

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Факультет філології та журналістики

Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи

Науково-практичний журнал

Виходить двічі на рік

Заснований у 2012 році

№ 11–12 (87)

Луцьк
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки

2017

Lesya Ukrainka Eastern European National University
Faculty of Philology and Journalism

Mass communication: history, nowadays, prospects

Scientific-practical journal

It goes out twice in a year

Founded in 2012

Issue 11–12 (8)

Lutsk
Lesya Ukrainka Eastern European National University
2017

Засновник: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 19772-9572 ПР від 15.03.2013 року

Рекомендовано до друку вченою радою
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Редакційна рада: **Коцан І. Я.** – доктор біологічних наук, професор; **Цьось А. В.** – доктор наук із фізичного виховання і спорту, професор; **Гаврилюк С. В.** – доктор історичних наук, професор; **Давидюк Г. Є.** – доктор фізико-математичних наук, професор; **Карлін М. І.** – доктор економічних наук, професор; **Кравченко С. І.** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор; **Мельник В. М.** – доктор технічних наук, професор; **Мірченко М. В.** – доктор філологічних наук, професор; **Смолюк І. О.** – доктор педагогічних наук, професор.

Редакційна колегія:

Кравченко С. І. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки) (**головний редактор**);

Габельський Рафал – доктор габлітований, професор (Варшавський університет);

Давидюк В. Ф. – доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Жулинський М. Г. – дійсний член НАН України, доктор філологічних наук, професор (Інститут літератури імені Тараса Шевченка НАН України);

Зелінська Н. В. – доктор філологічних наук, професор (Українська академія друкарства);

Ковальчик Рафал – доктор габлітований, професор (Лодзький університет);

Колошук Н. Г. – доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Крупський І. В. – доктор історичних наук, професор (Львівський національний університет імені Івана Франка);

Моклиця М. В. – доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Оляндер Л. К. – доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Різун В. В. – директор Інституту журналістики, доктор філологічних наук, професор (Київський національний університет імені Тараса Шевченка);

Удалов В. Л. – доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Щепанський Єжи – доктор габлітований, професор (Університет імені Яна Кохановського в Кельцах);

Благовірна Н. Б. – кандидат філологічних наук, доцент (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Рожило М. А. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки) (**відповідальний секретар**).

Рецензенти:

Сидоренко Н. М. – доктор філологічних наук, професор (Київський національний університет імені Тараса Шевченка);

Сніцарчук Л. В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор (Львівська національна наукова бібліотека України імені Василя Стефаника, Науково-дослідний інститут пресознавства).

Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи : наук.-практ. журн. / відп. ред. С. І. Кравченко; упоряд. М. А. Рожило. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2017. – № 11–12 (8). – 148 с.

У журналі вміщено статті, які висвітлюють актуальні проблеми соціальних комунікацій, медіаосвіти, теле- та радіожурналістики, досліджують питання історії, теорії та практики журналістики, видавничої справи й редагування, аналізують типологічну й формально-змістову специфіку культури видання, потрактовують рекламний та літературно-публіцистичний дискурс та окреслюють особливості інтернет-комунікації.

Для науковців, аспірантів, студентів, усіх, хто цікавиться питаннями історії, теорії та практики соціальних комунікацій.

© Рожило М. А. (упорядкування), 2017

© Яблонський М. Р., Шулик Р. Т. (обкладинка), 2017

© Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2017

Founder: Lesya Ukrainka Eastern European National University
Certificate of registration of printed mass of information serial KV № 19772-9572 PR of 15.03.2013

Recommended for publication by the Academic Council
of Lesya Ukrainka Eastern European National University
(protocol № 18 of 20.12.2017)

Editorial board: **Igor Koczan** – Doctor of Biological Sciences, Professor; **Anatolij Czjosj** – Doctor of Sciences in Physical Education and Sport, Professor; **Svitlana Gavrylyuk** – Doctor of Historical Sciences, Professor; **Georgij Davydyuk** – Doctor of Sciences in Physics and Mathematics, Professor; **Mykola Karlin** – Doctor of Economical Sciences, Professor; **Svitlana Kravchenko** – Doctor of Sciences in Social Communications, Professor; **Volodymyr Melnyk** – Doctor of Technical Sciences, Professor; **Mykola Mirchenko** – Doctor of Philological Sciences, Professor; **Ivan Smolyuk** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor.

Editorial board:

Svitlana Kravchenko – Doctor of Sciences in Social Communications, Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University) (**main editor**);

Gabelskij Rafal – Doctor habilitatus, Professor (University of Warsaw);

Viktor Davydyuk – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University);

Mykola Zhulynskij – Full Member of NAS of Ukraine, Doctor of Philological Sciences, Professor (Taras Shevchenko Institute of Literature (National Academy of Science of Ukraine);

Nadiya Zelinska – Doctor of Philological Sciences, Professor (Ukrainian Academy of Printing);

Kovalchuk Rafal – Doctor habilitatus, Professor (University of Lodz);

Nadiya Koloshuk – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University);

Ivan Krupskij – Doctor of Historical Sciences, Professor (Ivan Franko National University of Lviv);

Mariya Moklycyia – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University);

Luyiza Olyander – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University);

Volodymyr Rizun – Headmaster of Institute of Journalism, Doctor of Philological Sciences, Professor (Taras Shevchenko National University of Kyiv);

Viktor Udalov – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University);

Shhepanskyj Yezhy – Doctor habilitatus, Professor (Ien Kochanovsky University in Kielce);

Nataliya Blahovirna – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University);

Mariya Rozhylo – Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor (Lesya Ukrainka Eastern European National University) (**executive secretary**).

Reviewers:

Nataliya Sydorenko – Doctor of Philological Sciences, Professor (Taras Shevchenko National University of Kyiv);

Lidiya Sniczarchuk – Doctor of Sciences in Social Communications, Professor (Vasyl Stefanyk Lviv National Scientific Library of Ukraine, The Press Studies Research Institute).

Mass communicatio: history, nowadays, prospects : scientific-practical journal / main editor S. I. Kravchenko; ordering M. A. Rozhylo. – Lutsk : Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2017. – № 11–12 (8). – 148 s.

The journal contains articles, which highlight the urgent problems of social communications, media education, television and radiojournalism, explore the history, theory and practice of journalism, publishing and editing, analyzing typological and formal semantic specificity of cultural publication, explain advertising and literary and journalistic discourse and outline the features of online communication.

For researchers, graduate students, all those interested in the history, theory and practice of social communications.

© Maria Rozhylo (ordering), 2017

© Maksym Yablonsky, Taras Szulik (cover), 2017

© Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2017

ЗМІСТ

РОЗДІЛ I. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>Косюк Оксана</i>	
Раціонально-індивідуальний вектор масової комунікації.....	5
<i>Рожило Марія</i>	
Релігійний туризм як тренд у журналістиці.....	20
<i>Теребус Оксана</i>	
Особливості висвітлення збройних конфліктів у ЗМІ.....	26
<i>Хомінський Сергій</i>	
Особливості збору інформації падіожурналістиці.....	30
<i>Lis Andrzej</i>	
Strona internetowa organizacji jako sposób na zarządzanie informacją.....	38

РОЗДІЛ II. МЕДІАОСВІТА

<i>Кушнір Оксана</i>	
Регіональне телевізійне мовлення в системі морально-етичного виховання дитячої аудиторії (за матеріалами тернопільських каналів).....	45
<i>Яблонський Максим</i>	
Література Розстріляного Відродження в журналістській і редакційній діяльності Петра Волиняка (на матеріалі часопису «Нові Дні» 1950 років)	56

РОЗДІЛ III. НАУКОВЕ ОСМИСЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ТЕЛЕ- ТА РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ. РЕКЛАМНИЙ ДИСКУРС

<i>Голік Оксана</i>	
Моделі основного рекламного тексту у сучасному медіадискурсі	65
<i>Самуляк Оксана</i>	
Популярні інструменти диджитал-маркетингу.....	76

РОЗДІЛ IV. КУЛЬТУРА ВИДАННЯ: ТИПОЛОГІЧНА ТА ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВА СПЕЦИФІКА

<i>Благовірна Наталія</i>	
Дискурсивні практики безперервного осмислення оригіналу	88
<i>Шульська Наталія</i>	
Нові видавничі тенденції у підготовці й випуску українських артбуків.....	95

РОЗДІЛ V. ІСТОРІЯ, ТЕОРІЯ Й ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ, ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>Кошелюк Олена</i>	
Видавнича справа за рубежом: зміст та проблемні аспекти курсу	110
<i>Кравченко Світлана</i>	
Видавнича діяльність Українського наукового інституту у Варшаві у міжвоєнний період	116
<i>Решетуха Тетяна</i>	
Видавнича справа Тернопілля кінця XIX – на початку XX століття: чинники становлення та видавничий репертуар	121

РОЗДІЛ VI. ЛІТЕРАТУРНО-ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС

<i>Жванія Людмила</i>	
Комунікативна модель есею Євгена Сверстюка «На межі фатальній»	130

РОЗДІЛ II Медіаосвіта

УДК 070:654.197(477.84):37.035

Оксана Кушнір¹ – кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира
Гнатюка

Регіональне телевізійне мовлення в системі морально-етичного виховання дитячої аудиторії (за матеріалами тернопільських каналів)

У статті окреслено особливості морально-етичного впливу регіонального телевізійного мовлення на дитячу аудиторію. Наголошено на значущості регіонального телебачення у житті дітей та підвищенні вимог до його продукції. Розкрито формально-змістовий контент дитячих програм на тернопільських телеканалах «TV-4», «ТТБ», «ІНТБ». Виділено універсальний функціонально-цільовий концепт – виховання цілісної, гуманної, гармонійно розвиненої особистості. Обґрунтовано важливість образів дітей-ведучих як взірців мовлення, поведінки та зовнішності.

Ключові слова: телевізійне мовлення, регіональне телебачення, дитячі програми, аудиторія, морально-етична парадигма, формально-змістовий контент, ведучі.

Постановка наукової проблеми. Вплив медіа на дитячу аудиторію неможливо переоцінити, адже людина відповідно до закладеного у дитячому та підлітковому віці морального виховання моделює відносини з іншими людьми. Сучасне телебачення є наймасовішим та найдієвішим засобом поширення інформації, розваги, освіти. Дитяча телепродукція є одним з найвагоміших чинників родинного виховання та розвитку дитини, оскільки сьогодні спостерігається гіперактивність медіаспоживання неповнолітніми телевізійного продукту, що, у свою чергу, визначає дітей як окремий сегмент серед цільової аудиторії телеканалів.

Діти сприймають телеекран подвійно: як інформаційний канал і як канал комунікативний, що вирішує проблеми, які їх цікавлять. Дізнатись більше відомостей про навколишнє життя, отримати підтвердження або заперечення якихось позицій, приємно провести час – основні бажання дитини. Юним телеглядачам доступні десятки каналів, які мають найрізноманітніший контент. Діти споживають інформаційні продукти про себе, інших людей, суспільство, державу та світ. Контент більшості каналів розрахований на дорослу аудиторію, а якісних дитячих телепередач, на жаль, бракує. Саме тому питання контенту дитячих передач, їхній вплив на фізичний, психологічний, естетичний розвиток, формування внутрішнього світу дитини є доволі актуальним.

Аналіз досліджень проблеми. Дитяче мовлення неодноразово ставало об'єктом аналізу українських та зарубіжних науковців, які розглядали телепрограми для дітей у відповідності до умов розвитку суспільства в цілому і телебачення зокрема. Особливу увагу проблемам дитячого медіамовлення приділили К. Кошак [7], В. Макарова [8], С. Остапа [10], В. Чудінова [19]. Принципи й особливості розвитку дитячого телебачення вивчали І. Пенчук [12], В. Архипцева [1], Я. Іванова [5], А. Храмов [17], С. Радиш [13] та ін. Ефекти і впливи сучасного телебачення на дитячу аудиторію досліджували О. Білоус [2], І. Пенчук [11], А. Камінська [6], О. Бондарчук [3], О. Хмельницька [16], О. Яременко [20] та ін. Чимало написано про роль телебачення, досліджено вплив на різні соціальні групи, проте багато запитань залишаються актуальними та невирішеними.

Мета статті – з'ясувати вплив дитячих програм у тернопільському телеєфірі на морально-етичне виховання юних глядачів, окреслити основні проблеми і перспективи розвитку дитячого мовлення на регіональних телеканалах.

Виклад основного матеріалу. Як важливий фактор існування суспільства загалом та окремих соціальних груп журналістика виконує виховну функцію: комунікатор (журналіст) впливає на емоції, інтелект, ментальність реципієнта, таким чином, виховує його. Журналістика опинилася сьогодні в ситуації гострої моральної кризи: на зміну традиційним цінностям людям нав'язуються нові хибні критерії успіху – дешево читиво, «бульварщина», де пропагується насильство і жорстокість, порнографія та культ грошей, де нівелюються такі цінності, як повага до батьків, до національних та культурних надбань [8].

Телебачення найповніше задовольняє соціальні й психологічні потреби людини та робить її життя цікавішим, комфортнішим. Дитяча аудиторія теж потребує свого телевізійного інформаційного продукту. Телеканали чи не найбільше впливають на систему морально-етичного виховання дітей. Телебачення – ключова арена формування моральних норм. За допомогою відповідних програм телеканали позитивно впливають на дитячу аудиторію та підвищують її здатність до комунікації.

Зростання значущості телебачення в суспільному житті зумовило підвищення вимог до його продукції. Особливо це стосується дитячого телемовлення, за допомогою якого у свідомості дитини створюється образ реальності, виробляється стиль поведінки, формується ставлення до життя. Юні реципієнти зазвичай масово і бездумно поглинають інформацію з телеекрану, тому вплив телебачення на підсвідомість дітей дуже вагомий, що й обумовлює попит на якісну медіапродукцію в ефірі телеканалів.

Сьогодні дитяче телемовлення в Україні складається з кількох так званих дитячих каналів («Піксель TV», «Малютко TV», «ПлюсПлюс»), а також певного відсотка телепрограм, що входять до сітки віщання українських телеканалів. Ціль таких програм – всебічний розвиток, виховання та освіта дітей і юнацтва.

Телебачення передусім повинно навчити дитину думати, робити вибір на користь добра. У створенні дитячого телепродукту важливим є пряме навчання цінностей, яке передбачає застосування декількох послідовних прийомів: засвоєння інформації через пояснення, розповіді, лекції на моральні теми, запам'ятовування, відтворення. Необхідними принципами при створенні дитячих програм є навчання, навчання, переконування, схвалення та осудження [7]. Щоб дитяча програм мала успіх, у ній ефективно мають поєднуватися розважальна сфера та інтелектуальне наповнення. Телепередачі для дітей повинні сприяти розвитку їх здібностей, мають бути емоційними, що виявляється у відборі матеріалу, характерному спілкуванню ведучих зі своїми глядачами. Емоційний настрій створюють самі діти, які можуть бути учасниками передачі, а також її творцями в ролі авторів і ведучих.

Дитячі програми багаті на різноманітні форми та жанри: казки, публіцистичні програми, пригодницькі, науково-фантастичні, науково-популярні фільми, зустрічі з цікавими людьми, вікторини, конкурси, мультфільми [13, с. 5]. А за допомогою системи художньо-виражальних засобів екрану втілюються найцікавіші ідеї подання інформації. Використовуючи композицію кадру, ракурс, види монтажу з технічної сторони можна створити якісну дитячу передачу, підсиливши її кольоровою гамою, музикою та ведучими-професіоналами.

Різна вікова категорія дітей має різні потреби в перегляді. Неможливо створити універсальну дитячу телепрограму, адже кожен вік має свої вимоги до інформації, яку хоче почути. Тому при створенні дитячої програми потрібно обов'язково продумати момент цільової аудиторії, на яку орієнтуються автори. Дослідники у сфері дитячої педагогіки і психології (Д. Ельконін, А. Венгер, А. Виготський, Л. Матвеева, А. Толстих, Л. Коваль, О. Кононко, Д. Ніколенко та ін.) виявили кілька стійких вікових особливостей у поведінці дітей. Переваги уподобання телеперегляду дітей змінюються кожні три роки, відповідно до того, як вони дорослішають (раннє дитинство – від 1 до 3 років; молодший і середній дошкільний вік – від 3 до 5 років; старший дошкільний вік – від 5 до 6 років; молодший шкільний вік – від 6 до 11 років; підлітковий вік – від 12 до 15 років; ранній юнацький вік – 15-17 років) [19]. Потрібно пам'ятати, що у різних дітей – різні потреби. Це залежить від виховання, менталітету, матеріального та духовного стану. Проте найважливішим були і є психологічні особливості. Діти надзвичайно швидко вловлюють нову інформацію та віднаходять кумирів. Саме тому необхідно чітко розрізняти телепередачі, котрі призначаються трьохрічній дитині, від тих, що націлені на підліткову аудиторію [1; 3; 12].

Телебачення на регіональному рівні – це виховний центр для жителів певного регіону. Всеукраїнські телеканали мають широкий спектр дії, а місцеві канали покликані забезпечити усі глядацькі потреби, враховуючи специфіку краю. У впровадженні морально-етичних принципів у

журналістиці існує ряд проблем, але регіональні медіа найактивніше намагаються за допомогою своїх матеріалів змінити встановлені вектори цього дискурсу [2; 7]. На кожному етапі розвитку людства формуються нові принципи, які підпорядковують всі інші процеси. Але є незмінні канони, які важливі для формування соціуму у різні періоди – гуманність, чесність, відповідальність, культура поведінки, порозуміння, повага до оточуючого світу та інших людей. Ці елементи є невід’ємною частиною морально-етичного виховання, що реалізується в ефірі тернопільських телеканалів.

Теледискурс Тернопільщини формують телеканали «TV-4», «ТТБ», «ІНТБ». «TV-4» – регіональний інформаційно-розважальний телеканал Тернопільської області, який позиціонує себе як канал для сімейного перегляду, що відображається в його гаслі «З вами щодня». Для дитячого перегляду телеканал пропонує програму «Чарівний ключик», а також мультсеріали, мультфільми у «Дитячій годині» (11:00, 16:10). Дитяче мовлення (і мультфільми, і програма) транслюється українською мовою. «ТТБ» – тернопільська обласна державна телерадіокомпанія, котра щотижня пропонує для дітей та дорослих пізнавальний проект «Мамина школа». Щоденно маленькі глядачі мають змогу дивитися о 16:15 дитячу програму «У країні Мультляндії» та о 20:45 «Вечірню казку». «ІНТБ» – тернопільський телевізійний інформаційно-розважальний канал, який кожного дня пропонує дітям мультфільми, програми «Телевітамінки» та «The best kids».

Формально-змістове наповнення програм має свої особливості та універсальний функціональний концепт – духовне й розумове збагачення дітей, накопичення знань та навичок, формування переконань, поглядів, естетичних смаків молоді та дорослих, виховання цілісної, гуманної особистості. Тому перед редакціями постає велика відповідальність за мораль та спрямованість телепрограм.

На телеканалі «TV-4» морально-етичну парадигму виховання дитячої аудиторії найвиразніше реалізує пізнавальна та розвиваюча передача «Чарівний ключик», орієнтована на цільову аудиторію від 4 до 12 років. Це динамічне та цілісне шоу, яке допомагає мандрувати у країну дитинства. Назва телепередачі передає усю сутність «Чарівного ключика», що здатен відчинити двері у казковий світ [18]. Вона ставить за мету духовно та розумово збагатити юних телеглядачів, формувати всебічно розвинену особистість, тому її ведучі захоплено розповідають про те, чим живе дівчора. Програма «Чарівний ключик» створює певний виховний простір, який відповідає умовам духовності, захисту, раціонального дозування позитивних та негативних переживань, що дає дитині відчуття впевненості в собі та людях, які її оточують.

Традиційно були і залишаються ведучими програми діти. Ведучі телепрограми мають змогу спілкуватись із різноманітними людьми. Вони ознайомлюють глядачів з останніми новинами, подіями Тернопільщини в доступній для них формі.

«Чарівний ключик» – монотематична програма, тому що протягом одного ефіру висвітлюється одна тема з різних сторін. Програма представляє своїй аудиторії сюжети широкого тематичного спектру: навчання у садочку, школі, різноманітну пізнавальну інформацію. Це абсолютно весь спектр дитячих інтересів: ігри, мультфільми, комп’ютери, конкурси, іграшки, правила поведінки, техніка безпеки, моральні норми, консультації різних спеціалістів і т. д. Це можуть бути сезонні теми: «У повітрі пахне весною», «Яблучна феєрія», «Влітку один тиждень рік годує», «Зимові явища природи». Оскільки метою програми є дитячий розвиток та виховання, то велика кількість випусків присвячена цьому: «Що таке патріотизм?», «Усе про театри Тернополя», «Вітаміни», «Здоровий спосіб життя», «В країні казок», «Створення мультиків», «Підготовка до Новорічних свят» та ін. [18].

Часто зі зміною сезону змінюються теми. Так, у передачі «Великдень і писанки» розповідалося про свято, способи святкування, традиції та звичаї, техніку розфарбовування яєць. Одну із передач було присвячено вітамінам. Такі знання необхідні кожній дитині, оскільки лише після порад своїх однолітків вони починають розуміти всю цінність деяких продуктів харчування та речей. Цікаві факти, бесіди та інтерв’ю проводяться в такій формі, щоб зацікавити молодшу аудиторію. У випуску «Тролейбуси» у дітей є можливість почути багато цікавих фактів про тролейбуси, дізнатись історичні цікавинки та переглянути коментарі водіїв щодо їхньої роботи. Це сприяє загальному розвитку дітей та змінює помилкові судження стосовно цього виду громадського транспорту. Важливо відмітити, що не лише юнаки та юнки дізнаються щось нове, але і їхні старші брати та сестри, батьки, дідусі та бабусі. Тобто, вибираючи концепцію телепередачі, автори звертаються до актуальності та дитячих потреб [18].

Композицію програми «Чарівний ключик» komponують пізнавальні і розважальні рубрики, конкурси, мультфільми. Традиційно транслюють такі рубрики: «Цікавинки із торбинки»; «Умілі ручки»; «Ням-ням»; «Моя бібліотека»; «Подорож в історію»; мультфільми; дитячі опитування та ін. У програмі розглядають усе, що може зацікавити дітей, у різноманітних формах: бесіди, дискусії,

коментування, ігри, відеоролики, мультфільми, конкурси, інтерв'ю з експертами, опитування, цікаві зустрічі, екскурсії. Інформація подається невеликими порціями. Часто діти ведуть діалоги між собою, розказуючи щось нове доступною для дитячої аудиторії мовою [18].

Мультфільми завжди включаються у структуру телепередачі «Чарівний ключик». Вони допомагають дітям краще засвоїти інформацію, подану у програмі, виступають важливими засобами у вихованні дітей, а також дозволяють їм відпочити. Казкова реальність – це те, чого потребує дитяча аудиторія. Мультфільми стають своєрідною мовою, яка може допомогти різносторонньому розвитку дитини, сприяти формуванню їх внутрішнього світу [14].

Безумовною перевагою телепрограми «Чарівний ключик» є те, що вони не бігають за модними іноземними мультфільмами і включають дітям вже відомі, які завжди виховували та виховуватимуть дітей, опираючись на моральні принципи. Це одночасно дозволяє залучати до перегляду старшу аудиторію. Дорослим надзвичайно приємно згадати дитинство, поринувши у світ добре знайомих їм мультфільмів від «Союзмультфільм». Неможливість компанії придбати сучасні україномовні мультиплікаційні продукти або ж створити власні конкурентноспроможні зумовлює часту трансляцію радянських російськомовних мультфільмів. Сучасну мультиплікаційну палітру найчастіше демонструють мультсеріали «Маша і ведмідь» та «Свинка Пеппа» [18].

Найпопулярнішою пізнавальною дитячою телепередачею на телеканалі ТТБ є «Мамина школа». Її завдання – виховання свідомих та обізнаних юних телеглядачів, а також розвиток соціального досвіду, компетентності дорослої аудиторії. Телепередача є динамічною та інформативною, пропонує поради щодо здоров'я, святкових днів, дитячого навчання, виховання та дозвілля, приготування їжі, лікування, фізичної підготовки, спорту. Кожний новий випуск різниться тематично. Позитивним аспектом є те, що усі теми висвітлюють у різних формах, за допомогою розповідей, коментарів, дискусій та бесід, пізнавальних досліджень [9].

Зазвичай тематика пов'язана із часом випуску. Так, випуск «Шкільний пенал» присвячено покроковій інструкції створення пеналу власноруч. У зв'язку із наближенням нового шкільного навчального року подібна інформація буде корисною для батьків та дітей, навчить їх слухати й розуміти один одного, взаємної співпраці й допомоги.

Транслювалися випуски, що розповідали про дитячі хобі та можливості їхньої реалізації на Тернопільщині. Вони сприяють вихованню творчих та активних дітей та слугують натхненням для батьків, які часто не розуміють цінності дитячих гуртків. Так, випуск «Художник Павло Шачко» присвячено творчості 12-річного хлопчика і слугує натхненням для інших дітей, а батькам допоможе зрозуміти, що дитячі можливості є неймовірними. Основне – дитяче бажання та батьківська віра [9].

«Коні» – випуск, присвячений дитячому дозвіллю. Дружнє ставлення до тварин розвиває дітей, покращує їхнє здоров'я та взаємини із ближніми. Під час перегляду випуску у глядачів є можливість побачити інтерв'ю із тренером, який ділиться багаторічним досвідом, та дівчиною, яка займається цим видом спорту. Пропаганда здорового способу життя – одне із завдань телепрограми [9].

Наприкінці кожного випуску телепрограми «Мамина школа» висвітлено контактні дані редакції, за якими глядачі можуть пересилати свої фотографії, а також листи із темами, які бажають побачити в ефірі. Це формує у реципієнтів основи медіакультури, комунікаційної етики, вміння обирати важливе й актуальне для себе й собі подібних.

Значну популярність серед передач каналу «ТТБ» має щоденна «Вечірня казка». Ведучі програми налаштовують дітей на сон, дають корисні поради про те, як потрібно поводитись, які якості виховувати у собі. Трансляція мультфільму займає більшу частину ефірного часу. Проте перед і після показом діти завжди отримують хорошу порцію веселих та цікавих коментарів від ведучих про навчання, розваги та ін. Пропоновані мультфільми в більшості вітчизняного виробництва – у них форма та стиль зображення людей і речей якнайкраще відповідають дійсності. Вечірній час ефіру програми зумовлює спокійнішу сюжетну динаміку, кольорову палітру та музичне оформлення мультфільмів [4].

Важливим компонентом програми є зв'язок із аудиторією, що виявляється у перегляді в ефірі листів, надісланих до редакції. Маленькі телеглядачі, слухаючи про турботи і переживання своїх однолітків, опановують культуру спілкування, азбуку ввічливості.

Програма «Телевітамінки» на телеканалі «ІНТБ» також висвітлює теми, які допомагають дитині пристосуватись відповідно до потреб оточення і встановлених у суспільстві стандартів. Автори Олена Мудра та Надія Калінчук формують контент програми за такими загальнолюдськими цінностями і принципами, як сім'я, дружба, доброта, відкритість, щирість, оптимізм, допитливість, розвиток. Усі 152 випуски було спрямовано на пропагування української історії («Музей Зборівської битви»), національних звичаїв і традицій («Різдвяні Свята», «День святого Миколая», «Українські вечорниці», «Великоднє диво»), здорового способу життя й охорони здоров'я («Про

фізкультуру та велосипед», «Центр здорового розвитку Fid Kid»), висвітлення художньої культури («Кінохвилька», «Ляльковий театр»), спортивних подій краю («Граємо у бадмінтон», «Про олімпійський урок та Олімпіаду»), презентацію майстер-класів від відомих тернопільських митців та художніх колективів («Театр пісні «Мікст», «Діти Сонця» – дитячий театр естради») у майстернях талантів («Іграшки з солоного тіста», «Як написати казку?»), народних ремесел («Лемківська писанка», «Розвиток народної іграшки», «Різдвяний павук»), представлення різних форм дитячого дозвілля («Місто професій», «Дитячий театр», «Гурток гончарства»), ознайомлення з визначними архітектурними пам'ятками («Золочівський замок», «Замок у Підгірцях – замок кіноактор», «Пригоди у замках») та ін. [15].

Важливим аспектом у площині морально-етичного впливу на реципієнтів є образи ведучих дитячих програм. Саме їхню поведінку, мовлення, жести найчастіше копіюють маленькі телеглядачі. Завдання ведучого – зацікавити, заохотити, надихнути, стати прикладом, а особливо, коли мова йде про дитячі передачі. Одяг, зачіска, постава, правильна мова, манера поведінки, жести, міміка – усе створює загальний образ ведучого. Дуже важливим є сумісність іміджу та жанру й тематики програми. У програмах «Чарівний ключик», «Мамина школа», «Вечірня казка» та «Телевітамінки» імідж ведучих відповідає формату їх каналів, формі самої програми та не відштовхує глядацьку аудиторію.

Зазвичай, ведучими дитячих програм є діти, що дозволяє максимально наблизитись до потреб аудиторії та вдосконалити подачу матеріалу. У програмі «Чарівний ключик» працює три групи ведучих, які змінюються через випуск, два або і частіше: Катерина Гребенюк, Поліна Довжук та Анастасія Похила; Анна Бойко, Катерина Мариновська та Владислав Хомів; Софія, Віталіна та Аліна Ониськів. Це пов'язано із тим, що дитяча цільова аудиторія більше довіряє словам однолітків, аніж старших. Ведучі програми презентують для дитини суспільство, викликають до себе довіру, займають місце в духовному світі дитини, виступають носіями знань, умінь, моральних цінностей, а з іншого боку – безпосередніми організаторами виховного процесу. Вони завжди акуратно вдягнені та причесані. У їхньому мовленні трапляються окремі помилки, та це радше пов'язано із віковими особливостями, ніж з їхнім іміджем. Телеведучі «Чарівного ключика» мають свої ампула. Дівчатка-ведучі виважені, виховані, добре навчаються, а от хлопці навпаки трохи ліниві та розбишаки, здатні на несподівані вчинки. Дівчатка у програмі ведуть головну лінію і з власного прикладу та досвіду допомагають вирішити якісь проблеми. Ведучі «Чарівного ключика» прекрасно справляються зі своїми обов'язками. Власними коментарями та діалогами вони створюють плавний перехід між рубриками та цілісну екранну картину [18].

Ведучими «Вечірньої казки» на ТТБ є Іриска (Софія Пиріг) та Барбариска (Людмила Пиріг). Їхні телевізійні образи ідеально підходять для дитячої цільової аудиторії. Вони завжди усміхнені, щасливі та веселі. Це позитивно впливає на сприйняття дитячої аудиторії, адже діти беруть приклад зі своїх батьків, старших людей та часто з ведучих чи героїв улюблених програм [4].

Автором і ведучою програми «Мамина школа» є Марія Котенко. Оскільки програма розрахована не лише на дитячу цільову категорію, вибір ведучої дуже коректний. Марія Котенко має приємну зовнішність, уміло використовує жестикуляцію, інтонацію, тембр голосу, володіє культурою мовлення. Вступні слова та коментарі Марії Котенко слугують своєрідним вказівником на мету кожного випуску. Незважаючи на те, що ТТБ є регіональним каналом, авторка «Маминої школи» завжди знаходить щось нове у межах області і не тільки. Догляд за дітьми, святкові дні, спорт, дозвілля – будь-хто може віднайти щось для себе. Ведучій вдається не лише висвітлювати цікаву тематику, але і майстерно її презентувати глядачам. Вона виховує дітей та надихає батьків [9].

Ведучими програми «Телевітамінки» є діти й підлітки Олеся Гасюк, Валентина Томащук, Денис Мудрий, Валентин Шабанов, Катерина Костогриз та ін. Вони водночас подають інформацію, розважають, розповідають цікаві факти та історії, спілкуються з гостями передачі, беруть інтерв'ю. Будучи одного віку із цільовою аудиторією, ведучі прекрасно відчують потреби юних глядачів, тому завжди говорять чітко, коротко та лаконічно, їхні діалоги прості, несподівані та веселі. Вони завжди щирі, відверті, доброзичливі у спілкуванні з героями чи гостями випуску, що у поєднанні з цікавим та пізнавальним змістовим контентом програми творить її концептуальний духовний вектор добра, дружби, любові й милосердя, наполегливості, працьовитості і віри у власні сили і можливості [15].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Телеканали Тернополя займаються створенням якісних, цікавих динамічних і захоплюючих дитячих телепередач. Зрозуміло, що їхній регіональний характер певним чином впливає на контент програм, проте можна порекомендувати їх для перегляду усім малюкам. Пізнавальні розповіді, веселі діалоги, добрі мультики, усміхнені телеведучі та хороший настрій – ось, що дарує перегляд програм «Чарівний ключик», «Мамина

школа», «Вечірня казка» та «Телевітамінки». Тернопільський дитячий телеефір намагається плекати духовний світ дитини, її моральні переконання, що втілюються у конкретні вчинки, стиль життя.

Перспективи у розвитку дитячих регіональних телепередач значні. У них є своя аудиторія, яка завжди потребуватиме телевізійної інформації про своїх близьких чи краян. На регіональних телеканалах враховують інтереси та запити юних телеглядачів. Це одночасно розширює аудиторію і піднімає рейтинг каналів, оскільки діти дуже швидко звикають до улюблених програм і ведучих.

Дослідження структурно-функціонального та формально-змістового аспектів дитячого теледискурсу Тернополя дасть можливість сформулювати рекомендації щодо підготовки і трансляції дитячих передач у тернопільському телеефірі. Це й стане предметом наших майбутніх наукових пошуків.

Література

1. Архипцева В. Телевидение и дети / В. Архипцева // Начальная школа. – 2006. – № 9. – С. 54–56.
2. Білоус О. М. Чи регіональне телебачення є важливим чинником у системі формування національно-патріотичної свідомості дітей?! / О. М. Білоус // Держава та регіони : наук.-виробн. журнал. Серія: Соціальні комунікації. – Запоріжжя : Вид-во класичного приватного університету, 2011. – № 3. – С. 22–28.
3. Бондарчук О. Дитина та ЗМІ: ефекти і впливи / О. Бондарчук // Шкільний світ. – 2003. – № 21. – С.1–3.
4. «Вечірня казка». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://todtrk.te.ua/kazka>
5. Іванова Я. Є. Діти і телебачення / Я. Є. Іванова // Шкільна бібліотека. – 2010. – № 9. – С. 83–84.
6. Камінська А. А. Вплив сучасного українського телебачення на формування морального виховання молоді / А. А. Камінська // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 9. – К. : КиМУ, ДонНУ, КПУ, 2013. – С. 122–124.
7. Кошак К. Форми і методи створення телепрограм для дітей та юнацтва / К. Кошак // Електронна бібліотека Київського інституту журналістики. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&art>.
8. Макарова В. О. «Культура страху» як етична проблема діяльності засобів масової комунікації / В. О. Макарова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2360>.
9. «Мамина школа». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://todtrk.te.ua/m_shkola
10. Остапа С. Медитація на тему дитячого телебачення / С. Остапа. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/telebachennya/2009-04-24/45232>.
11. Пенчук І. Л. Інформаційно-емоційний вплив спеціалізованих дитячих телепередач / І. Л. Пенчук // Держава та регіони : наук.-виробн. журнал. Серія : Соціальні комунікації. – Запоріжжя : Вид-во класичного приватного університету, 2011. – № 3. – С. 87–94.
12. Пенчук І. Л. Телебачення для дітей в Україні : монографія / І. Л. Пенчук. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 384 с.
13. Радиш С. Телебачення і комп'ютер у житті малюків / С. Радиш // Психолог довкілля. – 2012. – № 8. – С. 4–6.
14. Руденя О. Мультфільми і діти / О. Руденя // Соціальний педагог. – 2011. – № 1. – С. 46–49.
15. «Телевітамінки». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intb.te.ua/category/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8/%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8/>
16. Хмельницька О. Дослідження впливу екранної агресії у підлітковому середовищі / О. Хмельницька // Теле- та радіо журналістика : Збірник наукових праць

Львівського національного університету імені Івана Франка. – Львів : ВЦ Львівського нац. ун-ту ім. І. Франка, 2010. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 265–273.

17. Храмов А. В. Дети и телевидение / А. В. Храмов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www2.internews.ru/tvhistory/1/12.html.

18. «Чарівний ключик». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : tv4.te.ua/charivnyi-kliuchyuk/

19. Чудинова В. Дети и меняющаяся медиасреда / В. Чудинова // Школьная библиотека. – № 4. – 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://schoollibrary.ioso.ru/index.php?news_id=353

20. Яременко О. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді / О. Яременко, О. Балакірева. – К., 2000. – 111 с.

References

1. Arkhyptseva V. Televydenye y dety / V. Arkhyptseva // Nachalnaia shkola. – 2006. – № 9. – S. 54–56.

2. Bilous O.M. Chy rehionalne telebachennia ye vazhlyvym chynnykom u systemi formuvannia natsionalno-patriotychnoi svidomosti ditei?! / O. M. Bilous // Derzhava ta rehiony : nauk.-vyrobn. zhurnal. Serii: Sotsialni komunikatsii. – Zaporizhzhia : Vyd-vo klasychnoho pryvatnoho universytetu, 2011. – № 3. – S. 22–28.

3. Bondarchuk O. Dytyna ta ZMI: efekty i vplyvy / O. Bondarchuk // Shkilnyi svit. – 2003. – № 21. – S. 1–3.

4. «Vechirnia kazka». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://todtrk.te.ua/kazka>

5. Ivanova Ya. Ye. Dity i telebachennia / Ya. Ie. Ivanova // Shkilna biblioteka. – 2010. – № 9. – S. 83–84.

6. Kaminska A. A. Vplyv suchasnoho ukrainskoho telebachennia na formuvannia moralnoho vykhovannia molodi / A. A. Kaminska // Svit sotsialnykh komunikatsii: nauk. zhurn. [hol. red. O. M. Kholod]. – Т. 9. – К. : KyMU, DonNU, KPU, 2013. – S. 122–124.

7. Koshak K. Formy i metody stvorennia teleprohram dlia ditei ta yunatstva / K. Koshak // Elektronna biblioteka Kyivskoho instytutu zhurnalistyky. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&art>.

8. Makarova V.O. «Kultura strakhu» yak etychna problema diialnosti zasobiv masovoi komunikatsii / V. O. Makarova. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2360>.

9. «Mamyna shkola». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://todtrk.te.ua/m_shkola

10. Ostapa S. Medytatsiia na temu dytiachoho telebachennia / S. Ostapa. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.telekritika.ua/telebachennya/2009-04-24/45232>.

11. Penchuk I. L. Informatsiino-emotsiinyi vplyv spetsializovanykh dytiachykh teleperedach / I. L. Penchuk // Derzhava ta rehiony : nauk.-vyrobn. zhurnal. Serii : Sotsialni komunikatsii. – Zaporizhzhia : Vyd-vo klasychnoho pryvatnoho universytetu, 2011. – № 3. – S. 87–94.

12. Penchuk I. L. Telebachennia dlia ditei v Ukraini : monohrafiia / I. L. Penchuk. – Zaporizhzhia : KPU, 2011. – 384 s.

13. Radysh S. Telebachennia i kompiuter u zhytti maliukiv / S. Radysh // Psykholoh dovkillia. – 2012. – № 8. – S. 4–6.

14. Rudenia O. Multfilmy i dity / O. Rudenia // Sotsialnyi pedahoh. – 2011. – № 1. – S. 46–49.

15. «Televitaminky». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://intb.te.ua/category/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8/%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8/>

16. Khmelnytska O. Doslidzhennia vplyvu ekrannoї ahresii u pidlitkovomu seredovyschi / O. Khmelnytska // Tele- ta radio zhurnalistyka : Zbirnyk naukovykh prats

Lvivskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Franka. – Lviv : VTs Lvivskoho nats. un-tu im. I. Franka, 2010. – Vyp. 9. – Ch. 1. – S. 265–273.

17. Khramov A. V. Dety y televydenye / A. V. Khramov. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : www2.internews.ru/tvhistory/1/12.html.

18. «Charivnyi kliuchyк». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : tv4.te.ua/charivnyi-kliuchyк/

19. Chudynova V. Dety y meniaiushchiasia medyasreda / V. Chudynova // Shkolnaia byblyoteka. – № 4. – 2004. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://schoollibrary.ioso.ru/index.php?news_id=353

20. Iaremenko O. Rol zasobiv masovoi informatsii ta inshykh dzherel u formuvanni zdorovoho sposobu zhyttia molodi / O. Yaremenko, O. Balakirieva. – K., 2000. – 111 s.

Кушнир О. Региональная телевизионная речь в системе морально-этического воспитания детской аудитории (по материалам тернопольских каналов). В статье определены особенности морально-этического влияния региональной телевизионной речи на детскую аудиторию. Акцентировано на значимости регионального телевидения в жизни детей и повышении требований к его продукции. Раскрыт формально-содержательный контент детских программ на тернопольских телеканалах «TV-4», «ТТБ», «ИНТБ». Выделен универсальный функционально-целевой концепт – воспитание целостной, гуманной, гармонично развитой личности. Обусловлена важность образов детей-ведущих как образцов речи, поведения и внешности.

Ключевые слова: телевизионная речь, региональное телевидение, детские программы, аудитория, морально-этическая парадигма, формально-содержательный контент, ведущие.

Kushnir O. Regional television broadcasting in moral and ethical upbringing of the children's audience (based on materials of Ternopil TV channels). The features of moral and ethical impact of regional television broadcast on children's audience are outlined in the article. The importance of regional television in the lives of children and increasing demands for its products are emphasized. The formal and semantic content of children's programs on Ternopil television channels «TV-4», «ТТБ», «ИНТБ» are analyzed. Their universal functional-target concept is distinguished – education of holistic, humane, harmoniously developed personality. The importance of the images of children-oversenters as models of behaviour, speech and appearance is grounded.

Keywords: television broadcasting, regional television, children's programs, audience, moral-ethical paradigm, formal semantic content, leading.

Адреса для листування: oksanakush8@gmail.com.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2017

УДК 070: 821.161.2-92'06(092): 008(477) «19»

Максим Яблонський² – аспірант факультету філології та журналістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Література «Розстріляного Відродження» в журналістській і редакційній діяльності Петра Волиняка (на матеріалі часопису «Нові Дні» 1950 років)

У статті доведено, що журналістська й редакційна діяльність Петра Волиняка в 1950 рр. значною мірою сфокусована на проблемах культурно-національного відродження. У центрі

дослідницької уваги – різнопланові матеріали часопису «Нові Дні» (Торонто) за 1950 роки, об'єднані ідеєю представити літературну творчість діячів Розстріляного Відродження. Редактор місячника публікацію художніх текстів Г. Косинки, К. Поліщука, О. Влизька, Д. Фальківського, В. Мисика, Б. Антоненка-Давидовича, Є. Плужника, Г. Шкурупія, Л. Могилянської, а також спогадів про Б. Антоненка-Давидовича супроводжував статтями, коментарями, примітками, в яких зацентровано на антиукраїнському характері сталінських репресій. Проаналізовано також представлення в рубриці «З нових видань» роману В. Підмогильного «Місто» (Нью-Йорк, 1954). Наголошено на постійній увазі редактора місячника «Нові Дні» до літератури Розстріляного Відродження.

Ключові слова: стаття, рубрика, коментар, примітка, редакційна діяльність.