та приготуватися для сприйняття наступних. Автор чи ведучий має уникати примусових пауз (або просто вигуків). Пауза достатньої тривалості виділяє висловлені ідеї краще, ніж всі інші засоби усного мовлення.

По-третє, інформація ефективна лише у тому разі, коли вона ефективно донесена до слухачів. Радійники мають говорити голосно, однак не кричати та не дуже знижувати тембр свого голосу. Вони мають направляти свій голос на слухачів, а не, наприклад, на стіну. Варто й варіювати тембром свого голосу, щоб матеріал звучав цікавіше.

Тож радіожурналіст повинен володіти мистецтвом красномовства, адже це – мистецтво говорити так, щоб ті, до кого звертаються, слухали не лише без труднощів, а й із задоволенням, і щоб, захоплені метою, слухачі самі захотіли глибше проникнути в тему. Тобто кінцевою метою красномовства є мовна майстерність і в інформуванні, і в переконанні слухачів, і в заохоченні та спонуканні їх до дій, і навіть у зворушенні людських душ мистецтвом Живого Слова.

Сьогодні ж, в умовах широкої інформаційної експансії, журналістика як "четверта влада" має ефективно слугувати інтересам державотворення, національним інтересам українського народу, тому для сучасних радіожурналістів важливо відстоювати свій погляд, переконувати слухачів, спонукати їх до активної діяльності, а головне, заручитися довірою слухачів, бо "українське слово в ефірі – це далеко серйозніша зброя, аніж армія новобранців" [3, 19]. Тому користуватися методами та прийомами красномовства при досягненні певної мети для сучасної творчої інформаційної еліти радіожурналістики є необхідністю, бо на неї покладена особлива місія – забезпечувати суспільство формуванням світог-

лядних позицій, ціннісних орієнтацій, суспільних ідей, власних переконань людей. Тож недооцінювати силу слова у радіожурналістській майстерності недоречно, зважаючи на те, що слово – найважливіший інструмент професійної та творчої діяльності радійників.

Також не слід свідомо ігнорувати засади красномовства в радіожурналістській майстерності. Натомість варто не тільки інколи зазирати до тієї скарбниці прадавньої пам'яті та мудрості людської, а й черпати із цього незбагненого та невичерпного джерела. Адже засади красномовства у радіожурналістській майстерності допомагають радіожурналістам відповідати вимогам етичної, естетичної, мисленнєвої, комунікативної культури.

1. Антоненко-Давидович Б. Д. Як ми говоримо. – 4-е вид., перероб. і доп. – К., 1997.

2. Зеленецкий К. П. Исследование о риторике в ее наукообразном содержании и в отношениях, какие имеет она к общей теории слова и к логике. – О., 1846.

3. Москаленко А. З. Вступ до журналістики: Підруч. – К., 1997.

4. Ораторы Греции: Пер. с древнегр. – М., 1985.

5. Сагач Г. М. Риторика: Навч. посібник для студ. сер. і вищ. навч. закладів. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К., 2000.

6. Щербакова О. А. Світовий інформаційний простір потребує нашого захисту, або Риторика любові як духовна першооснова образу життя творчої особистості на межі століть // Науч. записки Луган. гос. пед. ун-та. Сер. "Филол. науки": Сб. науч. трудов [Структура и содержание связей с общественностью в современном мире] / Луган. гос. пед. ун-т им. Т. Шевченко. – Луганськ: Альма Матер, 2002. – С. 318–327.

В. О. Карпенко,
к. філол. н.
УДК 070. 001

Професіоналізм як фактор майстерності в журналістиці

Визначається суть терміну "професіоналізм" у журналістиці, що базується на сукупності теоретичних засад і практичних навичок.

The terms derivate "professionalism" which determines in the sum of the theoretic meanings and practical skills.

1. Справу роблять професіонали

Триєдину сутність майстерності (до речі, не тільки редакторсько-журналістської, а будь-якої) становлять професіоналізм, талант і труд. Розглянемо детальніше питання першого фактора – професіоналізму.

Професіоналізм є основою будь-якої справи. Він становить осердя будь-якого фаху. Недарма народна мудрість говорить, що кожен має робити свою справу. Біда, коли швець почне пироги пекти, а пекар чоботи шити. І хіба може бути добрим столяром людина, яка не вміє тримати стамеску? Так само, як і людина, далека від медицини, – зробити найпростішу хірургічну операцію?

Все це повністю стосується і редакторської справи та журналістики. Обидві ці професії мають спільну основу – текст, точніше – його написання та редагування, що й становить їх двоєдину даність. Це зайвий раз підтверджує: редакторська та журналістська майстерність тісно пов'язані, що перша впливає з другої і є логічним її продовженням. Тож передусім варто розібратися, що ж уважати професіоналізмом у журналістиці і кого – професіоналом.

У кожної людини генетично закладена схильність до певного роду діяльності. Хтось у душі гуманітарій, а хтось – технар. У когось переважає конкретне мислення, а в когось – абстрактне. Хтось має абсолютний слух, а комусь, як кажуть, ведмідь на вухо наступив. Одні люди сприймають навколишній світ у предметній конкретності, інші – в художніх образах; тому

© Карпенко В. О., 2004

першими розлогий дуб, наприклад, сприймається як звичайне дерево, будівельний матеріал чи купа дров, а другими – як незламний велет, символ краси і могуття. Так само є особи з літературними нахилами. На відміну від пересічних людей, для яких мова є лише звичайним засобом спілкування, для обдарованих літературно слово є будівельним матеріалом, за допомогою якого продукуються художні образи, літературні та публіцистичні твори.

Звичайно ж, для успішного розвитку особистості, її повнішої самореалізації важливо обрати таку сферу діяльності, яка б не тільки не суперечила закладеним од природи схильностям, а й гармоніювала з її внутрішнім єством. Якщо ж людина обрала не свою сферу, вона повсякчас відчуватиме життєвий дискомфорт, страждатиме від неможливості реалізувати свій потенціал, словом, почуватиметься не в своїй тарілці. Так, на жаль, нерідко трапляється, і тоді доводиться докорінно змінювати життєві орієнтири, робити круті повороти, аж доки не натрапиш на свою "жилу", себто на те живильне середовище, в якому легко розвиваються здібності, дані від природи. У повсякденні не раз доводиться подибувати людей, які закінчили вищий навчальний заклад, здобули конкретний фах, зазначений у дипломі, але ніяк не можуть знайти себе, аби працювати за спеціальністю.

Літературні здібності якраз і є тією "іскрою Божою", якою позначається схильність до творчості на базі слова. Хочеться сподіватися, що серед студентів Інституту та факультетів жур-

налістики немає людей випадкових (а якщо ж є, то одиниці), адже вступають сюди за покликанням. Саме у вищому навчальному закладі набувають фаху. Адже і редакторська справа, і журналістська мають певні параметри та свою специфіку, вимагають необхідних для виконання функціональних завдань знань та навичок. Щоб стати журналістом чи редактором, необхідно добре опанувати основи спеціальності, глибоко знати мову, оволодіти тонкощами та нюансами творчої праці. Йдеться зовсім не про механічне засвоєння певного масиву знань, тупе зазубрювання навчального матеріалу. Бо знання тільки тоді будуть живими і корисними, коли освітлюватимуться "іскрою Божою", тобто запліднюватимуться природною схильністю до літературної творчості.

Стало типовим явищем, коли письменники приходять у літературу через журналістику. Зворотний процес не зафіксований, але досить часто письменники звертаються до публіцистики як до найоперативнішого і найгострішого жанру, коли треба невідкладно відреагувати на реалії суспільного життя. Прекрасні зразки письменницької публіцистики знаходимо у творчості Івана Багряного, Олеса Гончара, Олександра Довженка, Романа Рахманного та багатьох інших. До цих зразків можна віднести особисті щоденники таких визначних майстрів пера, як Тарас Шевченко або згадувані Олександр Довженко та Олесь Гончар.

Однак далеко не кожен поет може бути успішним журналістом. Редагуючи "Вечірній Київ", який дуже шанувало красне письменство, мені доводилося стикатися з журналістськими вправами письменників. Як правило, написані ними статті були задовгі, хибували на багатослів'я та зайві красивості; їх доводилося скорочувати і редагувати, а через високий темп газетної щоденки працівникам редакції не завжди вдавалося погодити правки з автором. На цьому ґрунті виникали прикрі колізії. Довелося зобов'язати секретаріат не приймати підготовлені до друку оригінали без помітки "Правки з автором погоджено", а то й вимагати підпису самого автора. Матеріали відомих письменників і статті, замовлені головним редактором, я, незважаючи на зайнятість, редагував власноруч, не передоручаючи відділам. Я вважав неписаним правилом при необхідності серйозного втручання в текст запросити автора, щоб він перечитав відредагований матеріал або принаймні погодити з ним по телефону. Практично завжди вда-

валося переконати автора в доцільності внесених правок і таким чином уникати багатьох непорозумінь, викликаних невдоволенням елітної автури нашим редагуванням.

Зрозуміло, що головною передумовою професіоналізму є здобуття вищої фахової освіти. Саме дипломовані журналісти можуть зі знанням справи виконувати свої функціональні обов'язки. Але це зовсім не означає, що на ниві журналістики та редагування не можуть успішно працювати люди з непрофільною вищою освітою або й зовсім без неї. Практика знає багато прикладів, коли вчителі, юристи, екологи, інженери, агрономи, економісти ставали прекрасними журналістами і редакторами. Вочевидь, це є ті випадки, коли в людей природні літературні здібності вчасно не розкрилися і вони зробили помилковий вибір не зі своєї сфери. От і доводиться, хоч і запізно, робити поправку, обирати оптимальнішу стежку для реалізації своїх здібностей.

У наш час інформаційна сфера розвивається такими швидкими темпами, що вища школа не встигає забезпечувати її кадрами. Тому періодичні видання, надто газети, прес-служби, центри зв'язків із громадськістю вимушено комплектуються нежурналістами. Таким доводиться самотужки освоювати журналістсько-редакторські премудрості, або ж, уже маючи диплом вищої школи, здобувати другу освіту в інституті чи на факультетах журналістики.

Як і в кожній галузі суспільного життя, на редакторській та журналістській ниві зустрічаються як ремісники з дипломами вищого навчального закладу, які не хапають зірок з неба, так і недипломовані самоуки, які відмінно справляються зі своїми обов'язками. У першому випадку формальне здобуття професійної освіти, на жаль, не підкріплене відповідними здібностями, у другому – відсутність спеціальної вищої освіти компенсована талановитістю. І перших і других, якщо вони виконують функції редакторів і журналістів, можемо назвати професіоналами. Тому що професіоналами у цій галузі є всі, для кого редагування і журналістика стали основною діяльністю і засобом для існування. Проте, хоч як парадоксально звучить, до розряду справжніх майстрів своєї справи швидше можна віднести фахівців не дипломованих, але яскравих, ніж одипломлених, але сіреньких і невиразних. Перефразовуючи відоме народне прислів'я, можна сказати: по диплому зустрічають, проводжають по таланту.

Це зовсім не заперечує твердження, що професіоналізм є одним із найважливіших факторів майстерності. Навпаки, на такому протиставленні наочно помітна взаємозалежність і нерозривність цих двох складників професійної майстерності.

2. Освіченість – визначальна риса професійності

І все-таки самоуки у журналістиці скоріше виняток, аніж правило. Переважна більшість професіоналів у редакторській справі та журналістиці – це люди з вищою спеціальною освітою. Необхідність професійних знань диктується специфікою і потребою цієї не простої інформаційної сфери. Як й інженером-механіком не можна стати без відповідних знань фізики та математики, як і архітектор не відбудеться без розуміння конструювання та будівельної справи, так само і журналістові й редакторів необхідно розумітися на теорії і практиці своєї галузі та на журналістських і літературних жанрах.

Та не тільки це. Колись студентів факультетів та відділень журналістики переконували у перевагах і складнощах майбутньої професії тим, що журналіст має писати матеріали з різних сфер суспільного життя. Тому, ідучи до аграріїв, слід бути хоч трохи агрономом чи зоотехніком; зустрічаючись з пожежниками, треба знати тонкощі їхньої небезпечної професії; пишучи про шахтарів, варто хоч раз спуститися у шахту і відчувати всі "принади" їхньої роботи тощо.

Значною мірою це відповідає істині. Безперечно, справжній журналіст, щоб підготувати матеріал з будь-якої галузі, повинен по можливості бодай поверхово ознайомитися з її специфікою. Звичайно, не серйозно вимагати від журналіста, щоб він був повним "профі" у тій галузі, про яку пише (галузей багато і бути всезнайком, бути поліпрофесіоналом просто неможливо), але нікому не хочеться також мати вигляд повного профана. Адже, не маючи найменшого уявлення про те, що треба писати, неможливо навіть поставити грамотні запитання фахівцеві, з яким доводиться розмовляти.

Тому в журналістському середовищі час від часу порушуються питання, яким має бути журналіст – глибоко спеціалізованим у певній тематиці чи універсальним, готовим писати на будь-яку тему. Однозначної відповіді на це запитання немає. Навіть у практичного редактора періодичного засобу інформації. З одного боку, він

зацікавлений у тому, щоб за необхідності він міг будь-якої хвилини послати свого працівника в будь-яку точку написати матеріал на будь-яку тему. Тобто мати мобільного і знаючого професіонала, готового виконати будь-яке завдання в будь-якому жанрі.

З другого боку, він хоче отримати від журналіста якомога глибший матеріал на суспільно значущу тему, написаний професійно, цікаво, винахідливо. Якось на зустрічі зі студентами Інституту журналістики редактор однієї відомої газети з пафосом говорив: "Мені потрібен не просто журналіст, а фахівець з певної галузі. Наприклад, спортивну тематику має висвітлювати спортсмен, який знає спортивне життя зсередини". Звичайно, це було б непогано. А ще краще, мати спеціаліста з окремих видів спорту: з футболу, художньої гімнастики, важкої атлетики тощо.

Погодьтеся, що в реальному житті такі якості рідко коли поєднуються. Об'єктивно виходить, що журналіст-універсал, журналіст, так би мовити, широкого профілю навряд чи зможе "глибоко копати" – для цього йому бракує специфічних знань. Звичайно ж, що вужча спеціалізація журналіста, то глибше він може проникнути в сутність відповідної проблеми. Можна навести безліч прикладів, коли найбільших успіхів і найвищої майстерності досягали ті журналісти, які розробляли один тематичний пласт. Наприклад, широкому загалові відомі авторські радіопередачі Анатолія Погрібного з питань мовної політики, багато людей залюбки читають політичні огляди Юлії Мостової, Ірини Погорелової, Тетяни Коробової, великий інтерес у телеглядачів викликають передачі, які ведуть журналісти "5-го каналу" Світлана Рябошапка чи Роман Скрипін. Матеріали авторів "своїх" тем, оприлюднені у засобах масової інформації, часто отримують – і цілком заслужено – своє продовження у книгах.

Але яким чином у навчальних програмах Інституту чи факультетів і відділень журналістики врахувати безліч спеціалізацій? Як водночас готувати журналістів-економістів, -політологів, -аграрників, -спортознавців та інших? Практично це неможливо.

Однак вихід є. Він полягає в тому, що навчальні заклади дають студентам основи саме журналістського фаху, а вони, студенти, вже самі обирають галузь спеціалізації, тематичний пласт, який посилено вивчають самотужки, і визначають "свою тему". Вершини довершеності

може досягти фахівець саме у своїй темі.

Та для справжнього журналіста тільки фахових знань недостатньо. Він має бути у повному розумінні сучасною людиною. Адже професія журналіста – це своєрідне людинознавство та суспільствознавство. Тому важко уявити успішного журналіста без університетської освіти. Глибокі знання філософії, загальної історії та історії своєї держави і свого народу, вільна орієнтація у переплетіннях сучасної політики є не тільки показником рівня освіченості особи, що як повітря необхідна для журналіста та редактора, але також є підмурком його світогляду, його розуміння напрямів розвитку суспільства, його щирого патріотизму, його усвідомленого відстоювання інтересів українського народу та Української держави, його, зрештою, журналістської та громадянської зрілості.

Тільки глибокі національні корені, національні риси у творчості можуть мати інтернаціональне значення, представляти загальний інтерес. Тільки глибоконаціональне може стати явищем інтернаціональним, тобто стати предметом світової уваги. Це стосується не тільки літератури та мистецтва, але також журналістської та видавничої справи. Тому і сьогодні з великим інтересом читаються в усьому світі, наприклад, не тільки художні твори, й репортажі та статті відомого майстра пера Ернеста Хемінґвея.

3. Ерудованість – каталізатор творчості

Не секрет, що у журналістів та редакторів дуже високо поціновується їхня ерудиція. Власне вона є яскравою ознакою освіченості. Звичайно ж, ерудованість виробляється в процесі навчання, якщо студент наполегливо та цілеспрямовано поповнює свої знання, виходячи з навчальної програми.

Однак формат навчальних програм не слід сприймати за межу, за яку не треба переступати. Думати так – отже, штучно обмежувати свій світогляд, який у журналістській та редакторській праці важить дуже багато. Серйозний студент, який прагне стати справжнім журналістом чи редактором повинен бути передовсім ерудованою людиною. Тому паралельно зі здобуттям вищої освіти не завадить серйозно займатися самоосвітою. І після отримання диплома – також. Вчитися, як кажуть у народі, ніколи не пізно. Це, власне, є перманентний процес для кожного жадібного до знань розуму.

Ви можете сказати, що знати все неможливо, і матимете рацію. Справді, всі знання, які виро-

била людська цивілізація впродовж тисячоліть, не тільки не спроможний охопити розум окремої особи, навіть надгеніальної, – вони не вмістяться в пам'яті найпотужнішого комп'ютера. Однак треба намагатися знати не просто якомога більше, а більше з тих галузей знань, які вас цікавлять і які, на вашу думку, можуть знадобитися в житті. Себто набувати ерудиції слід цілеспрямовано і бажано планомірно. Зовсім непогано скласти перелік дисциплін, авторів і їхніх праць, з якими треба ознайомитися додатково. Читання має бути прицільним. Найважливіші для вас твори варто законспектувати, надто ті, які стосуються ваших захоплень, тематичного пласта, який вас цікавить. Взагалі читати слід з нотатником, куди варто заносити найцікавіші думки, навіть окремі вислови й рідкісні слова, не забуваючи при цьому про посилання. Не треба вважати це рутинною справою: в подальшій практичній роботі це може стати у великій пригоді.

На що слід звертати увагу, враховуючи специфіку нашої професійної комунікації?

Передусім на ті галузі та науки, які є наріжними для нашого фаху. Поглиблене вивчення філософії допоможе сформувати незалежний світогляд. Знання психології потрібні для спілкування з людьми в процесі виконання функціональних обов'язків. Без логіки важко чітко, струнко та переконливо формулювати думку. Не знаючи досконально мови, неможливо майстерно написати власний твір чи відредагувати чужий. Політологія допоможе правильно орієнтуватися в лабіринтах суспільних суперечностей і борінь. Економічні знання потрібні, щоб "не поплисти" в питаннях сучасного бізнесу. А стеження за розвитком нинішнього літературного процесу та культури загалом додасть упевненості, допоможе не стояти осторонь важливого духовного потоку.

Висока ерудованість прикрашає кожну особу, полегшує її спілкування з іншими людьми: адже приємніше підтримувати розмову на будь-яку тему зі знанням справи, а не ніяковіти, почуваючи себе дискомфортно через поверхове уявлення про обговорювану тему.

Яку роль відіграє ерудиція у повсякденній праці журналіста та редактора?

По-перше, здобуті знання допомагають журналістам у точному виборі теми, а редакторів полегшують спілкування з автором та роботу над рукописом.

По-друге, пришвидшують сам робочий процес та економлять час, оскільки вивільняють від

додаткового ознайомлення з літературою по темі: все або значна частина того, що вам потрібно, утримує ваша пам'ять, або ви легко знайдете у ваших записниках.

По-третє, ерудиція допомагає компетентно, зі знанням справи спілкуватися з людьми, що становить значну і важливу частку журналістсько-редакторської праці.

По-четверте, здобуті знання ви можете використати у творі, який пишете чи редагуєте: адже ви легко відшукаєте при потребі історичний аналог, пошлетесь на певний прецедент, що мав місце, вставите в текст афоризм, дотепний вислів, парадокс, порівняння чи метафору.

Отже, висока ерудиція журналіста і редактора є потужним каталізатором творчого процесу і визначальним показником їхньої високої фахової майстерності.

4. Фахові навички – основа майстерності

І фахова освіченість, і ерудиція журналіста та редактора, звичайно, важливі й необхідні, але самі по собі недостатні складники високого професіоналізму, який разом з талантом становить основу майстерності. Вони, як і щойно проявлена фотоплівка, потребують закріплення. Таким закріплювачем здобутих знань є практика.

На жаль, не всі студенти, переступивши поріг вищого навчального закладу це розуміють. Якось я запитав першокурсників відділення редагування та видавничої справи, ким вони будуть після закінчення навчання. Відповідь була однотайною: редакторами. На уточнююче запитання, якими конкретно редакторами, аудиторія задумливо притихла. І тут сміливо обізвалася одна студентка: "Я хочу бути головним редактором?" Головним – не більше, не менше. На ці слова почувся глумливий смішок. Отже, інші розуміли нереальність такого бажання – відразу після отримання диплома стати головним редактором.

У принципі нічого поганого в такому бажанні немає. Здорові амбіції є рушієм у досягненні мети. Ще Наполеон метафорично говорив, що кожен солдат носить у своєму ранці маршальський жезл. Однак треба тверезо оцінювати свої сили і можливості, щоб згодом не спіткало гірке розчарування. Звичайно, дівчина може стати головним редактором, але не відразу ж після інституту, а пройшовши через горнило практики і набувши відповідного досвіду. Щоб успішно добратися до верхніх щаблів кар'єри, треба починати з нижніх. Осо-

бисто я починав з районної газети: був коректором, літературним працівником, завідувачем різних відділів, заступником редактора газети. Можу засвідчити: це була добра школа, пройшовши яку, я впевнено почувався на журналістській ниві, куди б мене не закидала доля.

Редагуючи впродовж 15 років столичну газету "Вечірній Київ" і навчаючи за сумісництвом студентів факультету, а потім Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, я, зрозуміло, мав більшу, ніж інші, можливість поповнювати редакційні кадри за рахунок випускників. І з власних спостережень знаю, що повноцінними журналістами молоде поповнення ставало після щонайменше двох років роботи у штаті редакції.

Це підтверджує ту істину, що високий професіоналізм виробляється практикою, коли здобуті знання закріплюються досвідом. Досвід складається з оволодіння багатьма професійними навичками, які здобуваються тільки тоді коли молодий спеціаліст особисто опанує будь-яку технологічну операцію, притаманну обраному фахові. Повною мірою це стосується і журналістського ремесла.

Фахових навичок, якими треба володіти журналістові, багато. Назвемо основні.

Професійне мислення. Хоч на перший погляд це здається трохи парадоксальним, однак специфіка журналістики накладає свій відбиток на мислення. Воно має бути масштабним і значною мірою системним. Переважати має аналітичний підхід до кожного життєвого факту. Треба вміти мислити як науковими категоріями, так і художніми образами. Оцінюючи факти, журналіст за виробленою звичкою "приміряє" їх на читача, слухача, глядача: як найдокладніше їх розчепити, у який ряд вибудувати, які грані вип'ятити, як докладніше подати.

Професійна логіка впливає із власного сприйняття навколишнього світу, допомагає виокремити професійні зацікавлення, чітко викласти думку, переконати споживача інформації в тому, у чому ви самі переконані. Нелогічно побудований матеріал розпадається, як будинок, зведений на піску.

Професійна умілість. Це поняття багатозначне, включає в себе чимало суто фахових деталей – від досконалого володіння мовою до уміння вибудувати форму (структуру) матеріалу. Не маючи чіткого уявлення про журналістські жанри, неможливо професійно побудувати твір, обрати таку

форму подачі, яка б найповніше відповідала змістові. Навіть поставити запитання під час інтерв'ю чи збирання інформації треба уміти. Бо яке запитання, така буде і відповідь на нього [4].

Професійна комунікабельність. Це суто журналістська риса. У процесі роботи доводиться спілкуватися з багатьма людьми. Треба добре знати етикет, уміти чомно та коректно вести бесіду чи говорити по телефону, щоб не "відлякати" співрозмовника. Щоб отримати потрібну інформацію, треба зуміти розговорити людину, викликати її довіру і бажання розповісти вам те, що вас цікавить.

Професійна мобільність. Журналіста, як і вовка, ноги годують. Треба бути готовим будь-якої хвилини їхати туди, куди вимагає справа, куди кличе редакційне завдання: на пожежу, на мітинг, на завод чи в село, хоч і до чорта на болото. Є золоте репортерське правило: бути у потрібному місці в потрібний час. За будь-яких умов не розгубитися. Потрібна миттєва реакція на будь-яку несподіванку. Нерідко трапляється так, що коли не вибереш вигідну хвилину, цікавий матеріал вислизне з рук.

Професійне чуття. Воно приходить з досвідом, коли виробляється інтуїтивне розуміння, що саме в даний конкретний момент потрібно для засобу масової інформації, у якому працюєш. Це допомагає орієнтуватися в навколишньому світі та відбирати з багатоманіття фактів саме ті, які сьогодні найактуальніші.

Принагідно згадується один епізод з власної практики. Під кінець горбачовської перестройки, що завершилась розпадом Радянського Союзу, мені випало бути делегатом останнього. XXVIII з'їзду КПСС – тоді вперше делегатів не на обласних конференціях призначали, а обирали на альтернативній основі в партійних організаціях по районах, і мене висунули комуністи Держплану України та підтримали первинні організації Печерського району Києва як прихильника так званої Демократичної платформи в компартії.

Найбільшою сенсацією з'їзду став виступ опального Бориса Єльцина, майбутнього президента Росії, який на той час був виведений з політбюро і звільнений з посади першого секретаря Московського міськкому партії. Єльцин у властивому йому дусі критикував вище керівництво та КПСС загалом. І тут же заявив, що не хоче бути в такій партії і виходить з її рядів. Це був нечуваний виклик, до цього доброжити

партію не покидали, з неї лише виключали, що сприймалося чи не найбільшою особистою трагедією для людини. Від несподіванки зал Кремлівського палацу з'їздів затих у заціпенінні. Єльцин же повільно, з гордо підведеною головою попрямував до виходу.

Я оговтався досить швидко, і оскільки моє місце було недалеко від проходу, я не задумуючись, кинувся вслід за Єльциним. Наздогнав його вже надворі – Борис Миколайович задумливо простував до кремлівської брами. На кілька кроків позаду йшов спортивного вигляду чоловік, як з'ясувалося, охоронець. Він-то і не дав можливості обійти його, перепиняючи мені шлях до Єльцина своїм корпусом. Тоді я гукнув:

– Борисе Миколайовичу, я журналіст з Києва – прошу дві хвилини.

Єльцин обернувся, зміряв мене поглядом і подав знак охоронцеві пропустити. Я привітався, він, подаючи руку, мовив:

– Більше двох хвилин ми й не матимемо. Поговоримо, скільки встигнемо, поки дійдемо до брами.

Зрозуміло, що я не був підготовлений до розмови, не мав можливості продумати заздалегідь запитання, тому доводилося вести розмову експромтом. До того ж не мав з собою диктофона, а витягати записник і нотувати на ходу несподівано і незручно. Зрозуміло було: запитань не може бути більше двох, а відповіді треба запам'ятовувати.

Я запитав, чим викликаний і чи важко йому дався його вчинок, а також – про бачення відносин Росії та України в нових умовах. Єльцин відповідав стисло і логічно – часу до брами нам вистачило.

Подякувавши за розмову, я вже не повернувся на засідання, а поспішив до готелю та, передусім, занотував, щоб не забути, відповіді Єльцина. Інтерв'ю вийшло невелике за обсягом, але сенсаційне: надзвичайно оперативне, ударне за змістом, актуальне та колоритне завдяки контроверсійній постаті співрозмовника. Я передав його телефоном, і другого дня воно вже стояло в газеті.

Без зайвої скромності скажу: й досі пишаюся тим, що не розгубився, вчасно, можна сказати, інтуїтивно зорієнтувався, зумів переговорити з незвичайною людиною, чиє ім'я було тоді на слуху, і підготувати те невелике за обсягом, але важливе за злободенністю інтерв'ю. Тодішня преса на всі заставки лаяла вчинок Єльцина, тому публікація в газеті "Вечірній Київ" стала

свіжим ковтком правди – люди з перших уст дізналися, що і чому відбулося на з'їзді.

Восени того ж року на прес-конференції після зустрічі у Києві голів парламентів Росії та України Єльцина і Кравчука, я підійшов до Бориса Миколайовича взяти автограф. Він упізнав мене, потис руку:

– Дякую за те інтерв'ю під час з'їзду. Мені передали "Вечірній Київ" – то була чи не єдина правдива публікація про мій вихід з КПРС.

Професійна взаємозамінність. Це передовсім уміння робити все, що треба, на будь-якому етапі технологічного процесу підготовки засобу масової інформації до тиражування. Не можна гребувати ніякою редакційною роботою. Треба могли не тільки написати матеріал у відповідному жанрі на тему іншого відділу, якщо виникає у цьому потреба, а й при необхідності замінити коректора, літературного редактора, розграфити макет полоси, дібрати відповідні ілюстрації та заголовні шрифти тощо. Якщо таке уміння у вас буде, відчуєте, як високо цінитиме вас керівництво.

Професійний ризик. Розумний ризик у будь-якій професії виправданий. Недарма говорить: хто не ризикує, той не п'є шампанського. У журналістиці ризикувати доводиться досить часто, надто тоді, коли подається нова, ще неусталена думка. Більше того – без ризику немає справжньої журналістики. Взятися за нову, не апробовану тему – ризик. Друкувати гострокритичний матеріал – ризик. Зачепити словом владомощців – ризик. Висвітлити те, що певні сили воліли б приховати, – ризик. Редактор друкованого засобу масової інформації ризикує постійно, приймаючи те чи те рішення. Ризик полягає в тому, що вас можуть не зрозуміти, не сприйняти, розкритикувати, зрештою, при нагоді й до суду можуть притягнути. Можна, звичайно, бути надобережним, не ризикувати, але без цього журналістика не буде яскравою, свіжою та цікавою: сірість попиту не має.

Для ілюстрації знову ж таки пошлюся на приклад з власного досвіду. Наприкінці 80-років минулого століття посилену увагу громадськості була прикута до проблем розширення функціонування української мови. Навіть була створена неформальна, як тоді казали, громадська організація Товариство української мови (ТУМ), яка потім злилася з відродженою "Просвітою". Мовні проблеми досить жваво обговорювалися в пресі – на ті часи то була свіжа тема. "Вечірній

Київ" також висвітлював цю проблематику. Щоб грамотно і цікаво повести тему, ми шукали нестандартні підходи та неординарну автуру. Для заспіву дискусії я ризикнув замовити статтю Іванові Дзюбі – авторові нині широковідомої, а тоді ще забороненої праці "Інтернаціоналізм чи русифікація". Ризик полягав у тому, що за цю, тоді ще заборонену працю, яка була видана за кордоном, а в Україні належала до самвидаву, Іван Михайлович був підданий репресіям. І хоч тоді він уже повернувся на волю, та загальнополітична преса його не публікувала, оскільки на ньому було страшне клеймо – звинувачення в українському буржуазному націоналізмі. Але хто міг краще від нього написати про мовні проблеми. Я потелефонував Іванові Михайловичу і запропонував виступити на цю тему у нашій газеті. Він, подумавши, сказав:

– Написати – не проблема, але ж чи зможете ви опублікувати?

– Зможемо, – відповів я твердо.

Невдовзі проблемна, написана зі знанням справи, стаття лежала у мене на столі. Писав Дзюба спокійно й аргументовано. Я без затримки поставив її у черговий номер. Матеріал "Бо то не просто мова, звуки..." зайняв цілу шпальту формату А-2. А через день після виходу газети пролунав телефонний дзвінок з міськкому партії: мене викликали на екстрене засідання бюро з поясненням, як і чому з'явилася стаття Івана Дзюби.

"Проробка" на партбюро – річ не тільки малоприємна, а й небезпечна: нерідко редактори поверталися з такого засідання без партквитка, а отже, і без посади. А траплялося, що їх забирали машина швидкої медичної допомоги. Тому я сів серйозно готуватися до бюро, підняв партійні документи, щоб обґрунтувати рішення опублікувати статтю дотриманням курсу партії на перестройку і демократизацію. Аж тут телефонує сам перший секретар міськкому партії Костянтин Масик і каже:

– Ти знаєш. ВВ (Володимиру Васильовичу Щербицькому) сподобалася стаття Івана Дзюби. Він зазначив, що вона досить глибока, написана зі знанням справи, і головне – розважливо. Так що тебе можна привітати...

Від таких слів я аж остовпів. Все-таки перепитав:

– А як бути з бюро?

– Та яке бюро! Так тримати! – бадьоро відповів секретар.

Отримавши зелене світло перед цією проблематикою, ми "так і тримали": широко розгорнули дискусію про мову, друкуючи численні відгуки читачів. Та листів було стільки, що газета не могла їх усі оприлюднити. Я запропонував Дзюбі зробити кілька подач оглядів читацької пошти. Він люб'язно погодився, і я передав йому понад 200 листів. Іван Михайлович підготував дві подачі своїх роздумів над цими дописами. Вийшла жвава і цікава розмова з проблем української мови на сторінках газети, у формі своєрідного діалогу між читачами та письменником.

Ці публікації викликали значний інтерес. Із видавництва "Радянський письменник" попросили дозволу видрукувати ці матеріали окремою книжкою. І редакція, і автор погодилися. Книжка Івана Дзюби "Бо то не просто мова, звуки..." з моєю передмовою та добіркою читацьких відгуків побачила світ. Згодом за неї Іванові Дзюбі було присуджено найпрестижнішу в країні Шевченківську премію.

Серед повсякденних ризиків цей був найуспішніший. Скажете, що це щасливий випадок, збіг обставин? Так. Але щасливий випадок можливий, коли ризикуєш.

Професійна етика – чи не найважливіша риса журналіста і редактора. Ні про яку майстерність не може бути й мови, якщо майстер слова не буде дотримуватися етичних норм і правил, вироблених практикою. Етика повинна стати визначальним елементом ества професіонала, другою натурою, звичкою, що входить у підсвідомість. Але це окрема тема, яка буде розглянута далі.

5. Професіоналізм у контексті норм журналістської праці

Тісно до професійної етики примикають правила і принципи журналістської праці, вироблені практикою. Без них неможливо стати добрим професіоналом. Деякі з них варто розглянути як необхідні передумови майстерності.

Правдивість становить серцевину журналістського ремесла. Без неї неможливе документальне відображення дійсності, що, власне, і робить журналістика. Бути правдивим – означає писати правду і тільки правду. Однак при цьому дуже важливо від правди відрізнати правдоподібність.

Правда – те, що відповідає дійсності, відображає внутрішню сутність явища чи події, в її основі лежить дійсний факт, тобто те, що відбулося, відбувається чи неодмінно відбудеться насправді.

Правдоподібність – зовнішній бік правди, те, що схоже на правду, здається правдою. Це може бути факт, який відбувся (і це – правда), але водночас можуть замовчуватися важливий нюанс або свідомо зміщуватися акценти того, що відбулося чи відбувається (у цьому випадку це буде неповна правда або, іншими словами, правдоподібність).

У творчому середовищі розрізняють ще правду життєву і правду художню. Це суттєво, оскільки таке розуміння дозволяє чіткіше визначити своєрідний вододіл між художньою літературою, себто красним письменством, і журналістикою, себто документалістикою.

Правда життєва – це реальність, те, що справді мало місце в житті у тій сутності й тих формах, в яких це відбулося насправді. Правда життя – основа журналістської творчості, в якій відступ від правди життя неприпустимий, інакше це фактично вже буде спотворення правди, її фальшування, що суперечить наріжним принципам журналістики. У кращому випадку це може бути правдоподібність, що також засуджується в журналістських колах.

Правда художня характерна для творів красивого письменства. Це, власне, правда типізована, втілена в художньому відображенні дійсності. Факти, ситуації і характери, створені письменником, не обов'язково відображення тих, що відбулися в реальному житті (хоча і такі можуть бути). Це окремі деталі, риси, факти, зібрані письменником по зернятку, осмислені ним і типізовані: себто це – вигадані і домислені автором типові колізії, характери, сюжети, яких найчастіше не було в житті, але вони цілком могли чи можуть бути. Навіть якщо це є фантастика, де може бути суцільний вимисел, але й тоді політ письменницької думки спирається на наукові та життєві реалії.

Незважаючи на авторський вимисел і домисел у художньому творі, письменник не може відступати від художньої правди. Інакше літературний твір втратить свої суттєві якості, може перетворитися у пасквіль на реальність.

Великий майстер слова Олександр Довженко свого часу записав у своєму щоденнику:

"Якщо вибирати між красою і правдою, я вибираю красу. У ній більш глибокої істини, ніж у одній лише голій правді. Істинне тільки те, що прекрасне.

І коли ми не постигнемо краси, ми ніколи не зрозуміємо правди ні в минулому, ні в сучаснім.

ні в майбутньому. Краса нас всьому учить. Ся проста істина лишилася, проте, не признаною, особливо ворогами високих мислей і почуттів. Краса – верховний учитель.

Доказ цьому мистецтво – малярі, скульптори, архітектори, поети. Що б нам лишилося од Риму, од Ренесансу, коли б їх не було?

У всьому людському я шукаю красу, себто істину" [1].

Тут немає суперечності між правдою художньою і правдою життєвою, як може здатися на перший погляд. Тим більше протиставлення. Олександр Довженко як майстер слова розглядає категорії правди і краси не у філософському, а в суто художньому сенсі. У цьому випадку красу треба розуміти як художню правду. І протиставлення краси (художності) голій правді цілком правомірне. Настільки, наскільки художнє (естетичне) освоєння дійсності відрізняється (можна сказати: протиставляється) освоєнню науковому чи документальному. Та й сам Олександр Довженко підкреслює, що в усьому людському (у реальності) шукає красу, себто істину (іншим словом – правду). У цьому контексті зрозумілішим стає вислів іншого письменника про те, що краса врятує світ.

Точність фактажу – одне з тих правил журналістської діяльності, яке впливає з принципу правдивості й якого має дотримуватися кожен, хто став на стежку Журналістики. Власне, точність це не тільки ввічливість королів, а й характерна риса високого професіоналізму та одна з найважливіших ознак справжньої майстерності.

У журналістській творчості виникають моменти, коли доводиться вдаватися до домислу, та це розглянемо в іншій темі.

Об'єктивність також тісно примикає до правдивості, без неї демократичні мас-медіа неспроможні виконувати свої соціальні функції.

Поняття об'єктивності в українській мові має два значення. Перше – основний принцип у матеріалістичній теорії пізнання, за яким визнається існування об'єкта, об'єктивної дійсності як джерела відчуттів – у цьому його синонімічна схожість з поняттям правдивості. Друге – антинауковий спосіб тлумачення явищ реального життя, який обмежується констатуванням наяв-

ності певних суспільних процесів, без аналізу їхніх причин [3]. Себто йдеться про суто зовнішню фіксацію певних фактів, рис, відтінків, узятих з реальної дійсності поза причинами їхнього виникнення та розвитку. У цьому розумінні поняття об'єктивізм можна поставити в один синонімічний ряд з поняттям правдоподібності. Звичайно ж, практичний журналіст (і редактор) мають дотримуватися принципу об'єктивності та уникати у своїй діяльності того, що іменується об'єктивізмом.

Принциповість – це не тільки риса характеру особи, а й моральний принцип, дуже важливий для успішної творчої роботи. Він характеризує рівень редакторської та журналістської зрілості. Безпринципність робить журналіста схожим на флюгер: куди вітер подме, туди й перо своє повертає. Це свідчить про відсутність у людини необхідного світогляду, чітко визначеної життєвої позиції, усталених поглядів. Безпринципність, як правило, призводить до продажності – найгіршого, що може бути в журналістиці.

Слід завжди пам'ятати, що журналістська та редакторська праця належить до надзвичайно важливої і тонкої сфери людської діяльності, вона безпосередньо може впливати на розум і психіку масової аудиторії. Тому тут, як, мабуть, у ніякій іншій сфері, потрібні не тільки неабиякі здібності, а передовсім високий рівень професіоналізму. А отже – відповідальності. Як правильно зазначав світлої пам'яті Анатолій Москаленко, перший директор Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка: "У журналістській роботі найбільший тягар відповідальності легший, ніж тягар безвідповідальності. Від першого, буває, втомлюються, від іншого духовно вмирають" [2].

1. Довженко О. Щоденник // Твори: У 5 т. – К., 1966. – Т. 5. – С. 204–205.

2. Москаленко А. З. Вступ до журналістики. – К., 1997. – С. 103.

3. Словник української мови. – К.: Наукова думка, 1974. – Т. 5. – С. 495–496.

4. Ученора В. Беседи о журналистике. – М.: Молодая гвардия, 1985. – С. 142.

Н. М. Вернигора,
асист.;
Ю. В. Некрасова,
студ.
УДК 016 : 002. 5

Наукові записки Інституту журналістики. Показчик змісту 2000 – 2002

Список бібліографічних джерел

2000. – Т. 1.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: Н. Ф. Непийвода (заст. голов. ред.), Р. М. Єсипенко, В. Ф. Іванов, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. О. Приступенко, Т. В. Старченко, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Г. А. Дзюбенко (відп. секр.), В. Швець (ред.), І. Синельникова (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – Жовтень – грудень. – 141 с.

Див.: 6, 19, 40, 52, 53, 61, 73, 78, 84, 90, 101, 111, 124, 128, 138, 143, 147, 155, 165, 185, 188, 191, 197.

2001. – Т. 2.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: Н. Ф. Непийвода (заст. голов. ред.), Р. М. Єсипенко, В. Ф. Іванов, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. О. Приступенко, Т. В. Старченко, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Г. А. Дзюбенко (відп. секр.), Н. Вернигора, В. Швець (ред.), І. Синельникова (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – Січень – березень. – 111 с.

Див.: 9, 13, 17, 30, 68, 85, 100, 112, 140, 176, 184, 189, 190, 196.

2001. – Т. 3.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов,

Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Крижанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко, В. Швець (ред.), В. Хлюдзинський (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – Квітень – червень. – 107 с.

Див.: 15, 18, 29, 46, 65, 69, 75, 102, 113, 117, 127, 133, 136, 142, 169, 173, 183.

2001. – Т. 4.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Крижанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко (ред.), В. Хлюдзинський (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – Липень – вересень. – 93 с.

Див.: 14, 23, 26, 42, 50, 62, 71, 81, 92, 106, 116, 137, 148, 178.

2001. – Т. 5.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Кри-

жанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко (ред.), В. Хлюдзинський, Л. Репік (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – Жовтень – грудень. – 128 с.

Див.: 22, 24, 31, 39, 51, 55, 58, 63, 64, 92, 103, 104, 118, 129, 139, 149, 150, 153, 163, 170, 195, 202.

2002. – Т. 6.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Крижанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко (ред.), Л. Репік (верст.), О. Поліщук (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – Січень – березень. – 147 с.

Див.: 16, 21, 32, 33, 37, 56, 59, 72, 93, 123, 130, 144, 158, 172, 177, 201.

2002. – Т. 7.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Крижанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко (ред.), Л. Репік (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – Квітень – червень. – 171 с.

Див.: 1, 2, 7, 10, 25, 28, 36, 43, 44, 48, 49, 54, 67, 70, 74, 76, 89, 96, 107, 108, 110, 119, 122, 132, 134, 135, 141, 146, 152, 157, 159, 160, 161, 162, 164, 166, 167, 175, 180, 182, 186, 187, 194, 198, 199.

2002. – Т. 8.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса

Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Крижанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко (ред.), Л. Репік (верст.), О. Поліщук (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – Липень – вересень. – 175 с.

Див.: 5, 12, 34, 38, 57, 66, 77, 80, 82, 86, 88, 95, 99, 105, 109, 114, 125, 126, 145, 156, 171, 174, 181, 200.

2002. – Т. 9.

Наукові записки Інституту журналістики / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Голов. ред. В. В. Різун; Редкол.: М. М. Розумний (заст. голов. ред.), В. І. Головченко, Р. М. Єсипенко, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, Г. Д. Казьмирчук, Ф. М. Кирилюк, М. Ю. Козицький, А. Є. Конверський, О. Ф. Коновець, В. П. Крижанівський, Є. А. Макаренко, А. Г. Погрібний, О. Д. Пономарів, Т. В. Старченко, М. С. Тимошик, Б. І. Черняков, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр; Н. Вернигора (відп. секр.), Г. Дзюбенко (ред.), Н. Шевченко (верст.), В. Шевченко (техн. ред.), А. Мурга (худож.). – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – Жовтень – грудень. – 228 с.

Див.: 3, 8, 11, 20, 27, 35, 41, 45, 47, 60, 79, 83, 87, 94, 97, 98, 115, 120, 121, 131, 151, 154, 168, 179, 192, 193.

Перелік публікацій

1. Альошина В. О. Новини. PR-інформація, реклама: принципи розмежування // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 52–56. – Бібліогр.: 6 назв.
2. Анастасьєва О. О. Історія Києва – газетним рядком // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 57–58.
3. Артемчук О. В. До проблеми реалізації екуменічної моделі в Україні: історичні віхи та перспектива // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 10–23. – Бібліогр.: 20 назв; з посиланнями у тексті.
4. Артемчук О. І. Екуменічна публіцистика: зародження, розвиток та історична перспектива

// Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 14–21. – Бібліогр.: 20 назв; з посиланнями у тексті.

5. Афанасьєва К. О. Видавниче піратство в Інтернеті: український контекст // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 108–111. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

6. Бабак М. Тексти для веб-сторінок // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 131–132.

7. Баландюк Н. С. Кого цікавить бренд "Свобода"? // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 59–61.

8. Беляков О. О. Паблік рилейшнз для довкілля // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 180–186. – Бібліогр.: 17 назв; з посиланнями у тексті.

9. Беляков О. О. Особливості освіти та працевлаштування журналістів у Німеччині // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 12–16. – Бібліогр.: 9 назв.

10. Бондаренко В. В. Розвиток комерційної реклами на сторінках періодики Східної України середини XIX – початку XX століття // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 62–64. – Бібліогр.: 2 назви.

11. Бондаренко Т. Г. Інтерфедеми і росіянізми як наслідок міжмовних контактів на лексичному рівні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 106–111. – Бібліогр.: 12 назв; з посиланнями у тексті.

12. Бондаренко Т. Г. Критерії виявлення мовних помилок під час редагування журналістських матеріалів // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 112–116. – Бібліогр.: 10 назв; з посиланнями у тексті.

13. Бондаренко Т. Г. Орфографічна помилка: спроба лінгвістичного переосмислення // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 108–111.

14. Буряк В. Д. Еволюція нових форм філософсько-образної інтерпретації факту у творчому мисленні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 9–17. – Бібліогр.: 5 назв.

15. Буряк В. Д. Еволюція термінологічного інструментарію сучасної теорії публіцистики: інтелектуальна модель інформаційного відображення // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 50–57. – Бібліогр.: 7 назв.

16. Буряк В. Д. Комунікативність інформаційно-художньої свідомості: форми архітектоніки тексту // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 53–60. – Бібліогр.: 12 назв; з посиланнями у тексті.

17. Василенко М. К. Про ефективність підготовки репортерів за оновленою програмою в Інституті журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 9–11.

18. Василенко М. К. Історичний репортаж: парадокси жанру, методика підготовки і написання // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 90–92.

19. Василенко М. К. Новації у методах підготовки сенсаційних матеріалів у друкованих ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 115–117.

20. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 162–165. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

21. Вежель Л. М. Горизонти журналів "Нива" та "Божі сліди" під орудою Гавриїла Костельника // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 85–94. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.

22. Вежель Л. М. На маргіналіях моралі (Г. Костельник про оповідання О. Ржепецької "Вічне полум'я") // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 114–119. – Бібліогр.: 2 назви.

23. Вежель Л. М. Поетична спадщина Гавриїла Костельника // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 56–62. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.

24. Веркалець М. М. У супроводі ненії, чи пак – "Інтернаціоналу" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 106–110. – Бібліогр.: 1 назва.

25. Весела Н. О., Гаврилова Ю. Ю. Поновлений статус наук комунікативного типу в підготовці журналістів // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 17–18.

26. Владимиров В. М. Від масового незнання до масового розуміння: шлях герменевтики через терени журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 47–55. – Бібліогр.: 17 назв.

27. Владимиров В. М. Герменевтичний універсум і межі журналістики // Наукові записки. – К.:

Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 155–158. – Бібліогр.: 11 назв; з посиланнями у тексті.

28. Владимиров В. М. Від дискурсу до інтеркурсу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 68–69. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

29. Владимиров В. М. Інформування, комунікація, спілкування: відмінне й спільне у просторі масового розуміння // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 58–64. – Бібліогр.: 14 назв; з посиланнями у тексті.

30. Владимиров В. М. Місія журналістики: у порядку постановки питання // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 91–98. – Бібліогр.: 13 назв; з посиланнями у тексті.

31. Владимиров В. М. Преса тоталітарної моделі: насильство над свободою інтерпретації // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 52–61. – Бібліогр.: 17 назв.

32. Владимиров В. М. Хаос, герменевтика, журналістика, або Світоглядницькі засади творчості у мас-медіа // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 77–84. – Бібліогр.: 16 назв; з посиланнями у тексті.

33. Волобуєва А. М., Лютик І. В., Пасова Т. О., Погорелова О. В., Романчик Н. В., Сарاپин Н. Л., Соломко І. Д. Гендерна політика у дзеркалі преси (моніторинг газет "День", "Дзеркало тижня", "Столиця", "Хрещатик") // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 66–69.

34. Воронова М. І. Сучасна портретистка. Проблеми жанру // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 145–148. – Бібліогр.: 4 назв; з посиланнями у тексті.

35. Галич В. М. Публіцистична стаття у творчій спадщині Олеся Гончара // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 127–132. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

36. Галич В. М. "Нотатки із сьогодення" Олеся Гончара: відоме і невідоме // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 65–67. – Бібліогр.: 2 назви; з посиланнями у тексті.

37. Галич В. М. Публіцистичність щоденникових записів Олеся Гончара воєнних років // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 95–106. – Бібліогр.: 20 назв; з посиланнями у тексті.

38. Галич В. М. Українська ономастика в публіцистиці Олеся Гончара // Наукові записки.

– К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 99–107. – Бібліогр.: 20 назв; з посиланнями у тексті.

39. Ганджуров Ю. С. Преса як джерело вивчення роботи апарату Верховної Ради України II і III скликання // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 9–14. – Бібліогр.: 13 назв; з посиланнями у тексті.

40. Гвоздев В. М. Поняття "свобода преси": визначення, зміст, структура // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 140–141.

41. Герасимчук Н. Г. Моральні аспекти у творчих пошуках українських репортерів (на матеріалах щотижневика "ПіК", газет "Молодь України", "День") // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 140–144. – Бібліогр.: 5 назв; з посиланнями у тексті.

42. Герасимчук Н. Г. Інтерпретація етичної категорії добра у всеукраїнському тижневику "ПіК" (2000–2001) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 25–28. – Бібліогр.: 3 назви.

43. Германова О. Г. Міжнародне регулювання авторського права і суміжних прав у контексті українського законодавства // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 137–144. – Бібліогр.: 9 назв.

44. Гоян В. В. Зображальна естетика сучасного телебачення: кілька штрихів до іспанської телепубліцистики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 145–146.

45. Гоян В. В. Відкриті вікна SVT, або короткі нотатки про телебачення Швеції // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 159–161. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

46. Гоян В. В., Гоян О. Я. "Німецька хвиля" на українському ґрунті // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 65–73. – Бібліогр.: 5 назв; з посиланнями у тексті.

47. Гоян О. Я. Технологія форматування радіоефіру // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 118–122. – Бібліогр.: 1 назва.

48. Гоян О. Я. Формати "громадське радіо" і "розмовне радіо" в українському ефірі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 70–71.

49. Гресько О. В. Пошук компромісу між західним і східним світом: роль українських мас

- медіа // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 147–148.
50. Гриценко М. С. Кабельне телебачення: реалії та перспектива // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 89–91. – Бібліогр.: 2 назви; з посиланнями у тексті.
51. Гриценко М. С. Роль вітчизняного законодавства в діяльності місцевих телерадіокомпаній // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 88–90. – Бібліогр.: 2 назви.
52. Гриценко М. С. Регіональні та місцеві телекомпанії України на сучасному етапі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 35–40.
53. Гриценко О. М. Влада інформації, її місце й роль в інформаційному суспільстві // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 76–83.
54. Гриценко О. М. Сучасний інформаційний простір України: зміна пріоритетів // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 72–74. – Бібліогр.: 1 назва.
55. Гришина С. В. Національна ідея в публіцистиці 90 – х років // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 42–44. – Бібліогр.: 15 назв; з посиланнями у тексті.
56. Гришина С. В. Космізм: новий підхід до вивчення // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 110–115. – Бібліогр.: 16 назв; з посиланнями у тексті.
57. Демченко В. Д. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 9–13. – Бібліогр.: 10 назв; з посиланнями у тексті.
58. Джига Т. В. Застосування елементів відеориторики в політичній рекламі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 84–87.
59. Джига Т. В. Особливості аудиторії політичної реклами // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 140–143. – Бібліогр.: 5 назв
60. Дзвінчук О. М. Передумови виникнення та становлення першого загальноукраїнського часопису на канадських теренах // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 151–154. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.
61. Дзюбенко Г. С. Особливості мови періодичних видань // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 138–139.
62. Єлісовенко Ю. П. Учений, педагог, академічний оратор // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 18–21.
63. Єлісовенко Ю. П. Робота з артикуляції голосних і приголосних звуків української мови // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 15–20. – Бібліогр.: 6 назв.
64. Забіяка І. М. До питання про складання покажчика творів Д. М. Прилюка // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 121–123.
65. Забіяка І. М. Журнал "Киевская старина": вчора, сьогодні, завжди // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 74–77. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.
66. Забіяка І. М. Шевченкіана на сторінках журналу "Киевская старина" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 83–87. – Бібліогр.: 24 назви; з посиланнями у тексті.
67. Завгородня Л. В. Перифрази як засіб стереотипізації соціальної інформації // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 75–78. – Бібліогр.: 6 назв; з посиланнями у тексті.
68. Законова А. К. Соціокультурна функція реклами в умовах економічної ситуації в Україні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 70–72. – Бібліогр.: 6 назв; з посиланнями у тексті.
69. Законова А. К. Практикум рекламного повідомлення // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 78–81. – Бібліогр.: 5 назв; з посиланнями у тексті.
70. Зелінська Н. В., Огар Е. І., Фінклер Ю. Е., Черниш Н. І. Сучасний редактор: проблеми професійного вишколу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 19–22. – Бібліогр.: 8 назв; з посиланнями у тексті.
71. Іванов В. Ф. Деякі моменти когнітивно-регулятивного підходу до масової комунікації // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 85–88.
72. Іванов В. Ф. Масова комунікація як соціальне явище // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 129–139. – Бібліогр.: 49 назв; з посиланнями у тексті.
73. Іванов В. Ф. Поняття "інформація" у різних науках // Наукові записки. – К.: Інститут

- журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 71–75. – Бібліогр.: 17 назв; з посиланнями в тексті.
74. Іванов В. Ф. Сьогодення українських медіа // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 45–51. – Бібліогр.: 12 назв.
75. Іванов В. Ф. Теоретико-соціологічні аспекти дослідження масовокомунікативного процесу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 93–103.
76. Іванченко М. Ю. Дизайн – важливий чинник іміджу телебачення // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 79–84. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.
77. Іванченко М. Ю. Імідж телебачення в контексті українського суспільства // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 117–120. – Бібліогр.: 9 назв; з посиланнями у тексті.
78. Іванченко Р. Г. Текст у рекламі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 118 – 128. – Бібліогр.: 6 назв.
79. Ільченко В. І. Соціально-експресивні конотації імен у ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 145–150. – Бібліогр.: 21 назва; з посиланнями у тексті.
80. Ільченко В. І. "Актуалізатори" в газетному заголовку // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 172–175. – Бібліогр.: 5 назв; з посиланнями у тексті.
81. Карпенко В. О. Влада і преса: колізії навколо свободи слова // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 73–79. – Бібліогр.: 12 назв; з посиланнями у тексті.
82. Карпенко В. О. До питання про етичні засади в роботі журналіста // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 44–56. – Бібліогр.: 6 назв; з посиланнями у тексті.
83. Карпенко В. О. Феномен "Вечірнього Києва" наприкінці 80-х – на початку 90-х років (Нотатки головного редактора) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 64–81. – Бібліогр.: 22 назви; з посиланнями у тексті.
84. Карп'юк Я. С. Літературне редагування у сучасній редакції: фах чи мистецтво? (з досвіду організації роботи редакції в тижневику "Українське слово") // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 44–50. – Бібліогр.: 2 назви.
85. Карп'юк Я. С. Наука про журналістський текст. Її розвиток в Україні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 77–90. – Бібліогр.: 72 назви; з посиланнями у тексті.
86. Коновалець О. Ф. Наукова комунікація в Україні в 20 – 30 – х роках // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 163–171. – Бібліогр.: 17 назв; з посиланнями у тексті.
87. Коновець О. Ф. Українська науково – технічна періодика в умовах посилення тоталітаризму (30-ті роки ХХ століття) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 44–50. – Бібліогр.: 19 назв; з посиланнями у тексті.
88. Копистинська І. М. Тенденції формування сучасного українського книжкового ринку // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 121–127. – Бібліогр.: 9 назв; з посиланнями у тексті.
89. Корнєєв В. М. Роль маркованої лексики у створенні емоційної структури тексту // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 85–86. – Бібліогр.: 3 назви.
90. Корнєєв В. М. Структура тексту як чинник комунікації // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 83–84. – Бібліогр.: 3 назви.
91. Кочерган М. П. Слово і діло // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 21–25.
92. Криворучко С. В. Макроетика та її вплив на моральний вимір роботи журналіста // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 92–93. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.
93. Кушнір С. Чоловіки та чоловіча тема – чи домінують вони у ЗМІ? // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 70–72.
94. Лизанчук В. В. "Помисел чистий мати" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 168–179. – Бібліогр.: 9 назв; з посиланнями у тексті.
95. Мамалига А. І., Єлісовенко Ю. П. Ділова гра у педагогічно-мовленнєвій підготовці магістрів журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 35–43. – Бібліогр.: 15 назв; з посиланнями у тексті.
96. Махінов В. М. Лексикографічні пере-

орієнтації у словниковому складі засобів масової інформації // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 87–89. – Бібліогр.: 6 назв; з посиланнями у тексті.

97. Мелешенко О. К., Черняков Б. І. Чотири століття британської журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 191–228. – Бібліогр.: 459 назв; з допоміжними показниками.

98. Михайлин І. Л. Досвід викладання основ журналістики в середній школі (Академічна гімназія № 45 м. Харкова) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 24–31. – Бібліогр.: 2 назви; з посиланнями у тексті.

99. Михайлин І. Л. Методологічні проблеми історії української журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 22–34. – Бібліогр.: 14 назв; з посиланнями у тексті.

100. Наджос А. І. Нові тенденції та старі традиції американської журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 73–76. – Бібліогр.: 1 назва.

101. Наджос А. І. Ринок американської преси: новітні процеси // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 41–43.

102. Надточій О. Л. До історії видання та розповсюдження альбому "Живописна Україна" Т. Шевченка // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 82–89. – Бібліогр.: 15 назв.

103. Надточій О. Л. До історії цензурних заборон творів Тараса Шевченка (1861–1900 роки) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 73–80. – Бібліогр.: 30 назв; з посиланнями у тексті.

104. Недопитанський М. І. Практикум до теми "Інформаційне суспільство" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 31–32.

105. Недопитанський М. І. Деякі аспекти комерціалізації вітчизняних ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 79–82. – Бібліогр.: 4 назви.

106. Недопитанський М. І. Інформаційна аура України // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 80–84. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

107. Немилостива С. І. ЗМІ як засіб впливу PR-технологій у період передвиборної агітації

на Черкащині // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 90–92.

108. Непийвода Н. Ф. Мовні засоби інформаційного комфорту // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 93–97. – Бібліогр.: 9 назв; з посиланнями у тексті.

109. Невалов А. Г. Моніторинговий аналіз економічної тематики в українських ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 67–78. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.

110. Носова Б. М. Висвітлення відносин Україна – НАТО в пресі на сучасному етапі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 149–151. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.

111. Овсяникова Т. Ф. Розважальна функція преси: благо чи шкода? // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 96–102. – Бібліогр.: 12 назв; посилання в тексті.

112. Оленицька О. Р. Висвітлення міжнародної інформації на сторінках деяких українських газет // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 99–102.

113. Оленицька О. Р. Національні інтереси: за і проти // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 104–105.

114. Олтаржевський Д. О. Міждисциплінарні знання як основа світогляду журналіста-еколога (на прикладі філософії) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 57–59. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

115. Партико З. В. Дослідження й формулювання естетичних норм редагування повідомлень // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 103–105. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.

116. Партико З. В. Галузеві норми редагування радіопередач // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 42–46. – Бібліогр.: 7 назв.

117. Партико З. В. Некласичні види композиції повідомлень // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 9–12. – Бібліогр.: 3 назви.

118. Партико З. В. Рубрикаційні норми редагування повідомлень // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 45–51. – Бібліогр.: 4 назви.

119. Партико З. В. Типові задачі практичної журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут

журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 23–27. – Бібліогр.: 5 назв; з посиланнями у тексті.

120. Пархитько О. В. Профспілкова преса Одеси 1917–1920 років та її проблематика // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 133–139. – Бібліогр.: 17 назв; з посиланнями у тексті.

121. Перехейда В. В. "Освіта" в обороні української душі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 51–63. – Бібліогр.: 18 назв; з посиланнями у тексті.

122. Петрів Т. І. Українські медіа-пріоритети у контексті проблем європейської інтеграції // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 13–133.

123. Позняков О. О. Бюро народного повідомлення в період Гетьманату // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 107–109. – Бібліогр.: 9 назв; з посиланнями у тексті.

124. Полушкіна В. Ю. Специфіка використання інформаційних джерел у журналістському розслідуванні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 85–87.

125. Пономарів М. О. Вплив преси Іспанії та Сполучених Штатів на ЗМІ Латинської Америки // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 128–130. – Бібліогр.: 6 назв.

126. Порфімович О. Л. Вплив суїцидів серед окремих працівників міліції на формування іміджу системи МВС України // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 149–156. – Бібліогр.: 18 назв; з посиланнями у тексті.

127. Порфімович О. Л. Духовність як один із напрямів реформування органів внутрішніх справ України // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 38–40. – Бібліогр.: 3 назви.

128. Порфімович О. Л. Екстраполяція за матеріалами ЗМІ. Тема: "Наступний Президент України" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 31–34.

129. Порфімович О. Л. Проблема "експорту злочинності" з країн колишнього СРСР до країн розвинутої демократії (підхід журналіста і правника) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 103–105.

130. Прилюк Д. М. Проблеми теорії публіцистики (архітектоніка твору). Лекція, прочитана для слухачів відділення працівників преси, радіо і те-

лебачення ВПШ при ЦК КП України (Київ, 1970) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 9–36. – Бібліогр.: 32 назви; з посиланнями у тексті.

131. Приступенко Т. О. Журналістська етика і вибори // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 82–92. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.

132. Приступенко Т. О. Законодавче забезпечення права на інформацію // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 14–16.

133. Приступенко Т. О. Деякі аспекти економічного функціонування засобів масової інформації України на сучасному етапі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 15–21.

134. Прихода Я. І. Європа як концепт // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 152–158. – Бібліогр.: 22 назви; з посиланнями у тексті.

135. Просяник Н. І. Кременчуцькі видання початку ХХ століття як дзеркало творення історії міста // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 98–100.

136. Різун В. В. До питання про магістерський курс "Українське журналісткознавство" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 13–14.

137. Різун В. В. Журналістська освіта в пострадянській Україні (з виступу на міжнародній конференції з питань функціонування ЗМІ в пострадянському просторі, що відбувалася восени 2001 року в Кишинівському університеті) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 22–24.

138. Різун В. В. Загальна характеристика масової інформаційної діяльності // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 15–30. – Бібліогр.: 14 назв.

139. Різун В. В. Педагогічні технології в журналістській освіті // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 26–30. – Бібліогр.: 11 назв; з посиланнями у тексті.

140. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 17–37. – Бібліогр.: 9 назв; посилання у тексті.

141. Різун В. В. Проблеми стандартизації журналістської освіти // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 11–13.

142. Різун В. В. Системи масової комунікації // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 22–30. – Бібліогр.: 23 назви.
143. Різун В. В., Любаршук Н. Вплив гарнітури шрифту на сприймання тексту // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 129–130.
144. Різун В. В. Штрихи до наукового портрета Д. М. Прилюка // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 37–52. – Бібліогр.: 79 назв; з посиланнями у тексті.
145. Розумний М. М. Проблеми соціальної компетентності в сучасному світі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 95–98. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.
146. Романенко О. Л. Сучасний стан інформаційного простору в Україні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 101–103.
147. Рябічев В. Л. Деякі аспекти машинного перекладу тексту // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 133–137. – Бібліогр.: 3 назви.
148. Рясна О. О. Альманах М. Максимовича "Киевлянин": історія видання, проблематика // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 63–72. – Бібліогр.: 18 назв; з посиланнями у тексті.
149. Рясна О. О. Грішний янгол Михайла Максимовича (місце альманаху "Денница" у видавничій спадщині М. Максимовича) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 62–69. – Бібліогр.: 6 назв.
150. Святовець В. Ф. "Всі ми проходимо повз оці характерні дрібниці байдуже, як сліпці..." Художня деталь і подробиця в літературі та публіцистиці в оцінці Олександра Купріна // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 111–113. – Бібліогр.: 4 назви.
151. Святовець В. Ф. "Кожен характер, кожна подробиця здаються новими і промовляють в душу" (Григор Тютюнник про особливості деталізації у творах) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 187–190. – Бібліогр.: 1 назва; з посиланнями у тексті.
152. Се Лівей. Китайська преса в умовах ринкової економіки // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 159–161. – Бібліогр.: 4 назви.
153. Серажим К. С. Лексика та фразеологія політичного дискурсу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 70–72. – Бібліогр.: 7 назв.
154. Серажим К. С. Оцінна лексика у політичному дискурсі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 112–117. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.
155. Серажим К. С. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 103–114. – Бібліогр.: 4 назви.
156. Серажим К. С. Сучасний український політичний дискурс: формування нового стилістичного канону // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 88–94. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.
157. Сидоренко Н. М. Науковий і журналістський пошук – компоненти фахової освіти // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 28–29.
158. Сидоренко Н. М., Остапенко Н. Ф., Марущенко Я. М., Вольська Л. Л. "Гендерний монолог" української "урядової" преси // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 61–65.
159. Симоніна Н. В. Роль особистих якостей лідера і візуальні аспекти формування та руйнування іміджу // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 162–168. – Бібліогр.: 3 назви.
160. Слабінська С. В. Складники журналістської майстерності у контексті власного осмислення // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 30–31. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.
161. Слесарчук Я. Л. Інформаційні технології: інтерактивна газета // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 104–106.
162. Слінчук В. В. Поняттєва актуалізація у висвітленні питань молодіжного руху і формування образу сучасного покоління (за матеріалами газети "Україна молода") // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 107–108.
163. Смирнова Т. В. Мовленнєва структура рекламного тексту як засіб формування впливу на соціальну поведінку людини // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. –

С. 81–83. – Бібліогр.: 3 назви

164. Співак А. І. Друковані засоби масової інформації в Україні // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 109–112.

165. Старченко Т. В. Місце літератури у професійному становленні студентів-журналістів // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 9–10.

166. Старченко Т. В. Тиждень з Українським радіо (релігійні передачі першої програми) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 113–117.

167. Сухинюк С. І. Проблеми трансформації реклами в українській пресі ХХ століття // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 118–119. – Бібліогр.: 2 назви.

168. Тимошик М. С. Книгописання в давньоукраїнській державі після прийняття християнства // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 32–43. – Бібліогр.: 5 назв.

169. Тимошик М. С. "Университетские известия" (1861–1919): тип видання, структура, проблематика // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 31–37. – Бібліогр.: 5 назв; з посиланнями у тексті.

170. Тимошик М. С. Видавнича справа в Україні на сучасному етапі: тенденції, проблеми // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 33–41. – Бібліогр.: 11 назв.

171. Тимошик М. С. Види видавничої продукції. Книга як основний предмет видавничої діяльності // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 60–66. – Бібліогр.: 6 назв.

172. Тимошик М. С. Українське книгописання дохристиянської доби: до проблеми розробки нової концепції // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 116–128. – Бібліогр.: 22 назви; з посиланнями у тексті.

173. Тимошик М. С. Українські видавничі стандарти: до питання про концепцію розробки і впровадження у практику вітчизняного книговидання // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 41–49.

174. Тимченко О. Г. Проблеми ціноутворення в друкованих ЗМІ: ціна як чинник економічного розвитку видавництва // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 157–162. – Бібліогр.: 9 назв; з посиланнями у тексті.

175. Федорчук Л. П. Ведучий інформаційних програм на Українському ТБ: Особливості діалогу з глядачем // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 120–121.

176. Федорчук Л. П. Мовна політика українських телеканалів, або "Чого ж нас навчає телеекран?" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 50–52.

177. Федосєєва Р. І. ЗМІ в Україні: шляхи до гармонізації стосунків // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 73–76.

178. Феллер М. Д. Основні вимоги до структури і тексту повідомлення (стандарти, рекомендації) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 4. – С. 29–41.

179. Фіть Л. В. Тема матеріалу в структурі газети // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 123–126. – Бібліогр.: 7 назв; з посиланнями у тексті.

180. Хоменко І. А. Контрпродуктивний вплив ефірної драматургії на особистість: від "радіопанік" до "reality show" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 122–126. – Бібліогр.: 12 назв.

181. Хоменко Т. М. Дихотомічні перцепції сучасності в публіцистичній інтерпретації Євгена Сверстюка, Мирослава Мартиновича, Івана Ортинського // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 131–140. – Бібліогр.: 38 назв; з посиланнями у тексті.

182. Хомінський С. Й. Мотиваційний заголовок на прикладі газети "Україна молода" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 127–130. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.

183. Хриплива Д. А. Міжнародний семінар "Нові медіа-технології" // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 3. – С. 106–107.

184. Цісак Войцех. Державна рада з радіомовлення та телебачення у політичній системі Польщі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 46–49. – Бібліогр.: 3 назви; посилання у тексті.

185. Цісак Войцех. До питання про підготовку журналістів у Польщі // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 13–14. – Бібліогр.: 3 назви.

186. Цой Ю. М. Комунікативна культура оратора-журналіста // Наукові записки. – К.: Інсти-

тут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 32–33. – Бібліогр.: 4 назви; з посиланнями у тексті.

187. Чекмишев О. В. Законодавчі причини інформаційної нестабільності // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 38–44.

188. Чекмишев О. В. Контекстуально-інформаційна модель Київського національного університету імені Тараса Шевченка // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 51–70. – Бібліогр.: 92 назви.

189. Чекмишев О. В. Резонансні теми у дзеркалі моніторингу ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 38–45.

190. Шевченко В. Е. Графічна організація друкованого тексту та його художня інтерпретація засобами складання // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 53–69. – Бібліогр.: 43 назви; з посиланнями у тексті.

191. Шевченко В. Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання журналістів // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 88–95. – Бібліогр.: 10 назв.

192. Шевченко В. Е. Системність у застосуванні декоративних елементів у сучасних періодичних виданнях // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 93–102. – Бібліогр.: 10 назв; з посиланнями у тексті.

193. Шкляр В. І. Невже..., або казуальні думки про квазінауковість // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 166–167.

194. Шкляр В. І., Гриценко О. М. Формати національної ідентичності ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 134–136. – Бібліогр.: 3 назви; з посиланнями у тексті.

195. Щербакова О. А. До проблеми пробудження сили духу "нових людей" і закладання новітніх ідей у Київському університеті як науковому, освітянському, культурному осередку формування української інтелігенції та національної еліти (кілька паралелей між минулим і майбутнім у риторичному аспекті) // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 91–102. – Бібліогр.: 17 назв; з посиланнями у тексті.

196. Щербакова О. А. До міфологічних витоків риторики та журналістики // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 2. – С. 103–107. – Бібліогр.: 2 назви.

197. Щербакова О. А. Кілька штрихів до курсу з риторики в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2000. – Т. 1. – С. 11–12.

198. Щербакова О. А. Про особливості викладання курсу "Риторика" студентам-журналістам // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 34–37.

199. Юричко А. В. Міжнародна журналістика як окремий елемент маніпуляції свідомістю та впливу на прийняття рішень // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 169–171.

200. Ярмиш Ю. Ф. Зміст і мова сучасних електронних ЗМІ // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 141–144.

201. Ярмиш Ю. Ф. Кафедри періодичної преси – 50 років // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 6. – С. 144–146.

202. Ярмиш Ю. Ф. Творчість Анатолія Москаленка // Наукові записки. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Т. 5. – С. 124–125.

Наукові записки Інституту журналістики

Том 16
липень—вересень
2004 рік

Над випуском працювали:
Відповідальний секретар *Ніна Вернигора*
Редактор *Ганна Дзюбенко*
Коректори *Анна Козуб, Юлія Некрасова*
Ком'ютерне редагування та верстка *Людмили Папи, Ірини Недогибченко*
Технічний редактор *Вікторія Шевченко*
Художній редактор *Олена Поліщук*

Підписано до друку 12.01.2005
Формат 60х84/8. Гарнітура Times.
Друк трафаретний. Ум. друк. арк. 9,2.
Обл.-вид. арк. 10,0. Наклад 500 прим.

Підготовлено до друку навчально-видавничою групою
Інституту журналістики.

Надруковано в навчально-поліграфічній лабораторії
Інституту журналістики.

Адреса редакції та друкарні:
04119, Київ, вул. Мельникова, 36/1,
Інститут журналістики, кімн. 103а,
тел. 211-45-48

Читайте в наступному томі

ШТРИХИ ДО ПОРТРЕТА

Тимошик М. С.

Уроки професора Романа Іванченка

ЛЕКЦІЙНИЙ ФОНД

Коновець О. Ф.

Українська наукова публіцистика:
традиції і сучасність

ДИСЕРТАЦІЙНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Слінчук В. В.

Соціальна типізація гендерних стереотипів
у мові ЗМІ

ПОГЛЯД

Василенко М. Г.

Маловідомі тексти Івана Франка: до проблеми
цензурних вилучень з академічного видання

Шкляр В. І.

Формування моделі „влада-преса-суспільство”
в період легітимації політичної системи

