

ним більше трьох століть назад, про те, що про людину треба судити не за її обдаруваннями, а за тим, як вона їх використовує» [5, ст. 42].

Перспективи нашого дослідження вбачаємо у розробці впроваджень концептуальних моделей в розвитку дітей в умовах навчання у середньо-освітніх школах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Изебланова Е.И. Психологическая диагностика одаренности школьников: проблемы, методы, результаты исследований и практики/Е.И. Изебланова.—М.: НПО «МОДЭК», 2004. — 368с.
2. Лейтес Н.С. Психология одаренности детей и подростков/ Н.С.Лейтес. —Издательский центр «Академия», 200. — 336с.
3. Матюшкин А.М. Развитие творческой активности школьников/А.М.Матюшкин. — М.: Педагогика, 1991. — 160с.
4. Савенков А.И. Детская одаренность: развитие средствами искусства/ А.И. Савенков. — М.: Педагогическое общество России, 1999. — 220с.
5. Шумакова Н.Б. Обучение и развитие одаренных детей/ Н.Б. Шумакова.— М.: НПО «МОДЭК», 2004. — 336с.

Самонюк Т.

Науковий керівник – Синоруб Г. П.

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ РЕЛІГІЙНОЇ ТЕМАТИКИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Тандем «релігія і ЗМІ» належить до тих наукових питань, які одночасно набувають статусу актуальності, так і залишаючись не достатньо вивченим.

Релігійна тематика посідає одне з головних місць у нинішньому медіа-просторі, з кожним роком стає дедалі популярнішою, завойовує своє місце серед української аудиторії, проте нерівномірно, інформаційно спрощено висвітлюється ЗМІ. Медійники не достатньо задовільно, не завжди професійно інформують аудиторію про релігійні питання, проблеми, не приділяють належної уваги значимості цієї теми, у чому й полягає **актуальність** нашого дослідження.

Мета роботи: визначити цінність та особливості висвітлення релігійної тематики в українських ЗМІ, місце і значення релігійних публікацій для реципієнтів.

Завдання:

- дослідити проблеми висвітлення релігійної тематики;
- окреслити тональність матеріалів, їх актуальність та значимість для реципієнтів;
- сформулювати загальні принципи релігійної журналістики.

Наукова новизна полягає в тому, що сучасні українські журналісти не достатньо багато приділяють уваги релігійній тематиці, незадовільною є якість матеріалів, домінує поверховість висвітлення.

Релігійну тематику досліджують вчені: М. Балаклицький, А. Бойко М. Бутиріна, В. Карпенко, І. Крупський, М. Рибачук та ін.

Науковець М. Бутиріна стверджує, що дедалі більш часті звернення до цієї проблеми зумовлюються не тільки академічним інтересом, але й – можливо, більшою мірою – тим неспростовним фактом, що медіа незадовільно висвітлюють той широкий спектр життя, який умовно і дуже формально називається «релігійною проблематикою. Навіть більше, нещодавне дослідження громадської думки у США засвідчило, що 44% опитаних вважають: медіа покривають цю проблематику гірше, ніж усі інші [2].

Більш у конкретному аспекті релігійних питань, а саме дослідження медіатизації релігійного життя в Україні з використанням досвіду протестантської комунікації, знаходимо у наукових розвідках М. Балаклицького. Науковець вивчає причини, форми й ефекти медіатизації релігійної сфери.

Релігійна проблематика в українських ЗМІ, її якість та багатоплановість представлена досить нерівномірно. На жаль, сучасні медійники обмежують себе банальними стереотипними публікаціями/сюжетами про чергові релігійні свята, короткими замітками про діяльність тієї чи іншої конфесії в Україні. Часто домінантою стає інформаційна спрощеність та поверховість

висвітлення. Журналісти не спеціалізуються, не заглиблюються у цю тематику, не є професіоналами у релігійних питаннях.

Дослідник Л. Василик у рецензії на книгу А. Бойко «Релігія і мас-медіа України: тексти лекцій» зауважує, що «негативу додає й те, що нерідко питання релігії трактується в контексті політичних подій з усіма непривабливими акцентами. Особливо ж до цього долучається Інтернет, де читачі форумів, буває, привносять те, що з погляду професійної етики не дозволяють собі фахові журналісти. Врешті, наслідки таких публікацій та їх сприйняття масовою аудиторією далекі від бажаного ідеалу» [3, с.63].

Професор А. Бойко зазначає, що сьогодні в Україні функціонує близько 380 загальноінформаційних видань: друкованих, радіо- та телепрограм, які, поруч з суспільними та політичними мас-медіа, займають сталу частку загальноінформаційного простору нашої держави. Вони майже не вивчені, адже дослідження цього сегменту журналістики почалося лише за часів незалежності, тож при тенденціях до його розширення водночас постає потреба і в його фаховому осмисленні, зокрема – у покращенні якості такого роду журналістики» [1, с. 12–13].

Причому, як зазначають автори підручника «Основи теорії міжнародної журналістики» О. Гриценко та В. Шкляр, ЗМІ повинні не тільки «передати інформацію про те, що сталося, а пояснити, зіставити, поглибити події року, тижня, висвітити їхні причини та показати важливі зв'язки між ними» [5, с. 126].

Дослідниця А. Бойко окреслює шляхи покращення релігійних матеріалів – це «... і більше роз'яснення світоглядних та духовних цінностей різних релігій, і висвітлення їхньої ролі у вирішенні соціальних проблем, де авторитет церкви міг би зіграти важливу роль: проблеми екології, еміграції, торгівлі людьми, усиновлення, адаптації до суспільства людей із соціальних груп ризику тощо. Думається, подібних моментів справді не вистачає українським ЗМІ для повноти відображення ролі церкви у суспільстві та підняття її авторитету» [1, с. 14-15].

Часто журналісти оперують такими поняття як «церква і влада», «релігія і політика», використовують авторитет церкви у висвітленні політичних кампаній. Також спотворений погляд про місце релігії у суспільному житті журналісти показують тоді, коли просять церковнослужителів прокоментувати політичні, економічні чи інші події, висловити свої прогнози щодо розвитку такого роду запитань.

Цікавим та досить актуальним аспектом наукової розвідки А. Бойко є зосередження на характері висвітлення етнорелігійної тематики, «адже саме її поверхова подача у ЗМІ та, як наслідок, підсвідоме засвоєння масовою аудиторією завідомо спланованих маніпулятивних моделей нерідко провокують вибухонебезпечні моменти: протистояння між УПЦ МП та УПЦ КП, УПЦ МП та УГКЦ, загострюють дискусії навколо канонічності, а у крайніх виявах ЗМІ доходять навіть до пропаганди та зловживання етнічними стереотипами: конфлікт між патріархатами впроваджується в побутову свідомість як конфлікт між українцями і росіянами» [3, с.64].

Важливим є застереження перед небезпекою так званої «мови ворожнечі» на шпальтах ЗМІ, перед її руйнівним впливом на міжконфесійні та міжетнічні стосунки [3, с.64].

Науковець А. Бойко також формулює принцип толерантності як визначальний для діяльності мас-медіа при висвітленні релігійної тематики.

Як підсумок, дослідниця робить висновок про те, що релігійна проблематика у ЗМІ «має отримати об'єктивне, повне, адекватне, фахове висвітлення в ЗМІ, адже досвід доводить, що ігнорування, перекручення, спотворення будь-яких відомостей призводить до викривлення інформаційного простору держави, а, отже, не сприяє адекватному формуванню суспільної думки» [3, с. 64].

Хоч і тема релігії в українських медіа особливою увагою не користується проте, періодично до неї звертаються, обговорюють, висловлюють свої побажання, вносять корективи в роботу релігійного сектора провідні журналісти, редактори.

Так, 6 червня 2009 року в Києві Асоціація «Новомедіа» організувала круглий стіл. Організатори мали на меті обговорити з практикуючими журналістами, редакторами актуальність і проблематичність висвітлення питань релігії.

Руслан Кухарчук, президент Асоціації «Новомедіа», розпочинаючи форум, відзначив, «що у сучасних ньюз-румах всі навколорелігійні теми намагаються відсунути на маргінес.

«Якщо й беруться висвітлювати, то часто непрофесійно, через що несе втрати репутація журналістів, потерпають також і церкви. У результаті з'являється чимало нарікань з боку віруючих, особливо – євангельських конфесій» [7].

У блозі «Української правди» дослідник показує вихід із ситуації – «подивитись проблемі у вічі й визначити правила гри» [7].

Заслужують на увагу погляди відомого американського колумніста Террі Меттінглі щодо основних проблем під час інформування аудиторії про релігійну тематику в секулярних ЗМІ:

- ігнорування цієї тематики через брак місця, часу та ресурсів;
- упередження через брак знань (неможливо розповідати історію, яку не розумієш);
- упередження у зв'язку зі світоглядом журналіста чи редактора (важко висвітлювати тему, коли не розумієш, чому вона важлива для аудиторії);
- ідейна антирелігійність [7].

«Я не кажу, що всі журналісти повинні бути релігійними. Я кажу, що занадто багато журналістів практично нічого не розуміють у релігії. І у цьому основна проблема: вони не можуть зрозуміти силу певної тематики, тому що вона не відповідає їхньому світогляду», – заявив Меттінглі» [7].

Шеф-редактор «Українського тижня» Юрій Макаров, у журналі котрого не раз друкувались матеріалина тему релігії, зазначив: «Релігійна тематика повинна бути переконливою. Не цікаво писати тільки про «войнушки» при висвітленні конфлікту між УПЦ та УПЦ (КП). У стані перехідного періоду, під час економічної кризи потрібно висвітлювати більш змістовні речі. Релігійна тематика повинна подаватися набагато активніше» [7].

Також журналіст нагадав всім медійникам про те, що дуже важливо і вкрай потрібно пам'ятати – «на релігійну тему потрібно писати тільки дуже й дуже добре» [6].

Про достатність та повноту висвітлення тем церкви та релігії зауважує Олексій Душка, журналіст ТСН на телеканалі «1+1»: «На нашому каналі, на мою думку, тема церкви й релігії висвітлюється достатньо. Інформаційний привід з'являється особливо під час великих релігійних свят» [7].

На думку колумніста Т. Меттінглі, релігію неможливо помістити в окрему рубрику, оскільки вона тісно переплітається з усіма сферами життя людини – «просто журналісти повинні висвітлювати події, не ігноруючи при цьому релігійний контекст, якщо він присутній» [7].

Телеведучий і член правління «Новомедіа» Андрій Макаренко, додав: «Нам потрібно подивитись на релігію очима світської людини, писати зрозумілою і доступною мовою. Показати людям Бога нескладно» [7].

У своєму дисертаційному дослідженні «Українська церква в контексті сучасних політико-конфесійних та комунікативних процесів» А. Юраш доводить, що релігійна журналістика, повинна виконувати наступні завдання:

- роз'яснювати релігійну доктрину з метою зміцнення релігійних переконань віруючих, виробляти у них стійкий імунітет до атеїстичних та іншokonфесійних впливів, формувати вміння свідомо й аргументовано відстоювати свої переконання;
- популяризувати основи релігійного вчення для іншokonфесійної та атеїстичної аудиторії, вести теологічну та церковно-історичну полеміку та дискусії;
- інформувати прихильників цього віросповідання та всіх, хто потенційно цікавиться релігійною проблематикою, про різні аспекти церковного життя;
- оцінювати з позицій певної ідеології події всіх сфер (політичної, економічної, культурної тощо) життєдіяльності суспільства задля вироблення специфічно церковного погляду на всі ці проблеми» [9, с. 171].

Вищезазначені завдання, на думку автора, більше стосуються власне релігійної преси «як системи інформаційно-пропагандистського і видавничого забезпечення всіх сторін функціонування релігійних структур різного статусу і різних рівнів» [9, с. 171].

Дослідник Ю. Комінко виділяє окремо завдання власне релігійної журналістики, яка не обмежується лише конфесійними чи церковними виданнями, є значно ширшими. Вони полягають у тому, щоб:

1. Інформувати громадськість про церковно-релігійні події як загальнодержавного характеру, що мають значення для всього суспільства, так і стосуються життєдіяльності певної релігійної громади, окремої релігійної організації.

2. Висвітлювати діяльність церковно-релігійних організацій, давати достатній обсяг інформації, щоб читачі могли скласти уявлення про принципи та особливості функціонування тих чи інших релігійних структур.

3. Роз'яснювати читачам у максимально доступній формі особливості релігійних доктрин і вчень, їхні переваги та недоліки, еволюцію, місце в історії держави, значення для народу, що дозволить сформувати у читачької аудиторії уявлення про релігійну панораму в країні.

4. Розповідати про церковні традиції, релігійні вірування українського народу з метою повернення нації до духовних джерел, передання історичного досвіду у вирішенні суспільно-політичних, культурних і моральних проблем. Засоби масової інформації у своїх матеріалах на церковно-релігійну тематику мають розкривати позитивні ідеали минулого й сьогодення, боротися з поширенням зла, гріха та розпусти і в такий спосіб піклуватися про моральний стан особи й суспільства»[6, с. 2].

І на завершення, було б помилкою оминати увагою відео-поради Руслана Кухарчука, голови Асоціації журналістів «Новомедіа», як висвітлювати релігійну тематику в світських, нерелігійних, секулярних ЗМІ, які стосунки мають бути між релігією та медіа:

- по-перше, якщо говорити про рівень суспільної довіри до різних суспільних інституцій, то найбільшою суспільною довірою в Україні за всіма соціологічними дослідженнями останніх років користується інститут церкви: понад 60% опитаних українців довіряють церкві різних конфесій – це дуже показово у нашій темі. На другому місці – преса, журналісти.

Якщо дійсність така, що церкві довіряє якнайбільше людей, то якщо журналістика ігнорує це, то це не є фаховою журналістикою.

Журналісти часто кажуть, що релігія, віра – це щось надзвичайно приватне, особисте і не варто його демонструвати публічно, але нонсенс і парадокс полягає у тому, що приватне інтимне життя багатьох героїв журналісти роблять публічним і не переймаються, що це щось має бути прихованим.

Перше побажання до наших журналістів – це помічати релігійний аспект в політичних та економічних питаннях.

Друга негативна теза, ознака сучасних українських секулярних мас-медіа – це замовчування ролі християнських громад в соціальній роботі.

Третя негативна тенденція – це висвітлення християнської тематики лише під час великих релігійних свят, наприклад, Пасха, Трійця або Різдво.

Наступна така негативна ознака – це нерозуміння журналістами сутності і суті більшості релігійних традицій і таїнств (піст).

Ще одна ознака світських ЗМІ – під час висвітлення релігійної тематики відсутність релігійних редакторів в редакціях.

Найбільш болюче питання для багатьох віруючих в Україні – це так звана анти сектантська істерія, це коли починає, наприклад, один канал показувати матеріал про якусь євангельську протестантську громаду, які сповідують Нікейський символ віри, і поряд висвітлювати «Біле братство» чи сатаністів – це вже традиційний «суповий набір» в Україні.

Журналістам варто пам'ятати, їхня відповідальність – це поважати релігійні почуття всіх віруючих людей. Варто поставити головне завдання – підвищити релігійну писемність і освіченість» [8].

Власні рекомендації щодо висвітлення питань державно-церковних відносин подає Максим Васін, виконавчий директор Громадської організації «Інститут релігійної свободи»:

1. Мета у фокусі: послідовність.
2. Правдивість замість сенсацій.
3. Стриманість замість істерії.
4. Конструктив замість голої критики.
5. Збалансованість замість особистого піару.
6. Акцент на головному замість новин заради новин.

7. Загальна позитивність зорієнтована на мету [4].

Релігійна тематика в Україні заслуговує на увагу своєю, яскраво вираженою самобутністю, зумовленою особливостями історичного, культурного та релігійного розвитку. Втрачати цю особливість не варто. І найпершим способом захисту і збереження українських релігійних традицій є її вивчення і професійне належне висвітлення у мас-медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бойко А. Релігія в мас-медіа України : Тексти лекцій / А. Бойко. – К., 2009. – 158 с.
2. Бутиріна М. Дослідження з релігійної журналістики [Електронний ресурс] / М. Бутиріна // Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна, Серія : Соціальні комунікації. №968. Вип. 3. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/...968/index.html
3. Василик Л. Релігійний вимір українських мас-медіа : Рецензія на: Бойко А. Релігія в мас-медіа України: тексти лекцій / Л. Василик. – К.: Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 42, 2011. – 174 с.
4. Васін М. 7 порад щодо висвітлення релігійної тематики у ЗМІ [Електронний ресурс] / М. Васін – Режим доступу: http://www.irs.in.ua/mv/2011/06/blog_33
5. Гриценко О. Основи теорії міжнародної журналістики / Гриценко О., Шкляр В. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2002.– 304 с.
6. Комінко Ю. Релігійна тематика на сторінках українських загальнонаціональних видань [Електронний ресурс] / Ю. Комінко // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 22. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1455>
7. Кухарчук Р. Журналісти та редактори основних ЗМІ вирішують, що робити з релігійною тематикою [Електронний ресурс] / Р. Кухарчук // Українська правда. – Режим доступу: http://blogs.pravda.com.ua/authors/kukharchuk/4a2a5e2bf02c9/view_print/
8. Кухарчук Р. Релігія у медіа : відеолекція [Електронний ресурс] / Р. Кухарчук – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=5UOnUWHyHU>
9. Юраш А. Українська Церква в контексті сучасних політико-конфесійних та комунікативних процесів (історико-політологічний аспект): Дис... канд. політ. наук: 23.00.01 / А?Юраш// Львів. держ. ун-т імені Івана Франка. – Л., 1996. – 245 с.

Скляренко К.

Науковий керівник – доц. Штонь О. П.

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ РОЗМОВНОЇ ЛЕКСИКИ У РОМАНІ ВОЛОДИМИРА ДАНИЛЕНКА «КОХАННЯ В СТИЛІ БАРОКО»

Виразним стилістичним потенціалом, як відомо, у художньому мовленні вирізняється розмовна лексика. Розмовність у живому мовленні реалізується через розмовно марковану лексику й фразеологію, традиційні словотвірні типи, розмовний синтаксис і характеризується використанням емоційних та експресивних форм найменувань, що виявляють безпосередні оцінки мовця.

Розмовні елементи в мові художньої літератури є виразними стилістемами, які реалізують естетичні функції мови і надають художньому тексту ефектів невимушеності й безпосередності, знижують стиль стосовно нейтрального рівня літературної мови, вносять у писемну мову елементи усного спілкування, а отже, є засобом художньої стилізації розмовності [3].

У сучасному мовознавстві зміст понять «розмовна лексика», «просторічна лексика», а також виражальний потенціал таких слів у художньому мовленні активно досліджують вчені: С. Бибик, А. Загнітко, В. Мозгунов, З. Омельченко, В. Познанська та ін.

Проте, стилістичні функції розмовних слів в українській прозі 21 століття, зокрема у романі В. Даниленка «Кохання в стилі бароко», предметом окремого дослідження ще не були. Це й зумовлює *актуальність теми* нашої статті.

Мета роботи: виявити і описати виражальний потенціал розмовної лексики у романі.

Мовознавець А. Коробчинська виділяє три підгрупи у структурі розмовної лексики:

- 1) власне розмовна лексика ,
- 2) так зване просторіччя,
- 3) грубе просторіччя, або вульгаризми.

Як першоелемент розмовної науковець визначає емоційно-оцінну, експресивну лексику:

а) слова, які у своєму лексичному значенні мають позитивне чи негативне емоційне забарвлення (чудесний, любий, мерзенний, огида, брехати);