

ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-ГУМАНІТАРНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

Василь Лизанчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-6995-0360>*

Схарактеризовано сутність інформаційно-гуманітарного простору України, особливості функціонування телебачення і радіомовлення в сучасних умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України. Проаналізовано програми телебачення і радіомовлення на предмет особливостей дотримання свободи слова і стандартів журналістської творчості під час російсько-української війни. Наголошено, що телебачення і радіомовлення України має активно сприяти розвитку власного національно-сміслового, інформаційно-психологічного ресурсу для просвітницької пропаганди і утвердження Української Національної Ідеї державотворення.

Ключові слова: інформаційно-гуманітарний простір, радіомовлення, телебачення, свобода слова, стандарти журналістської творчості, російська агресія, патріотизм, моральність, професіоналізм.

Постановка проблеми. Наше покоління бачить і відчуває, як завдяки новим технічним досягненням швидко перебудовуються електронні засоби масової інформації, триває переосмислення їхньої мети і завдань, змінюються творчі прийоми, стиль і технологія теле- і радіожурналістської праці, яскравіше виокремлюються особистісні пріоритети і «Я-концепція» журналіста.

Радіомовлення і телебачення знаходяться на перехресті всіх суспільно-політичних, соціально-економічних, духовно-культурних, морально-громадянських процесів, що відбуваються в Україні та світі. Вони, безперечно, впливають на розвиток і функціонування всієї системи електронних ЗМІ, які виконують бінарну функцію: репродукуючу і продукуючу, тобто відображають реальну дійсність і творять її.

Нагадаємо, що виникнення радіо сприймалося як реальне диво. Воно вражало уяву вченого і селянина, поета і музиканта, робітника і державного діяча. Перша радіомовна станція почала працювати 1920 р. у США. В Україні регулярне радіомовлення започатковано 16 листопада 1924 р. (м. Харків). Феномен радіо полягав у доступності сприйняття живої мови та у блискавичній оперативності повідомлень. Радіомовлення не тільки виправдало сміливі передбачення про його можливості, воно стрімко пронизало всі сфери суспільного життя: культуру, мистецтво, ідеологію, політику, освіту, науку, виховні процеси.

З виникненням телебачення висловлювали думки, що «телебачення вб'є радіо». Були також думки щодо суперницької несумісності між пресою, радіо і телебаченням. Насправді, як підтверджує життя, різні засоби масової інформації доповнюють одне одного. Кожний володіє своїми можливостями, обмеженнями, вимогами, специфікою. На початку 60-х років ХХ століття Володимир Саппак у книзі «Телебачення і ми» чітко окреслив особливості телебачення, назвавши його «вікном у світ», бо за допомогою телебачення дізнаємося стільки нового, що будь-який інший засіб інформації не може зрівнятися з ним у цьому контексті. Це також засіб організації відпочинку аудиторії, бо пропонує глядачеві широкий вибір програм – художніх, розважальних, спортивних, створює «ефект присутності», бо за його допомогою глядач стає свідком події в момент, коли вона відбувається. Водночас телебачення достовірне, оскільки людина бачить на екрані подію, то може самостійно міркувати про неї та дійти висновків. Телебачення інтимне, адже, сідаючи перед телевізором, будь-кому здається, що саме до нього звертаються з екрана, отже, воно – рентген особистості, рентген характеру людини¹.

Такий специфічний аудіовізуальний засіб комунікації як телебачення володіє потужними можливостями сприяти формуванню у громадян України державницького мислення, як мислення національно-гуманного, демократичного, громадянського, толерантного, патріотичного, відповідального за особисту долю, долю родини, суспільства, держави.

Телебачення, як і радіомовлення, покликане допомогти українцям утвердити у свідомості національну гідність, повернути правдиву історичну пам'ять, дати, за словами Григорія Сковороди, духовний меч як найвищу суспільну, морально-психологічну, естетичну цінність.

Святий обов'язок журналістів – донести до людей повний гуманістичний зміст української національної ідеї, всебічно, яскраво показати, що незмінною її складовою сутністю є державна незалежність, національна гідність, висока моральність, самодостатня цінність особистості, добробут, розвинена самоповага і повага до інших, господарська дбайливість, чесність, порядність, патріотизм, взаємодопомога...

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти функціонування радіомовлення і телебачення в інформаційно-гуманітарному просторі України досліджували у своїх працях С. Вовканич², Л. Волошина³, С. Грабовський⁴, В. Здоровега⁵, Н. Іщенко⁶, І. Капсамун⁷, А. Кулаков⁸, І. Лосев⁹, М. Маринович¹⁰, І. Михайлин¹¹, І. Яковенко¹² та ін.

¹ Саппак, В. (1988), *Телевидение и мы: Четыре беседы ...* с. 6–7.

² Вовканич, С. (1999), *Інформація, інтелект, нація...*

³ Волошина, Л. (2019), «Синдром «малоросійства» ...»

⁴ Грабовський, С. (2014), «Постмодерна доба, війна і журналістика ...»

⁵ Здоровега, В. Й. (2004), *Теорія і методика журналістської творчості ...*

⁶ Іщенко, Н. (2019), «Говорить і показує телевізор ...»

⁷ Капсамун, І. (2019), «Інформаційно можна вбити...»

⁸ Кулаков, А. (2014), «Надання ефіру злочинцям – безвідповідально і злочинно ...»

⁹ Лосев, І. (2018), «Небезпечні ігри олігархічного ТБ ...»

¹⁰ Маринович, М. (2017), «Криза постмодерної релятивності ...»

¹¹ Михайлин, І. (2008), *Журналістика як всесвіт ...*

¹² Яковенко, І. (2014), «Мутація ...»

Мета статті. Проаналізувати особливості функціонування радіомовлення і телебачення в сучасних умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети застосовано методи дослідження: історико-теоретичний метод для вивчення і осмислення літератури про розвиток і засади функціонування радіомовлення і телебачення; комплексно-аналітичний метод – для аналізу тематики і змісту телевізійних і радіопередач; порівняльно-логічний метод дав можливість зіставити ідейно-політичну, змістовно-тематичну спрямованість телевізійних і радіопередач. Грунтуючись на концептуально-системному методі з'ясовано морально-професійні, національно-громадянські засади творчості теле- і радіожурналістів. Для розкриття теми також скористалися описовим та методом узагальнення.

Виклад основного матеріалу. Українські електронні ЗМІ в сучасних умовах повинні займати конструктивну, державотворчу позицію. Саме журналістам має бути притаманне болісне відчуття справедливості, глибоке знання соціально-економічних, політико-ідеологічних, духовно-культурологічних, морально-психологічних проблем і громадянська відповідальність за кожне надруковане та мовлене в ефірі слово. Адже слово, як відомо, виконує три важливі функції: біопсихічну, розумову, трансцендентну. «Якщо твоє слово, оперте на доказах твого життя, мене вчить більше любити, більше працювати, навіть більше терпіти задля добра – то є добре слово, – підкреслював Блаженніший Любомир (Гузар). – Коли мене те слово вчить більше ненавидіти, руйнувати, не шанувати, принижувати других людей, не дивитися на їхні потреби, не дивитися на їхні права, прямо тільки себе пропихати – це є небезпечне слово»¹³.

У цьому контексті і ведемо мову про роль, особливості функціонування телебачення і радіо у суспільно-державницькому житті України. Адже суспільство – це не одна партія, «народ – це не один клас чи окремих суспільний прошарок. Осердя народу є корінна, титульна нація, яка становить фундамент держави, – наголошує професор В. О. Карпенко. – Тому інтереси суспільства, інтереси народу, себто національно-державні інтереси мають ставитися вище від інтересів окремого класу чи окремої, хай і найчисленнішої, партії»¹⁴. З цього, власне, і повинні виходити журналісти, виконуючи свої соціальні функції на базі національно-державної, громадянської позиції, свободи і відповідальності за писемне, усне слово і зображення на телеекрані. Бо «немає інтересів вищих за національні. Вони вершина, вищої від якої нема»¹⁵, – підкреслював Левко Лук'яненко, який 27 років відсидів у концтаборах комуністичного тоталітарного режиму.

У зв'язку з тим, що український історичний простір, вітчизняна історія є для українців надзвичайно важливим «полем битви» за свою автентичність, самобутність, національну ідентичність, покликання журналістів активно сприяти історіософському

¹³ «Хіба ревуть воли, як ясла повні» (2002) ...

¹⁴ Карпенко, В. (2006), *Інформаційна політика та безпека* ... с. 133–134.

¹⁵ Лук'яненко, Л. (1991), *Сповідь у камері смертників*... с. 110.

осмисленню сутності української нації, виявляти стрижневу лінію її історичного розвитку, відшукувати ланки зв'язку між давнім, сучасним і майбутнім.

Отже, як наголошують науковці П. Я. Дворянин і В. В. Лизанчук, у стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного потрібно ставитись як до феномену і вічного джерела ідентичності, утвердження якої є найвищою за умов адекватності (природної комфортності) інформаційно-гуманітарного середовища – мови, культури, моралі, духовності, позитивних звичаїв, що творять життєдайну соціокультурну історично зумовлену людську спільноту, яка об'єднана спільними ідеями, діями, традиціями, культурою і оформлена у своєму розвитку різними соціальними системами. Однією з таких систем є електронні засоби масової інформації.

Хоч нові медіа потужно розвиваються, традиційні ЗМІ (зокрема, телебачення і радіо) займають досить важливе місце в інформаційно-гуманітарному просторі України. Про це свідчать результати опитування, яке було проведено Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Громадського об'єднання «Детектор медіа» і представлено 21 березня 2019 р. в «Укрінформі». Жителі України здебільшого дізнаються інформацію про ситуацію в країні та світі з телевізора. На першому місці за популярністю – центральні українські телеканали: 74 % мешканців України стверджують, що головним джерелом інформації для них є телевізійні передачі. На другому місці з істотним відривом – практично втричі менше, 28 %, – українські інтернет-сайти. Майже чверть населення України – 24 % – дізнаються новини із соціальних мереж.

За даними соціологів, у країні є кілька ТОП-каналів, які дивиться переважна більшість населення країни. Це «1+1» (50 %), «Україна» (43 %), «Інтер» (34,4 %), ІСТУ (32,5 %), СТБ (31,4 %). Інші канали користуються популярністю не більше, ніж у 16 % жителів України.

Разом з тим, 41 % населення довіряє центральному українському телебаченню в питаннях висвітлення подій в Україні та світі. Найбільше довіряють телеканалу «1+1» – 24 %, 20 % – телеканалу «Україна», 15 % – «Інтеру», 15 % – ІСТУ, 13 % – СТБ.

Коли ж вести мову про соціальні мережі, то, як стверджують дослідники, абсолютна більшість користувачів – 74 % – віддають перевагу «Фейсбуку» як соцмережі, з якої вони отримують інформацію про дійсність, що їх оточує. «Інстаграм» для цієї мети користується третина населення – 34 %. Кожен п'ятий українець – 20 % респондентів – отримує інформацію з російських соціальних мереж «Вконтакте» та «Однокласники»¹⁶.

Експерт Наталя Іщенко слушно зауважила, що українці продовжують вірити тому, що розповідають «олігархічні» телеканали. Але не можна не помітити як поступово підбираються до лідируючих позицій онлайн-медіа та соціальні мережі, зокрема «Фейсбук» та «Істаграм»¹⁷. Різноманітний «інформаційний фонтан» ллється на людей з екранів телевізорів, радіоприймачів, комп'ютерів, гаджетів.

Десятого липня 2019 р. було оприлюднено результати соціологічного опитування «Динаміка суспільно-політичних процесів в Україні», яке проводила Соціологічна група

¹⁶ Іщенко, Н. (2019), «Говорить і показує телевізор» ...

¹⁷ Там само.

«Рейтинг» на замовлення Міжнародного республіканського інституту (IRI) по всій Україні (крім окупованих територій Криму і Донбасу) з 13 по 23 червня 2019 р. Всього було опитано 2400 жителів України віком 18 років і старше. Допустима похибка не перевищує 2,0 %.

З'ясувалося, що в молодіжному середовищі нові медіа перемогли телебачення або зрівнялися з ним, якщо йдеться про постачання політичних новин. У віці 18–35 років політичні новини отримували з телебачення (новини, програми) 54 %, з інтернет-веб-сайтів – 72 %, із соціальних мереж – 50 %. Для людей старшого віку (51+) джерелами політичної інформації були: телебачення (новини, програми) – 86 %, рідні, друзі – 22 %, радіо – 21 %, статті в газетах та журналах – 23 %. «Детектор медіа» оприлюднив огляд тенденцій в телевізійному просторі України під час парламентської кампанії 2019 р., охопивши період червня – початок липня. У звіті зокрема зазначалося, що менеджери і редактори теле- і радіоканалів, обираючи, кому з політиків дати слово або кого з них згадати, керувалися в багатьох випадках не суспільною важливістю, а політичними інтересами і вказівками інвесторів та інших політичних патронів.

Парламентські вибори в телевізійному просторі значною мірою виглядали як третій тур президентських виборів. Головні гравці залишалися ті самі. Щоправда, з дещо іншою розстановкою сил та додаванням кількох нових, зокрема «Голосу», і повторювали ті самі меседжі. Так само незмінними були основні маніпуляції, до яких вдавалися медійники в інтересах своїх «хлібодавців». Натомість бракувало адекватної інформації та аналізу програм, політичного та особистого бекграунду, намірів кандидатів. Медійники не допомагали виборцям відокремити реальні проблеми та інформаційні приводи від штучно створених для передвиборчого піару.

Телебачення і радіо не впоралися з аналізом виборчих списків, не кажучи вже про мажоритарників від провідних політичних сил. У новини потрапляли лише окремі найскандальніші випадки. Виборці нічого потрібного не довідалися про більшість «нових облич», які пройшли до Верховної Ради України. Виборці мали доступ до передвиборчих меседжів різних політичних сил, нерівномірно розподілених по різних теле- і радіоканалах. На жаль, мовиться лише про піар та приховану рекламу, а не про адекватну інформацію, яка стосується програми, політичного та особистого бекграунду кандидатів, їхнього світогляду, громадянсько-державницької позиції. Фактично з новин виборець отримував ту саму інформацію, що з білбордів та агітаційних листівок. Єдиними загальнонаціональними каналами, у передачах яких моніторинг не виявив матеріалів з ознаками піару чи прихованої агітації, – це «UA:Перший» і Перший канал Суспільного радіо. Але мізерний рейтинг цих медіа не дає можливості сприймати його як значущий фактор українського телерадіопростору.

Отже, «в сухому залишку» з експертного аналізу змісту інформаційно-аналітичних програм українського телебачення і радіомовлення можна зробити один висновок: «як не було у нас впливових та об'єктивних телерадіоканалів, орієнтованих на морально-духовні інтереси суспільства, так і немає, і жодного поліпшення в цієї сфери не спостерігається»¹⁸.

¹⁸ Іщенко, Н. (2019), «Сім особливостей сучасного медіа, або Несвяткові роздуми під час професійного свята» ...

Своє ставлення до функціонування телебачення і радіо, про мету і завдання, потребу займати державницьку, чесну, відкриту громадянську позицію і давати людям змістовні та правдиві відповіді на важливі національно-соціальні, суспільно-політичні питання, а не так звані «збалансовані» релятивістські повідомлення висловили студенти III курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка у письмовій роботі на тему: «Чому я дивлюся (не дивлюся), слухаю (не слухаю) передачі (назва теле- або радіоканалу)». Подаємо деякі коментарі-роздуми для ознайомлення.

Розчарувався у правдивості «ТСН»

«Телевізійна Служба Новин» – популярний інформаційний випуск. Раніше я дивлюся «ТСН» як глядач, потім як майбутній журналіст, а зараз не дивлюся взагалі. Чому?

Не важко було помітити, як з початком виборчої кампанії (2019 р.) «ТСН» набула маніпулятивного характеру, адже відкрито рекламувала кандидата в Президенти України Володимира Зеленського. Журналісти знають, що їм довіряють й українці цим скористалися. Проте «ТСН» не тільки пропагувала Володимира Зеленського, а й поливала товстим шаром бруду Петра Порошенка. Я сумніваюся, що про Порошенка все правда, натомість Зеленський у них ідеальний.

24 березня опублікували на YouTube інтерв'ю, де усім відома Алла Мазур розмовляла з не менш відомим Зеленським. Назва «Про Донбас, Крим, МВФ та «Слугу народу». Так от, це «інтерв'ю» було настільки постановочне, що я ще більше розчарувалася у «ТСН» та правдивості їхніх новин.

Алла Мазур ставить Зеленському запитання, ніби вона стороння людина, але такі, які його показують з найкращої сторони. Якби ж він ще українською щебетав, то для продюсерів було б взагалі ідеально. Та й для Зеленського теж, але він реально не міг «два слова зв'язати до купи» українською. Говорив державною мовою рівно 20 секунд, а інтерв'ю тривало 16 хвилин. Згадали 2014 рік, коли пан Володимир сказав «Я готов стать на колени перед Путиным, только не ставте на колени Украину». Він доповнив «Я и сейчас готов на всё». На все – це на що? Віддати половину України Росії, домовлятися з Путіним, шукати компроміси? Дивно звучить, та навіть лячно. Говорять про мову.

– Мова зараз серед пріоритетів чинного Президента. Чи означатиме ваша перемога, що питання української мови перестане бути державним пріоритетом? Чи вважаєте ви, що потрібно захищати українську чи ні? – запитує Алла Мазур.

– Українська мова захищається головним законом України. 10 стаття Конституції України. «Державна мова – єдина, українська». Що ще потрібно казати про це? Але влада повинна захищати, допомагати громадянам, які розмовляють іншою мовою, – відповідає Володимир Зеленський.

Це, до речі, він зумів сказати українською. З його слів впливає одне – ніхто не збирається підтримувати українізацію, яка розгорнулася. Тобто, українську мову захищає закон і на цьому крапка. Натомість громадян, які розмовляють іншою мовою (скоріш за все Зеленський говорив про російську), адже на своїй сторінці у соціальній мережі Instagram він заявив: «Не имеет значения на каком языке ты разговариваешь». Як це не має значення? Звісно, мова – душа кожного народу. То чому маємо вбивати

українську душу на українській землі? У нас не заборонено розмовляти будь-якою мовою. Але на службі в Україні, в усіх суспільно-політичних організаціях має звучати лише українська. Так, як у Росії – російська, у Польщі – польська, у Румунії – румунська, у США – англійська ...

Я пишу це і мені боляче. Я не можу дивитися «1 + 1», де транслюють «95 квартал», «Слугу народу» й просто висміюють Україну й українців. А найжахливіше те, що людям смішно. Смішно тоді, коли треба плакати. Не можу дивитися «ТСН». Можливо, у них хороші звичайні інформаційні сюжети, але безпardonна підтримка Зеленського перебиває все.

Були ще запитання, багато відповідей, зокрема про економіку, повернення Криму й Донбасу, але слухати це все було важко. Наголошую, що я не вважаю ідеальним нікого з кандидатів, та Володимир – це вже занадто. Ніяк не можу зрозуміти, чому ж «ТСН» продалися. Невже вони з чистою совістю підтримують його? Навіть коли вибори закінчатся на користь Зеленського чи Порошенка, я не буду дивитися «ТСН». Тому, що для мене це вже продажні та проросійські новини.

Набагато краще читати книги, історію, дивитися й слухати тих людей, які від щирого серця бажають Україні добра. Але люди щодня вмикають новини, зокрема «ТСН» й слухають, слухають, слухають. А потім йдуть й роблять свій «правильний» вибір, бо не вмють фільтрувати все, що подають ЗМІ.

Я не засуджую тих, хто підтримав й підтримує В. Зеленського, бо не маю права. Просто мені жаль, що багатьом українцям можна одягнути рожеві окуляри і на очі, і на вуха. У цьому наша велика проблема. Ми довіряємо тим, хто нам близький, хто давно з нами, але навіть близькі можуть, на жаль, обманювати.

Марта Занюк

Телевізійне зубожіння

Мені доволі рідко випадає «вельми жаданий» шанс подивитися телевизор. Однак, коли є така можливість, я користаюся нею у повній мірі, щоб пересвідчитися у черговий раз, що я абсолютно нічого не втрачаю від свого теленевігства. Чому саме таке ставлення до телевізійного ефіру в Україні?

Змушена сказати, що дійсно ситуація складається не на користь голубих екранів. Річ не в тому, що я вчуся на факультеті журналістики і оцінюю контент критично й надто прискіпливо. Сучасне українське ТБ приносить шкоду не тільки молоді, а й більшості жителів країни, незалежно від віку, статі та робочої спеціальності. Воно фактично заворожує глядача, висмоктує його головний атрибут – увагу – і не залишає нічого після.

Це проблема насущна, проте її ніхто не вирішує. Бо зробити такий важливий крок, здійснити кардинальну революцію у системі телебачення і радіо з тією метою, щоб скерувати їх у продуктивніше русло, – то не так вже й легко. Журналістика подібна до політики: вона встановлює прозору межу для народу, через яку переступати не дозволено, хоча вона здається вільно доступною. Маса піддаються впливу «червертої влади», яка у наш час є чи не найпотужнішою, і ніхто не в змозі цьому протистояти. Тому, як би це не звучало ганебно, але електронні ЗМІ задовольняють всі потреби,

які диктує глядач, тобто ми самі загнали себе у пастку. Адже, виявляється, нас нічого, окрім матюків, дурнувятих жартів, бійок, скандалів та нісенітниць – не цікавить! І у цьому парадокс! Чи варто так нарікати на ЗМІ, коли сам споживач інформації «ість і не давиться»?

«Скільки голів – стільки і думок». Дискутувати з приводу теле- і радіожурналістики можна без кінця-краю. Розумні й досвідчені пишуть книжки, монографії, вкладають свої роздуми, умовиводи у модерну оправу й пишуться тим, що слово вилетіло на свободу рефлексивних просторів. Ось воно сіло комусь на тім'ячко або клює гострим дзьобом, однак то лише на якийсь часовий проміжок. Потім візуальне сприйняття поступово слабшає, мозок втомлюється від розумового перенавантаження й, кінець кінцем, увага розсіюється. Птиця слова летить, людина вмикає «кольоровий ящик» і продовжує щоденне накопичення псевдоінформації. Це елементарна істина. Ми знаємо її, як свої п'ять пальців, але від того реальність не стає кращою. Усе зводиться до одного: або ти дивишся і деградуєш, або не дивишся і розвиваєшся. Регрес не особливо приємна перспектива, навіть для людини заурядної, тому більшість обурюється на сучасне телебачення і радіо через їхню опосередкованість, легковажність.

Я не говорю про всі телепрограми, адже деякі з них тішать прозорістю, інтелектуальністю, дотриманням журналістських стандартів, врешті-решт! Однак є умовний список найяскравіших прикладів їх антиподів, так би мовити. Ми дозволимо собі виокремити три основні проблеми українського телебачення і доповнити їх вищенаведеними «зразками». На щастя, чи на жаль, вибрати є з чого...

По-перше, це надмірність розважального контенту, замість серйозних та важливих тем. Сфера гострих політичних, соціальних, економічних прорахунків чи звершень ретельно замасковується камуфляжем із яскравих кадрів, харизматичних телеведучих або новин, що впливають на емоційну складову людської психіки. Те, що колись було створено для легкої розрядки після аналітичних програм, тепер стало регулярною стимуляцією розумової стагнації.

Як індивід може спрямовувати свої міркування на щось інтелектуальне, духовне, якщо йому постійно нав'язують примітивні шаблони сприйняття дійсності, до того ж способом перманентного розсіювання уваги. Вона розлітається на будь-що, відкидаючи головне. Ілюзія, яка є необхідною для об'єднання широких мас, стає реальністю й інтегрує всіх у ватагу недорозвинених суб'єктів суспільства. Ми можемо присвятити дві години відвертій маячні, навіть не помітивши цього! Сучасне українське телебачення має здійснювати просвітницьку функцію, навчати азам історичного минулого, геополітики, мистецтва та іншим галузям людської діяльності. А що ми отримуємо? Такі телепрограми, як «Говорить Україна», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Один за всіх», «Вагітна в шістнадцять» – це телевізійний бруд, що засмічує свідомість більшості українського населення. Це настільки огидно, що не мало б взагалі права на існування де-факто, але не де-юре! У цьому і вся печаль! Невже клоунада, відверті сцени насилля та зубожіння – це єдине, на що ми заслуговуємо?

По-друге, це апеляція українських електронних ЗМІ до емоцій глядача: коли «сенсація» важливіша за конструктивний інформаційний звіт. Природа людини воліє до

щосекундного збагачення досвіду новими фактами та подіями. З особливою інтенсивністю мозок працює на запам'ятовуванні яскравих моментів, залишаючи поза фокусом складні й непоказні. Така робота нашої пам'яті є абсолютною нормою. Однак цей аспект робить людину особливо вразливою, якщо його використовує телебачення і радіо у своїх маніпуляційних техніках. Подібну стратегію застосовують «ТСН» для того, щоб привернути якомога більше уваги: злочинець вбив бабусю чи звалтував молоду дівчину, у якійсь області дитину загризли собаки, дві машини потрапили в аварію, стався землетрус і т. д. Новини про політичне становище в країні, нові наукові відкриття, культурні тенденції не складають Топ–5. Аж ніяк! Суцільна вода, яка скоро вийде з берегів плазми й почне переповнювати кімнати своїм деструктивним контентом (якщо вона вже цього не робить). Прикро, що «ТСН» «вражає», а не інформує, до прикладу.

Хай там що, але дивитися з серйозним обличчям на те, як на Київщині нібито сваряться жителі двох сіл «Гребені» та «Юшки» (хоча насправді місцеві до приїзду знімальної групи «ТСН» навіть не підозрювали про наявність конфлікту) – це абсурд! Новина настільки беззмістовна, настільки «висмоктана з пальця», що хочеться волати від парадоксального запитання: «Як це взагалі можливо на перших кнопках країни?» І це не перший подібний прецедент! Випуск новин на «плюсах» – це або страшне, криваве і смертельне, або безглузде і несуттєве! Ну, якраз для перегляду «теліка» під «макарони» згодиться! Щоб не вмикати мозок ніколи!

По-третє, приватизація олігархічними компаніями чи владними персонами медіахолдінгів і диктування власної редакційної політики з елементами маніпулятивної пропаганди або неприхованої антиукраїнської агітації. Свобода слова залишається лише у цій фразі. Висвітлюється те, що вигідно власнику, або вихваляється його провідна роль у всіх життєвих сферах.

До прикладу, канал «Україна» знаходиться під безпосереднім керівництвом пана Ахметова, відомого мільярдера, що нещодавно злетів із заповітних позицій рейтингу «Forbes». Звичайно, підконтрольні ЗМІ говорять про порядність, шляхетство та чесність олігарха, його особистий вплив на економіку та культуру, формуючи йому репутацію благодійника. Така інформація постійно зазначається у новинній програмі «Сьогодні». А, насправді, чи доцільно взагалі говорити про «ореол святості» особи, котра нагромаджує величезні статки на мозолях мільйонів глядачів, а потім за них купує розкішні вілли?

Ще одна улюблена фігура каналу «Україна» – Олег Ляшко. Є привід чи нема – його персона на вищій ланці суспільного добра! До прикладу, на 8 березня пан Ляшко обіцяє якійсь жінці, що за дитину вона буде отримувати більше, ніж п'ятдесят тисяч гривень. Знову ж таки його нескінченні чудотворні програми влаштування житла для переселенців. У випуску новин «Сьогодні» усі ці благодійні внески ретельно пропагують, на них декілька разів наголошують і виокремлюють, як акт «небаченої доброчинності»! Прекрасне «дотримання» журналістських стандартів, з урахуванням ще й того, що усі ці «Геркулесові подвиги» були вчинені Олегом Ляшком напередодні виборів.

Отож, думка множиться негативом, тому слід припинити її розвій. Суб'єктивізм властивий кожному, і, власне, з нього виникають ідейні начала, що згодом перетворю-

ються у раціональні ствердження. Можливо, колись електронні ЗМІ змінять вектор свого спрямування і трансформуються у якісніший соціальний ресурс. Проте, наразі, я констатую дійсність: ЗМІ стають фальсифікаторами. Від нас залежить усе і нічого від нас не залежить, бо ми сукупність перед телевизором і роз'єднаність за його межами. А має бути навпаки. Кожен чогось чекає і просто не усвідомлює, що ми вже у пастці регресу.

Фактично, це, як ракова пухлина. Ти підозрюєш, що в організмі якісь деструктивні зміни, але не хочеш йти до лікаря, бо «може, якось пройде». А ракова пухлина росте і поступово це призводить до не виправної помилки. Можливо, слід замислитися нам, майбутнім творцям медіареальності, що середньостатистичний споживач скоро зубожіє від своєї інертності, нерозбірливості та байдужості!

Не хочеться будувати українську телерадіожурналістику на кістках «здорового медіасупільства». А рухаючись у цьому фарватері, ми вже однією ногою в ямі...

Анна Гетманова

Більше не дивлюся телеканал «1+1»

Телеканал «1+1» – багато років ці слова асоціювалися виключно з професійністю і правдивістю. ... Запах шкварок, вареники на столі та старенький телевизор збоку. На фоні голос журналіста ТСН, а за столом розмови про останні політичні новини. Так було в моєму солодкому дитинстві щонеділі. Я приходила з батьками після церкви до бабусі і ми обговорювали усі події, які сталися за тиждень.

– А ти чула, як по «1+1» журналістка розповідала про Януковича? – каже до мами бабуся.

– Ага, я вчора весь день новини дивилася. Було би добре, якби Ющенко виграв. Всі кажуть, що він може бути гідним президентом. Може заживемо краще, якщо він буде при владі.

У моїй сім'ї всі завжди довіряли телеканалу «1+1». Слова журналістів жодного разу не ставили під сумнів. Кажуть, краде – значить краде і нема чого цій людині довіряти. Коли на певному телеканалі говорили погане про когось, я не вірила, бо ж то не «1+1». От вони б точно правду сказали.

Для мене все змінилося, коли цього року свою кандидатуру на виборах президента висунув Володимир Зеленський. Думаю, якби я не вчилася на факультеті журналістики, то й не помітила б нічого дивного у поведінці журналістів «1+1». Але зараз я на третьому курсі і трохи навчилася розрізняти моральний професіоналізм від відвертої агітації за кандидата.

«1+1» для мене продукт діяльності Коломойського. Він повністю висвітлює його погляди і позицію. Тому говорити про професіоналізм журналістів, які там працюють, сенсу немає. Вони «сліпі» слуги системи і свого пана.

Думаю, інтерв'ю Зеленського на «1+1» з Аллою Мазур багато хто бачив, але чи зуміли збагнути його суть? Просте запитання – розмита відповідь. Жодних запитань до відповідей кандидата, жодних прихованих насмішок, як це роблять з іншими претендентами на посаду глави держави. Лише святе розуміння між інтерв'юєром та

інтерв'ююваним. Та й трохи дивно, що Зе, який не дає інтерв'ю і не ходить на дебати, вирішив розмовляти саме з журналістами «1+1». Чи не тому, що наперед знав: ніяких гострих запитань не буде, його ніхто не «завалить», і що він постане лише в гарному світлі.

«1+1», Зеленський та Коломойський – це одна діюча система. Ці поняття взагалі не слід розглядати окремо. Вони як Тимошенко і безглузді обіцянки – нероздільні.

А чи не дивно, що чинний Президент України Петро Порошенко з кожним випуском новин, з кожною маленькою новиною на сайті постає перед нами у все гіршому світлі. Система Коломойського веде приховану війну з Порошенком. Чимало людей, ясна річ, цього не помітили. До них раптом прийшло усвідомлення, що Зеленський не такий вже й несерйозний, що може справді стати хорошим Президентом України. Та й Порошенко, очевидно, дуже поганий, про нього тільки й говорять, що корупціонерів не посадив і війну не закінчив. Але «1+1» мовчить про те, як він розбудував армію, як відкрив для українців Європу, як мову українську поширив по всій країні. Найголовніше – він підняв державу навіть під час російської агресії.

Найгірше те, що звичайне населення чомусь не розуміє цього, не бачить як журналісти «1+1» з професіоналів опустили до рівня кріпаків свого власника. Моя бабуся і далі дивитися ТСН, і далі їм довіряє.

Очевидно, що у команді Зеленського є дуже сильні політтехнологи. Його агітація настільки продумана, що проста людина її просто не помічає. До прикладу, день тиші. За законом усі банери з обличчям кандидатів та агітації суворо заборонені. Ясна річ, що не всі претенденти цього дотримуються, і по країні красуються обличчя політиків. Команда Коломойського робить по-іншому. По «1+1» весь день транслюють документальний фільм про 40-го президента Америки Рональда Рейгана, а озвучує його, як ви вже здогадалися, сам Зеленський. Чим вам не агітація? Фільм проникає у підсвідомість українців і доводить, що Зеленський такий же як і Рейган, і що нам варто за нього голосувати. Але багато хто не бере до уваги суттєвий факт: Рейган ніколи не принижував свою націю, не називав Америку акторкою з німецького кіно для дорослих, він не був коміком. Рейган грав ролі ковбоїв, поліцейських і просто хороших хлопців. Найголовніше з усього те, що перед президентством він був губернатором Каліфорнії. В нього був політичний, управлінський досвід. Обов'язок перед усіма американцями не звалився на його плечі зненацька. Ніхто з моїх друзів, які не вчать на факультеті журналістики, так і не побачили в цьому прихованого месенджера.

Серіал «Слуга народу» – це геніально продумана багаторічна агітація. У передвиборчий період, у прайм-тайм, коли всі українці збираються перед екранами телевізорів, транслюють третій сезон горезвісний серіал. У той час, коли інші кандидати платять шалені гроші за півтори хвилини реклами, Зеленський отримує 2 години якісної агітації. Це абсолютно несправедливо щодо інших кандидатів. Закон мав би заборонити трансляцію такого серіалу у передвиборчий період. Коли Арнольд Шварценеггер висував свою кандидатуру на посаду губернатора Каліфорнії, день перед виборами по всій Америці заборонили показ фільмів з його участю.

Я не можу більше дивитися «1+1». Мене від нього нудить. Телеканал, який стільки років мав репутацію правдивого медіа, перетворився у сліпе знаряддя власника. Зараз я розгублена.

Найгірше в цьому – не моя розгубленість і розчарованість, а те, що мільйони українців продовжують вірити «1+1». На ТСН про Зеленського ніколи не говорять критично, Порошенка завжди засуджують і такий месенджер проникає в підсвідомість українців і не всі з них, на жаль, можуть з цим боротися.

Софія Мінджоса

Поліпшуймо якість телевізійного контенту

Пригадую, що після школи полюбляла дивитися мультфільми. Пізніше – був підлітковий вік, який розпочався одночасно з Революцією Гідності. До чого тут вона? Завдяки емоційним сюжетам на телебаченні з легкістю можу пригадати моменти з відео. Це був страшний час. Від перших ноток жалібної пісні «Гей, плине кача...» мурашки пронизували все тіло, а очі наповнювались сльозами. Тоді і виникла в моїй голові думка щодо майбутньої професії. З часом вступила на омріяний факультет. І ось коли доторкнулась до журналістики, почала дивитися сюжети під іншим кутом.

Не віриться, що не так давно у наших бабусь з дідусями, такого приладу як «телевізор» не було. Коли ж настала ера цього «чуда техніки», люди, наче зомбі, збирались у місці, де був телевізор. Всі дружно дивились один серіал або кіно, слухали новини. Для них телебачення було розвагою і джерелом інформації. Проте зараз людей не здивуєш смарт телевізорами або функцією «підключення до wi-fi».

У XXI ст. маємо змогу користуватися не лише газетами, радіо й телебаченням. Вже давно з'явилися Інтернет-видання та інші платформи (наприклад, YouTube), з яких ми можемо дізнатися потрібну нам новину. Такі платформи дають можливість почерпнути інформацію в будь-який час та в будь-якому куточку світу.

Мережа поступово, але впевнено знищує монополію телебачення. Як на розваги, так і на інформацію. Жодне гумористичне шоу не здатне конкурувати з YouTube, як жодне реаліті-шоу – з соціальними мережами. В Інтернеті немає потреби чекати на час випуску новин – вони завжди під рукою в режимі онлайн.

Ми стали лінивими. Ми не розвиваємо свої інтелектуальні здібності, а навпаки – притуплюємо. Телебачення, до якого ми звикли, надто просте. Це частина нас самих. З року в рік українці все більше й більше зловживають переглядом популярних телеканалів, які не завжди несуть цінну інформацію. Якщо звернути увагу на телеканал «1+1», то ми побачимо, що близько 90 % інформації, що подають у новинах – негатив. Це повідомлення про катастрофи, різноманітні кризи, вбивства, аварії і т. п. Людей просто залякують. Після перегляду таких вражаючих новин пропадає бажання дізнатись наступного разу, що відбувається у світі. Вплив таких новин стимулює поганий настрій, депресію. Після цього соціум не може бути цілком психічно здоровим, на жаль. Це стосується й дитячих програм. Більшість із них нічого доброго не розвивають у дітях, навпаки – притуплюють їхні таланти.

Навіть якщо вдається знайти собі щось до смаку, потрібно витерпіти чергове випробування – рекламу. Не дивно, що молоді люди все частіше «зависають в Інтернеті», знаходячи там усю потрібну інформацію. Проте маркетологи дісталися й до Всесвітньої павутини. Однак тривалістю реклами на телебаченні не порівняється.

Всім відомо, що журналісти впливають на формування громадської думки. Як кажуть у народі: «куди вітер повіє, туди й зігнемось». Так і з людьми, які не аналізують інформацію, а просто «ковтають не пережовуючи».

Під час передвиборчої компанії 2019 р. українські електронні ЗМІ виразно проявляли свої симпатії та антипатії. Якщо бути уважним, то зрозуміємо, що телеканали «1+1», «Прямий», «Україна», «Інтер», «NewsOne», «112 Україна», «Наш» – найяскравіше виражають свої політичні позиції.

Наприклад, симпатії каналу «1+1» на стороні Володимира Зеленського та Олександра Шевченка, а ось чинну владу на ньому постійно критикують, в тому числі Петра Порошенка. Зате канали «Прямий» та «5 канал» відверто симпатизують Порошенку. При цьому на «Прямому» звучить «нищівна критика» на адресу Юлії Тимошенко і Зеленського.

Телеканал «Україна» демонструє симпатії до кандидата від «Опозиційного блоку – партії миру та розвитку» Олександра Вілкула, і в той же час критикує кандидата від «Опозиційною платформи – За життя» Юрія Бойка. Кампанію Бойка активно висвітлює і підтримує телеканал «Інтер».

Канал «NewsOne», за оцінками експертів моніторингу, також відкритіше підтримує Бойка. Канал «112 Україна» найбільше уваги приділяє вихвалянню Медведчука, Бойка, Рабіновича та критиці Порошенка.

Майже всі медіа демонстрували свої симпатії або антипатії до тих чи інших кандидатів на пост президента. У більшості випадків це можна пояснити не так позицією самих журналістів, як позицією медіавласників, які мають власні політично-економічні інтереси.

Але журналісти мають виробляти у себе національно-державницьку позицію. Вони повинні стимулювати бажання у людей глибше пізнавати українську культуру. На жаль, майстри слова часто грішать «сухими» сюжетами про національно-культурні події. Не шукають родзинку у темі, а висвітлюють дуже плоско, не вміють зацікавити корисною інформацією, щоб людина перед телевізором не тільки відпочивала, а й духовно та інтелектуально збагачувалася.

Чужинці-власники каналів зацікавлені, щоби українці були сірою, послухною масою. Адже поміж вражаючих новин та різних російських серіалів нас годують рекламами. Через рекламу багато молодих людей перестало дивитись телепередачі, бо їх дратує безцеремонна реклама. Вони знайшли для себе YouTube. Проте і там цього року їх наздогнала білявка з косою на голові.

Безперечно, телебачення залишається наймасовішим засобом впливу на людей, проте якість новинного контенту потрібно змінювати. Тоді і рейтинги зростатимуть, і люди «чужого будуть навчатись і свого не цуратись».

Уляна Анкотович

Студентські огляди телепередач також свідчать про те, що найбільш впливові медіа зосереджені на промиванні мізків, а не на правдивому інформуванні та просвітництві, а ті електронні ЗМІ, які намагаються займатися національно-духовним просвітництвом, пропагандою мовно-культурних здобутків, на жаль, скочуються на маргінес через відсутність державної підтримки, суспільного запиту та інвестицій. Водночас через інформаційно-технологічний пресинг відбувається масштабний наступ на українські національні цінності. Громадяни України зазнають подвійного інформаційно-психологічного тиску: від процесів глобалізації світу та багатовікової російської антиукраїнської політики. Адже вся історія творення Російської імперської держави – це водночас історія переплавлення різних ідентичностей (насамперед української – В. Л.) в одну – російсько-православну, російсько-імперську, російсько-азійську, – наголосила О. Пахльовська.

Філософ Ігор Лосев слушно написав у газеті «День»: якщо вірити зомбоящику, то гіршої держави, ніж Україна, у світі немає. Йде суцільний потік «чорнухи», вбивства, крадіжки, пограбування, масові епідемії, всілякі провали й тотальний ідіотизм на всіх рівнях. Телебачення разом з політиками перетворило політичне життя країни на балаган. У такій атмосфері люди можуть проголосувати навіть за біса з рогами, не те що за примітивного скомороха. Зникають межі між правдою і брехнею, благородством і підлістю, припустимим і неприпустимим¹⁹.

Такий хаос, створений зовнішніми і внутрішніми ворогами, сприяв тому, що «в Україні з'являються не просто проросійські політики, а прямі агенти російських спецслужб» – сказав в інтерв'ю телеканалу «Еспресо-TV» московський адвокат Марк Фейгін. Маніпулюючи фактами, подіями, явищами журналісти телевізійних каналів «112 Україна», «NewsOne», «ЗІК», «Наш», «Інтер» найбільше нав'язували думку глядачам, що головними небезпеками для України та українців стали соціально-економічні проблеми, а не російська гібридна війна. Свідченням такої «віртуальної реальності» є результати спільного опитування Центру «Соціальний моніторинг» Українського інституту соціальних досліджень імені О. Яременка і компанії «Інфо Сепієс», проведеного 19–30 січня 2019 року. 10 000 респондентів в усіх областях України (без врахування населення Автономної Республіки Крим і окупованих територій Донецької та Луганської областей) найбільшими загрозами назвали: виїзд українців за кордон (55 %), економічний занепад (52 %), зубожіння населення (47 %), девальвація гривні (39 %). На п'ятому місці – вже серед другорядних загроз – опинилася повномасштабна війна Російської Федерації проти України.

Як бачимо, медійна матриця ігнорування російсько-української війни і фокусування на «грошах» спрацювала ефективно та результативно. Зазначаємо, що у 2018–2019 роках завдяки маніпулятивній пропаганді найпотужніших електронних ЗМІ набули популярності «зубожіння» і «тарифний геноцид». Безперечно, зарплата, пенсія, стипендія, вартість ліків, ціни на газ – реальні життєві проблеми. Але доброякісного аналізу реальності в рейтингових медіа не було. Усі популярні рецепти вирішення важливих для

¹⁹ Лосев, І. (2019), «У телевізійному вирі» ...

українців соціальних проблем носили казковий характер. На жаль, досі казкові чудеса не стали реальністю. Це є також наслідком того, що в жодному популярному медіа не було презентовано людям повного та об'єктивного аналізу того, як кандидати будуть вирішувати завдання, що стоять зараз перед країною. Натомість чемпіонський титул виграв абсолютно віртуальний план дій віртуального персонажу у віртуальній державі, «дуже схожій на сучасну Україну», але в якій немає війни з Росією²⁰.

Безпрецедентна гібридна війна Російської Федерації проти України і Європи також спонукає по-новому осмислювати морально-психологічні, професійно-етичні, політико-ідеологічні засади функціонування телебачення і радіо. Адже агресивний потік зростаючої інформації призводить до втрати людиною здатності до вибірковості, до опору інформаційній навалі, людина розчиняється у павутинні електронних ЗМІ, а нова інформація лише ускладнює і без того складний навколишній світ.

Відомий російський медіа-експерт Ігор Яковенко слушно наголошує, що «ЗМІ в Росії є найнебезпечнішою структурою, набагато небезпечнішою за «Аль-Каїду», набагато небезпечнішою за терористичні структури, тому що вони є пусковим механізмом для перетворення своєї країни Росії на найнебезпечніший геополітичний об'єкт у світі»²¹. ЗМІ, особливо телебачення і радіо, як свідчить аналіз журналістських матеріалів, виконують функції дебілізації населення Російської Федерації та України, мобілізації Росії на те, щоби населення підтримувало війну з Україною, а частина – ще й брала активну участь. Чимало російських журналістів є активними учасниками путінської спецоперації проти України. Вони психологічно обумовлювали, обґрунтовували насамперед у головах росіян ненависть до українців. Підтвердженням цьому є соціологічні дослідження, за даними яких 83–87 % росіян у 2014 році підтримували путінську антиукраїнську війну. Україна у свідомості російського суспільства вважалася другою за ворожістю до Росії після США. Жаль, але Путін і російський народ у 2014–2019 роках були єдиними. А толерантність, гуманність, взаємоповага, дружба, про які так багато мовилося в українських і російських ЗМІ, закінчується для росіян там, де бере свій початок духовно соборна, незалежна, демократична Україна.

Безперечно, інформаційно-психологічну і військову агресію Російської Федерації проти України може припинити лише той, хто її розпочав. Жертва, яка протистоїть агресії, припинити її може, лише припинивши опір, тобто коли капітулює, ставши навколішки перед ворогом. Путін розпочав війну для того, щоб «остаточно вирішити українське питання». Аби не було такого «неіснуючого», на його думку, народу (оскільки народ тут лише один – російський), не було Української Держави, що є, за Путіним, випадковістю і помилкою історії. Тому російські та промосковські електронні ЗМІ в Україні застосовують різноманітні методи і форми руйнування традиційного українського життєвого середовища, національної ідентичності, відчуження від рідної мови, культури, вироблення в українців почуття меншовартості, психології ухоронництва, малоросійства.

²⁰ Іщенко, Н. (2019), «Собачий хвіст» у «матриці» ...

²¹ Яковенко, І. (2014), «Мутація ...» ...

З огляду на те, що без інформації немає належного прогресу і надійного розвитку, що правдива інформація – це синонім життя, розглядаємо функціонування телебачення і радіо, яким притаманні висока інтенсивність, напруженість, емоційність. Привертаємо увагу до тих особливостей електронних ЗМІ України, які схарактеризувала медіаексперт Наталя Іщенко²².

По-перше, телевізійний і радіоконтент у значній мірі є симбіозом інформування та розважання – інфотейменту. Найпопулярніші та найвпливовіші медіа – телебачення та інтернет-ЗМІ – працюють у форматі «таблоїдів». Це означає вибір найсенсаційніших, а не соціально найважливіших тем для висвітлення. Перевага надається яскравій, емоційній подачі матеріалів, відмові від розповіді про теми, які здаються «складними» для сприйняття та засвоєння пересічними глядачами. Найбільш рейтингові медіа не хочуть ризикувати своєю популярністю й розповідати глядачам та читачам про щось важливе та актуальне, якщо це «щось» не вдається – без зайвих зусиль – подати в форматі сенсації або скандалу.

Друга особливість тісно пов'язана з першою характеристикою українського медіапростору – втрата аудиторії, маргіналізація «серйозних» засобів масової інформації, які не бояться «годувати» громадян суспільно корисною, але нудною інформацією та аналітикою без зайвих «фішечок».

Яскравий приклад – Суспільне телебачення України. Рейтинг цього ЗМІ, яке робить ставку на спокійне інформування та просвіту, а не на розваги – просто мікроскопічний. Вкрай незначними є й тиражі видань, які дозволяють собі друкувати розлогі статті, орієнтовані на так звану думачу аудиторію. І проблема тут не в тому, що подібні медіа втрачають увагу «маленького українця». Проблема в тім, що нова українська еліта, люди, які ухвалюють рішення та впливають на життя держави та суспільства, не дивляться і не читають «книжок без картинок» – серйозні матеріали без «таблоїдної упаковки» та не слухають нудні розумні розмови.

Третя особливість українських сучасних медіа полягає у втраті довіри людей. Аудиторія вірить політикам-популістам, вірить фейковим експертам, вірить «жовтим» блогерам, але відмовляється вірити правдивим журналістам. Наприклад, 49 % мешканців України довіряють вітчизняним ЗМІ, але 43 % (!) – не довіряють. (Загальнонаціональне дослідження проведене соціологічною службою Центру Разумкова з 7 по 14 лютого 2019 року в усіх регіонах України за винятком Криму та окупованих територій Донецької та Луганської областей. Опитано 2016 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3 %).

Здається, саме високий рівень недовіри – одна з важливих причин того, що українці не готові користуватися платним контентом – вони просто не вірять його виробникам. І якщо безоплатно люди готові дивитися та читати сюжети та матеріали, щоб потім їх критикувати та обурюватися «ви все брешете», то платити за таку можливість вони не готові. Це і є головною причиною того, що в нас існує **четверта** особливість українських ЗМІ – залежність засобів масової інформації від дотацій.

²² Іщенко, Н. (2019), «Жага простих відповідей» ...

Це можуть бути фінансові вливання від власника ЗМІ, іноді це гранти міжнародних інституцій. Але в будь-якому разі бізнес-модель функціонування медіа в Україні «не прижилася», і повноцінного медіаринку в нас так і немає.

П'ята особливість ЗМІ, в тому числі телебачення і радіо, – яскраво виражений прагматизм. Це лише на перший погляд здається, що ця риса дещо дисонує з попередньою. Насправді четверта особливість стосується медіа як системи та інституцій, тоді як ця, № 5 – журналістів, як «гвинтиків».

Журналісти України у більшості своїй – це люди прагматичні та реалістичні, вони не люблять розмови про цінності та місію (якщо за це, звісно, не видають гранти) та не сприймають свою діяльність як служіння суспільству – лише як звичайну роботу.

Цю особливість дуже люблять критикувати учасники медійних форумів. Мовляв, журналістика – це особлива професія, журналісти мають виконувати свою надзвичайну місію, нести людям «розумне, добре, вічне». Теоретично, можливо, в цих претензіях і є сенс. Але на практиці дуже мало хто обирає злидні та маргінес замість статків та шансів стати зіркою. Інше питання, чому корисна та необхідна для суспільства діяльність не користується попитом і не підтримується гривнею, але це вже проблеми не стільки журналістики, як країни загалом.

Шоста особливість української журналістики випливає з висловлювань політиків про непотрібність, зайвістю журналістів, на думку політичного класу. Найбільш яскраво це продемонстрували обидва кандидати в президенти, які вийшли до другого туру виборчих перегонів 2019.

Петро Порошенко під час свого президентства сформував цілий пул «придворних» блогерів і спілкувався найчастіше саме з ними, а не з журналістами провідних та найвпливовіших ЗМІ, а також рідко він проводив прес-конференції. Але й новий глава держави, Володимир Зеленський, теж замість спілкування з українськими медіа під час виборчої кампанії вважав за краще контактувати напряму з виборцями в соціальних мережах.

Можна було б констатувати, що шоста особливість української журналістики – це всього лише результат наявності третьої, тобто втрати довіри. Але насправді це ще й наслідки зростання популярності соціальних мереж, які самі собою знижують значення медіа як посередників, як постачальників новин та сенсів пересічним громадянам. І це стовідсотково світова тенденція, лідером, трендсетером якої є Сполучені Штати з президентом Дональдом Трампом, із президентським «Твітером» та з його постійною критикою традиційних ЗМІ.

Сьма особливість електронних ЗМІ на 28 році відновленої незалежності України та шостому році російсько-української війни – це відсутність у багатьох журналістів національно-громадянської позиції, патріотизму як основи діяльності медіа в Україні. Нагадаємо, як характеризував Степан Ленкавський патріотизм, націоналізм і шовінізм:

«а) Патріотизм – це підсвідоме почуття любови до всього, що рідне й нам близьке.

Патріотизм може мати вужчі рамці (локальний) і ширші (народний). Локальний патріотизм – це прив'язаність і любов до нашого найближчого оточення, до родини, хати, родинної місцевості тощо. Народний патріотизм – це почуття любови до свого народу й охота йому допомагати.

- б) Націоналізм – це активна любов до Батьківщини. Це вияв не тільки охоти допомогти Батьківщині, але й чин. Практичне реалізування хотінь нації вийти на вищий щабель її розвитку. Націоналізм – вищий щабель патріотизму.
- в) Шовінізм – це сліпа, пристрасна любов до свого рідного й ненависть до всього чужого. Це крайня межа невідомо-чуттєвої патріотичної настанови»²³.

Слово «шовінізм» (франц. chauvinism chauvin) – войовничий – походить від прізвища солдата наполеонівської армії Н. Шовена, який став відомий своїм людиноненависницьким ставленням до арабського населення під час єгипетського походу в 1798–1801 роках. Відтоді терміном «шовінізм» позначають ідеологію і політику, що проповідує національну винятковість певної нації, зверхність над іншою нацією, її упокорення, асиміляційні процеси, що стає причиною ненависті та національної ворожнечі. Крайнім проявом шовінізму є фашизм, нацизм, рашизм. Фашизм, нацизм, рашизм – ідеологія і політика войовничого, загарбницького шовінізму, расизму та новоявленого московського рашизму.

Націоналізм є філософією буття Нації, її життя, розбудови, а шовінізм, фашизм, нацизм і нинішній московський рашизм, який увібрав у себе шовінізм, фашизм, нацизм, більшовизм – це філософія поневолення і гноблення інших націй. В основі націоналізму лежить національна ідея незалежності, державотворення на гуманістичних засадах, а в основі шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – великодержавницький імперський інтерес, аморальна захланність. Націоналізм починається з любові до свого, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – з ненависті до чужого.

Мовознавець І. П. Ющук наголосив, що «не варто боятися слова «націоналізм». А. Луначарський, діяч комуністичної партії, ще на початку ХХ століття хвалив Т. Шевченка за його націоналістичні погляди. Справді, Тарас Шевченко був великим націоналістом – він переживав і страждав за Україну. Але націоналіст не означає шовініст»²⁴.

Мета націоналізму – свобода своєї нації, її розквіт, щасливе життя громадян, а мета шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – поневолення інших націй, експлуатація і знекровлення. Націоналізм трактує інтернаціоналізм як міжнаціональні взаємини на засадах рівності націй, правдивої історії, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм перетворюють інтернаціоналізм у засіб денационалізації народів і підпорядкування їх бездуховній імперській, великодержавницькій ідеї. Для націоналіста національні ознаки інших: мова, культура, традиції, звичаї – усі історичні святині є об'єктом поваги і пошанування, а для шовініста, фашиста, нациста, рашиста – це те, що потрібно негайно знищити, викоринити і замінити своїм. Саме такою є мета російської агресії, гібридної війни Російської Федерації проти України, яка також охопила країни Європейського Союзу, збурує шовіністичні, антиукраїнські настрої у деякого з наших сусідів. Націоналізм породжує подвижників і героїв, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – убивць, грабіжників, загарбників, яничарів, холоїв.

²³ Ленкавський, С. (2002), *Український націоналізм. Твори, ...* с. 50.

²⁴ Малиновська, Н., Смолій, А. (2017), «Мовознавець Іван Ющук: «У Німеччині багато турків, але німці не переходять на турецьку», ... с. 36.

На жаль, досі в оцінці журналістами багатьох принципово важливих для усвідомлення історичних подій домінують підходи, що несумісні з процесами націє- та державотворення. Однією з причин такої ситуації є поширення в журналістському середовищі України провінційно-плебейського постмодернізму. Відомий філософ і публіцист Сергій Грабовський наголошує, що постмодерн по-плебейски дуже вдало ліг на пострадянську матрицю – з відповідними наслідками у вигляді нездатності оцінювати події в категоріях добра і зла, неспроможності вибудувати ієрархію цінностей. У багатьох журналістів немає правдивих, системних історичних знань, відсутнє вміння чітко розставити історичні акценти з урахуванням сучасних суспільно-політичних, глобалізаційних процесів. Звідси – засилля скандальних, деструктивних, аморальних матеріалів у засобах масової інформації. «А те, що по-справжньому важливо, що може сформувати у глядача українські сенси, українські погляди, українське уявлення про війну – все це витискається, маркується, як нецікаве, або шельмується, як «мова ворожнечі»²⁵. Натомість на проросійських каналах «112 Україна», «Наш», «NewsOne», «ZIK», «Інтер» нонстоп вихваляли зустріч Віктора Медведчука, Юрія Бойка, Вадима Рабіновича і Тараса Козака з прем'єр-міністром Російської Федерації Дмитром Медведєвим. Словесно-зображальний тріскіт українських і російських медіа про «мир, труд, газ» злився в унісон, просуваючи наратив «Дві країни – один народ» у рамках програми «Дві країни – одна професія», залишивши за дужками глибинну сутність професії, яка полягає в тому, що журналісти не можуть бути поза політикою під час російської агресії. Кожен повинен розуміти, що інформація – це зброя.

Правдива інформація як духовно-інтелектуальна вартість, морально-психологічний ресурс повинна вільно пульсувати по вертикалі – від покоління до покоління, – і по горизонталі, на рівні одного покоління. «Свобода руху інформації в суспільстві, якість та швидкість творення нових її різновидів українською мовою є інтегральним показником і водночас доленосним чинником розвитку української нації»²⁶. Свідоме й активне прискорення руху інформації знань, досвіду професор С. Й. Вовканич називає духовно-інформаційною мобільністю нації.

Важливість застосування концепції інформаційної мобільності нації виходить за межі творення українського національного інформаційного простору і поля культури, науки, освіти, мови. Вона стосується всіх народів, які звільнилися чи звільняються з-під інформаційного імперіалізму. Ця концепція ставить на порядок денний проблему світового масштабу, збереження єдності розмаїття мов, культур усіх народів, донесення історичної правди про упослідження багатьох культур і мов, адекватну оцінку тоталітарних режимів, які зловмисно переривали і нині зловісно гальмують спадкоємність і новаторство націй і таким чином зменшували і тепер послаблюють інтелектуальний потенціал людства. Адже кожний народ може внести в інформаційну скарбницю людства вагомий доробок, якщо забезпечити умови створення його власного інформаційного потенціалу.

²⁵ Волошина, Л. (2019), «Синдром «малоросійства» ...

²⁶ Вовканич, С. (1999), *Інформація, інтелект, нація* ... с. 63.

У стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного слід ставитись як до феномену і вічного джерела творчості, плідність якого є найвищою за умови природної комфортності інформаційного середовища – мови, культури, духовності, звичаїв, традицій. Феномен невмирущості нації міститься в інформаційному феномені збереження, незнищенності рідного слова у найширшому його значенні для суспільного розвитку. Саме з таких позицій варто оцінювати інформаційну агресію на українські національні засади.

Зовнішні та внутрішні антиукраїнські сили добре розуміють живодайну снагу національного інформаційного середовища для розквіту незалежної держави. Не будучи господарем власного інформаційного простору, реально не зробивши українську мову державною, перебуваючи в чужій інформаційній блокаді, Україні важко реалізувати свою державотворчу національну ідею, з'єднати поняття етнічного та політичного українця в українсько-центристському дусі, йти шляхом національного розвитку, акумулюючи і використовуючи вітчизняний та світовий досвід.

Тому важливо оптимізувати використання телебачення і радіо в українському державотворенні. Адже контентний аналіз телевізійних, а також радійних новин малює небезпечну картину в психологічному сенсі: наростає тенденція «катастрофізму щодо висвітлення українського буття». Така ситуація також пов'язана з тим, що телевізійний чи радійний матеріал із катастрофами, вбивствами, насильством тощо вимагає менше журналістських зусиль і журналістського хисту, ніж висвітлення доброго, спокійного, мудрого.

Низка телевізійних каналів перетворилася на управління політичного піару численних політичних діячів, на фабрику репутацій, часто-густо фальшивих, засоби популізму. Політичний консультант Ірина Серова зазначає, що «популізм – це вже ідеологія, яка несе людям те, що вони хочуть почути. Якщо хочуть почути «зрада», їм скажуть «зрада», якщо хочуть почути «перемога», їм скажуть «перемога». І вища освіта тут не відіграє великої ролі»²⁷. Загалом деякі телевізійні канали відіграють «досить реакційну роль в Україні, виступаючи класичним «зомбоящиком» на користь тих, кому вони належать»²⁸. Народний депутат Балицький від імені виборців у Мелітополі Запорізької області проголосив: «Для моїх виборців Росія не агресор, а годувальниця». Державну владу України Балицький назвав «божевільною» за увагу до питань української мови, церкви та національної ідентичності (мова про час президентства П. О. Порошенка – В. Л.).

Виступаючи по телебаченню, «Балицький хвалився тим, що постійно і безперешкодно їздить до окупованого Криму. На відміну від цього діяча, я, будучи кримчанином у дев'ятому поколінні, не можу поїхати до рідного Криму, оскільки ймовірність арешту для мене дуже висока», – написав філософ, публіцист Ігор Лосев. – «Хоча в рідному місті Севастополі могили моїх близьких: прабабусі, бабусі і дідуся, батька і матері, тітки, брата, інших дорогих мені людей. Знаю, що і экс-прем'єр уряду Криму Сергій Куніцин,

²⁷ Капсамун, І., Тимченко, М., Серова, І. (2019), «Інформаційно можна вбити... репутацію будь-якої людини, політика, компанії, взагалі можна вбити націю і країну» ...

²⁸ Лосев, І. (2018), «Небезпечні ігри олігархічного ТБ» ...

і ексвіцепрем'єр Криму Андрій Сенченко і багато інших кримчан додому приїхати не можуть. Проте Балицькому там нічого не загрожує. Його репутація в очах окупантів є бездоганною? І їздить він туди як «свій до своїх по своє?»). Чому такі ось Балицькі засідають у вищому законодавчому органі України? Це відповідь на запитання, чому Україні досі не вдається вилізти з політичного і соціально-економічного болота»²⁹.

Нині історично-гуманітарний, інформаційно-духовний простір є надзвичайно важливим полем битви національно свідомих українців за свою автентичність, самобутність, національно-громадянську ідентичність. Адже гібридна війна Російської Федерації є головною загрозою національній безпеці України. «Феномен гібридної війни має два асиметричні модулі існування – матеріальний (фізичний) і дискурсивний. У військовому (матеріальному) вимірі російсько-український конфлікт є локалізованим, охоплюючи частину території України, натомість дискурс цієї гібридної війни набув глобального масштабу»³⁰. В основі російської гібридної війни – руйнування підвалин, що зміцнюють мілітарну, економічну, морально-духовну силу Української Держави, яку Кремль хоче підпорядкувати собі.

Для Російської Федерації важливо дестабілізувати світову політику, і не обов'язково військовими діями: референдумами, сепаратизмом, підконтрольними політиками, підкупамі, шантажем ... «У нестабільному суспільстві, особливо в такому, як наше – молодому, послабленому постійними пертурбаціями, – це робити легше. Їм потрібен хаос навкруги і найперше – в Україні, щоби проштовхувати свій порядок денний. Медведчук це робить, коли дуже часто на каналі «112 Україна», «ZIK» каже, що Донбасу потрібна широка автономія. Це і є продовження гібридної війни задля проштовхування своїх геополітичних інтересів»³¹.

Отже, в сучасних умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України активізувалася потреба прискіпливіше придивлятися, глибше аналізувати сутність стандартів журналістської професії. Адже в інформаційну епоху ми поки що не навчилися як слід захищатися інформаційно. Тим часом ідеологи «руського мира» насамперед через телебачення і радіо заповзято нав'язують постмодерні постулати в Росії, Україні та Європі, тобто, сприймайте нашу, московську, правду, адже усі правди рівнозначні, рівноправні, прийнятні; українська національна ідея суверенного державотворення – це релікт старої доби, нав'язаний ворожими силами проти централізованої російської держави. Мовляв, українська держава – це штучне утворення, це – помилка історії, тому її треба виправляти: повернути Україну в лоно російської імперії. Для цього, за світоглядною парадигмою постмодернізму, яку московські, путінські рашисти переплели зі сталінською – комуністичною і гітлерівською – нацистською антинародною ідеологією і політикою людиновбивства, «все годиться, все прийнятно». У контексті журналістської діяльності така філософія постмодернізму

²⁹ Лосєв, І. (2018), «Небезпечні ігри олігархічного ТБ» ...

³⁰ *Світова гібридна війна: український фронт* (2017) ... с. 468

³¹ Капсамун, І., Тимченко, М., Серова, І. (2019), «Інформаційно можна вбити... репутацію будь-якої людини, політика, компанії, взагалі можна вбити націю і країну» ...

призводить до пропаганди найпаскудніших ідей і вчинків, до апології державної зради і замилювання насильством, до заперечення національних прав українців і загравання з «русским миром»³², – наголошує публіцист Сергій Грабовський.

Російські пропагандисти-маніпулятори відверто брешуть. Характеризуючи політико-ідеологічний стан в царській Росії, французький дослідник Мішле обурювався: «Росіянин – це брехня. Брехня – в громаді, фальшивій громаді. Брехня – в поміщику, священику і цареві [...] брехлива з брехливих, найвища брехня, яка увінчує всі брехні»³³. Ален Безансон підкреслив, що «мистецтво брехні таке ж старе, як і сама Росія. І Кюстін, і Мішле відзначили це мистецтво як її основну рису... Але наше ХХ століття пізнало нову і складнішу версію «згаданої брехні – комуністичну брехню»³⁴. Нинішня московська маніпулятивна пропаганда ґрунтується на потьомкінській і комуністичній брехні, яку намагаються «вибудувати так, щоб не залишити жодної щілини», «не можна було допустити, щоб будь-хто бачив несфальшовану дійсність»³⁵.

Цій апологетичній меті російські та промосковські журналісти в Україні підпорядковують стандарти журналістської професії. Нагадаємо, що стандарти – це набір правил поведінки журналіста, описані у вигляді професійних/етичних кодексів або канонів журналістики, певна схема дій журналіста в різних життєвих ситуаціях; інструмент професійної саморегуляції під час пошуку істини, подання правдивої, вичерпної інформації про факти, події, явища та їх наслідки для читачів, глядачів, слухачів. До журналістських стандартів належать: оперативність, правдивість, точність, достовірність, баланс думок і поглядів, об'єктивність, повнота у викладі інформації, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, неупередженість, чесність/справедливість, яскравість мовностилістичних засобів тощо.

Безперечно, журналісти покликані бути максимально точними, вичерпними, подавати правдиву інформацію. Однак журналіст не повинен бути нейтральним, індіферентним ретранслятором. «Модна нинішня формула західної журналістики про «баланс думок і поглядів» у висвітленні тих чи інших подій – це справжня світоглядна порнографія, яку французький філософ Філіпп де Лара афористично сформулював так: «П'ять хвилин для Гітлера, п'ять хвилин для єврея». Ось вам, мовляв, дві правди, обидві рівноцінні, а решта нас не стосується...»³⁶, – зазначив публіцист Сергій Грабовський. Годі й казати, що такий підхід не має нічого спільного зі справді найкращими журналістськими традиціями, мета яких – не «баланс», а правдивість, об'єктивність. Баланс між білим і чорним – це сірість.

Журналістські стандарти – це не безликість, безкрилість, не нав'язування думки, що журналіст якась планетарна істота, безнаціональне створіння, що у нього немає Батьківщини, що він без роду-племени. Ні! Головні вимоги журналістських стандартів

³² Грабовський, С. (2014), «Постмодерна доба, війна і журналістика» ...

³³ Michelet, J. (1968), *Les Légendes démocratiques du Nord*, Paris. p. 203.

³⁴ Безансон, Ален (2017), *Свята Русь*, ... епіграф.

³⁵ Там само. с. 94.

³⁶ Грабовський, С. (2015), «Не «баланс», а об'єктивність» ...

– професійна компетентність, подавати оперативну, ретельно перевірену (кілька джерел), правдиву інформацію, не брехати, не маніпулювати фактами, подіями, явищами, не змішувати поняття добра і зла. Бо в основі неправдивих новин є «логіка змія».

Дискутувати можуть на телебаченні і радіо лише ті, хто займає стратегічну мету розбудови духовної української України і під час дискусії уточнюється тактика досягнення позитивної державотворчої мети. Як можна надавати ефір тим, хто підриває український національний фундамент?! Ми покликані рішуче відкинути фальшиве гасло «Дві країни – одна професія», яке підтримує голова Національної спілки журналістів України Сергій Томіленко. Така позиція сприяє позбавленню української журналістики національно-громадянської сутності, зіштовхує її у bagno космополітизму, меншовартості, інертності, дисперсної комунікації. І політики, і громадські діячі, і журналісти мають оцінювати факти, події, явища з позицій інтересів української людини, української родини, українського суспільства, української соборної держави. Адже журналіст, який бреше, маніпулює фактами – недалеко від тієї особи, що вбиває. Бо він готує психолого-ідеологічне, політичне підґрунтя для агресії та вбивства.

Журналісти, науковці не мають морального права піддаватися маніпулятивним технологіям щодо терміна «мова ворожнечі», яку сповідують Дуня Міятович, Станко, Куликов, Томіленко та їхні однодумці. Хіба не зрозуміло, що промосковські бойовики, сепаратисти, кремлівські найманці — це не ополченці, не борці проти московських загарбників, а люті вороги незалежної, духовно соборної України.

Українські ЗМІ покликані називати українських героїв – героями, подвиг захисників України – подвигом, сепаратистську зраду – зрадою, російську брехню – брехнею, московський злочин – злочином, російську агресію – агресією, російських прислужників, за висловом Тараса Шевченка, – московською блекотою і гряззю. Досить часто у телевізійних програмах та й по радіо також «журналісти обговорюють поведінку хитрих і недостойних людей. І не обговорюють з позиції вищих, де хоча б у підтексті приховано розуміння вищих вартостей і ваги національних інтересів країни. І оскільки немає елементарної висоти, то все зводиться до обговорення поведінки недостойних людей. І звідси – плаский рівень, бо все або на рівні переказів, або ж пліток, – наголошував Євген Сверстюк. – Мені здається, що наші журналісти втратили смак до роботи на глибині. І то провина постмодерного часу, який живить людей телевізійними малюнками, відеорядом, який дає якусь куцу інформацію з відповідним запашком. Практично в них немає глибоких питань, вічних питань, і така проблематика – не модна, навіть зовсім вижита з нашого суспільства³⁷.

Академік Володимир Горбулін наголошує, що «нам потрібні якісні образи майбутнього, нам потрібно сміливіше говорити про те, чого ми хочемо і як діятимемо в усіх критично важливих для України питаннях»³⁸. Безперечно, сприйняття всього, що відбувається у світі та в Україні, має ґрунтуватися на глибокому аналізі, чесній і об'єктивній

³⁷ Марусенко, П. (2010), «Мені здається, що наші журналісти втратили смак до роботи на глибині» ...

³⁸ Горбулін, В. (2018), «Вулканічний синдром» ...

оцінці реальності з позиції україноцентризму. Сутність україноцентризму якраз полягає в утвердженні людяності, культури краси, добра, радості, глибокого порозуміння і взаємоповаги між національними групами різних народів і українською титульною нацією. «Особи, які належать до національних меншин, зобов'язані інтегруватися у найширше суспільство через належне володіння державною мовою», – зазначено в Гаазьких рекомендаціях щодо прав національних меншин на освіту. «Європейська Хартія меншинних або міноритарних мов» якраз в контексті україноцентризму обумовлює права і обов'язки національних меншин, які, зберігаючи і розвиваючи свою ідентичність, зобов'язані через глибоке знання мови, історії титульної нації створювати умови для потенційної реалізації своїх інтелектуальних і фізичних можливостей в українському суспільстві та сумлінно працювати задля зміцнення соборної, незалежної, соціально справедливої Української Держави. Ця проблема має бути однією з визначальних тем на телебаченні та радіо.

Важливо також розуміти, що патріотом України робить не кров, а усвідомлення, що людина – частка своєї Батьківщини і від її моральності, духовності, честі залежить гідність, честь України. Той, хто губить на життєвій дорозі українські національні і загальнолюдські морально-духовні почуття, цінності рано чи пізно служить злу, космополітичним викрутасам, допомагає хитрому дияволу забалакувати сумління і під гаслами правди входити в душу, у якій улеслива усмішка перетворюється у злоякісну пухлину нігілізму, зловорожості до українськості, до української землі. Така ситуація в українському суспільстві, особливо в умовах російської гібридної війни проти України, надто небезпечна, бо постмодернізм, посттоталітаризм, постколоніалізм, постгуманізм породили постправду і постетику. Богослов, доктор Мирослав Татарин з університету святого Єроніма (Канада) наголосив, що світ постправди відкрив поле, на якому маніпулюють міфами. Там населення вірить у неіснуючі загрози й недоведені факти, себто вірить у неправду, представлену таким авторитетом як «Правда». Сила маніпулятивної пропаганди, дезінформації, популізму, постправди така підступна і вагома, що її важко виправляти³⁹.

За версією Оксфордського словника під терміном постправда треба розуміти обставини, за яких об'єктивні чинники, виважений аналіз мають менший вплив на формування індивідуальної і громадської думки, ніж вплив на емоції та особисті почуття. При цьому правду, істину відсувають на другий план, на задвірки. Постправда відкриває простір, в якому електронні ЗМІ маніпулюють міфами, недобррозичливими фантазіями. На такому емоційно-психологічному полі населення вірить у постправду, тобто неправду. Наприклад, запущений міф ще за Катерини II, що великороси, малороси і білоруси один народ. Цей міф повторює Путін: він, мовляв, воює не зі своїм народом, а з хунтою, нацистами, фашистами, які захопили владу і засіли в Києві.

Залежно від інтерпретації реального факту, події, явища, яка неминуча під час творення новин, журналіст «може опинитися на позиції «своєї правди», «іншої правди», «чужої правди» і навіть «ворожої правди», – наголошував професор І. Л. Михайлин.

³⁹ Татарин, М. (2017), «Спокуса класицизму: привабливість постправди» ... с. 6.

– «Журналіст може відображати дійсність на засадах точності й достовірності, а може, навпаки, підігнати дійсність під свою ідеологічну концепцію, яка йому здається, в силу тих чи інших причин, правильною; може, нарешті, просто замовчати соціально вагому, потрібну суспільству інформацію»⁴⁰.

Постправду, тобто майстерно сконструйовану неправду потужно використовують російські політики та ЗМІ, а також низка телеканалів в Україні, що дуже заплутує, і люди не те, що не знаходять правду, а навпаки – різко відхиляються від правди, оскільки беруть до уваги цілковиту брехню, яка, на жаль, пронизує українське суспільство, а також Європу й Америку⁴¹. На нашу думку, зараз у Вашій пам'яті, шановний читачу, зринають назви телевізійних і радіоканалів, газетні публікації, виступи депутатів, політиків, журналістів, громадських діячів, слова яких роздуваються антиукраїнською горою, яку, безперечно, потрібно розгорнути, а на її місці засіяти зерно Доброчесності, щоби утверджувалися традиції українського духовного мислення, які сповідував і проповідував Григорій Сковорода.

Григорій Сковорода вважав, що люди діляться на 2 категорії: людина вибрана і людина юрби. Він бачив людину вибрану незалежно від того, до якого суспільного прошарку вона належить. Людиною вибраною міг бути селянин, ремісник, шляхтич, міг бути і вельможа, і гетьман, і будь-хто, тільки при певних умовах і при певній душевній організації. Людиною юрби є тільки така людина, яка духовно непросвічена, яка фактично живе тільки задля споживання матеріальних благ, і яка фактично, як то кажуть, якось працює для того, щоб їсти, а їсть для того, щоб якось працювати. Вищих духовних завдань така людина перед собою не ставить. Таким чином, людиною юрби може бути і гетьман, і вельможа, і шляхтич, і ремісник, і міщанин, і селянин – так само, як і людина вибрана. Тобто Сковорода цілком відкидав класовий розподіл людей. Він розділяв людей на тих, які ведуть достойне життя, і тих, які ганяються за примарами світу, і в цій гонитві гублять свою людську подобу, уподібнюючись людині, яка є на межі тварини.

Отже, думки Григорія Сковороди є надзвичайно важливим методичним підґрунтям для телерадіожурналістів стосовно аналізу й оцінки складових структури українського суспільства, в якому є люди високих моральних, духовних якостей і люди юрби. Щоби люди юрби, до яких належать корупціонери, брехуни та інші блудники, які є на всіх щаблях державної драбини, соціуму, ставали морально-духовними (вибраними за Сковородою), потрібно щоби діяльність законодавчої, виконавчої і судової влад була прозорою, а їхні працівники жили доброчесно і добродійно. На жаль, багато з них не ставлять перед собою духовних завдань. У їхній діяльності головним завданням – задовольняти «желудкові» інстинкти. Для олігархів-чужинців Україна є територією для аморального збагачення. Їхні електронні засоби масової інформації системно дестабілізують ситуацію в країні, прислужуючись російським авантюристам і загарбникам. Вони здійснюють внутрішню антиукраїнську агресію.

⁴⁰ Михайлин, І. Л. (2008), Журналістика як всевіт: вибрані медіа дослідження... с. 80–82.

⁴¹ Маринович, М. (2017), «Криза постмодерної релятивності та етичний вимір» .. с. 11.

Працівники радіо і телебачення покликані сприяти формуванню добродесних людей, які би на українській землі, і не тільки, сіяли добрі сімена національної гідності. Для цього потрібні глибокі знання історії України у європейському і світовому контекстах, висока культура національної пам'яті. Однак багато журналістів і політиків, як не прикро, чітко не розуміє сутності постправди, справжнього масштабу російської імперської загрози не тільки Україні, а й Європі. Ще страшнішим є те, що недруги безпардонно нав'язують тезу, що в Україні «немає свободи слова». Відомий художник і «світський лев» Сергій Полярков зазначив, що він особливих скарг на утиски свободи не чув від справді національно свідомих, глибоких і яскравих журналістів, натомість сірі і бездарні на скигленні щодо «свободи слова» процвітають. «Є свобода слова в Україні – і це очевидний факт, однак ані гідної суспільної уваги у багатьох працівників мас-медіа не було і немає, – наголосив філософ Ігор Лосєв. – Є ще і специфічна група журналістів, які працюють на Кремль за його щедрі «пряники» (сумнозвісний Кирило Вишинський отримував по 53 тисячі євро не на рік, а на місяць!)». Такі журналісти хочуть легалізувати і зробити абсолютно безпечною свою антиукраїнську діяльність, яку вони і називають «свободою слова». «Подібна публіка спостерігається і у сфері політологів та експертів» (І. Лосєв). Якщо свобода слова антиукраїнського спрямування, то кому потрібна така свобода слова?

Соціально небезпечним у журналістиці Іван Франко вважав тип *гіпокрита* – лукавої, брехливої людини. Нині таких журналістів називають «корисними ідіотами». Нав'язана дискусія про якесь протистояння між стандартами журналістської професії і патріотизмом – це від диявола з отруйною голкою. В Україні війна! Не громадянська, а російсько-українська. Справжній український журналіст поєднує громадянську, українськоцентричну позицію і професійні стандарти.

Заслуговує на увагу думка медіаексперта Андрія Кулакова, який наголошує: «Наші журналісти повинні розуміти, що крім кількісних стандартів (дали одну точку зору, то зобов'язані дати й другу), мають бути ще якісні стандарти, зокрема щодо вибору авторитетного представника певної думки. У нас про це часто забувають. Далеко не кожна думка має бути проголошена в суспільному просторі, тим паче, якщо вона спонукає до повалення конституційного ладу в країні. Не обов'язково надавати ефір кожному бандитові чи засланцю іншої держави, які виконують тут спецоперацію. Або давати, але супроводжувати їхні вислови глибокими поясненнями та передісторією»⁴².

Тобто, свобода слова не повинна бути інструментом маніпуляції суспільною свідомістю, тим більше з країни агресора – Росії. У кожного журналіста має бути морально-етична межа: коли він перестає бути журналістом і починає бути громадянином. От тоді він повинен зупинити ефір і сказати гостю: свобода слова – це не свобода патякання, це не всездозволеність. Свобода слова — це громадянська позиція, це – правда, це – професіоналізм, які журналіст реалізує на засадах україноцентризму.

Україна зіткнулася з найпотужнішою у світі російською маніпулятивною пропагандистською машиною, яка також успадувала всю інфраструктуру, технології,

⁴² Кулаков, А. (2014), «Надання ефіру злочинцям – безвідповідально і злочинно» ...

ноу-хау ще холодної війни СРСР та Заходу. Відкриті джерела розповідають, що проти України працює десять потужних медіагруп Російської Федерації, тисячі найнятих фізичних осіб, для яких журналістика не творчий процес, а – вигідний бізнес. Вони взяли на озброєння методи геббельсівської пропаганди. Постулати її добре описав помічник Геббельса Вільфрід фон Овен у «декалозі пропаганди». Геббельс свого часу казав, що «за наявності в руках мас-медія — він може легко перетворити будь-яку націю на стадо свиней». Видно, його рецепти добре спрацювали, бо інакше, як пояснити такий високий рівень зомбування більшості населення Росії та частини українських громадян у Криму, на Сході та Півдні держави. До того ж Росія звикла жити брехнею. Починаючи з Московського царства, Російської імперії та СРСР державна маніпулятивна пропаганда була незмінно побудована на тезі про виняткову роль Росії у світі (єдиної спадкоємиці Першого й Другого Риму, або колиски комунізму) й особливу моральну чистоту її народу на тлі занепаду й аморальності Заходу. «Будь-який гіркий п'яниця в Росії півтора століття знав, що в моральному плані він вищий за будь-якого європейця або американця» (А. Плахонін). І те, що в 90-х роках криве дзеркало російсько-комуністичної пропаганди замінили дзеркалом звичайним, народ не пробачив ні Горбачову, ні Єльцину. Тому з такою легкістю, буквально з вдячністю піднялися з духом росіяни та промосковські, проесесерівські сповідники і п'ятиколонники в Україні, коли В. Путін повернув усе на круги свої.

Нинішня суспільно-політична, ідеологічна ситуація засвідчує, що сучасна Росія як «гідна» наступниця царату і комуністичної імперії зла продовжує у найрізноманітніші способи (мілітарно також) чинити тиск на будь-який український самостійний, соборний поступ, спрямований на утвердження власної ідентичності й національної свободи, зберігаючи поведінку колоніста, імперіаліста, але аж ніяк не гуманіста. Особлива прикмета російського імперіалізму – спадкоємця стародавнього московського месіанізму – «це вмілість зняти поневоленому народові голову так, щоб він цілував катові руку і дякував за визволення. Ця вмілість – один із проявів цинізму, притаманного російському імперіалізмові, цинізму, що межує із садизмом. Є в російському імперіалізмі елементарно дика і zarazом вишукано рафінована, люта ненависть супроти кожного, хто прагне бути вільною людиною і не хоче йти в неволю до «визволителів»⁴³.

Нинішня гібридна війна Російської Федерації проти України вимагає від працівників телебачення і радіо – усіх журналістів – по-новому дивитися на майбутню модель державотворення України, а саме розглядати її в структурі захисту національного простору, генерування духовно-інтелектуальних знань українців як імунітету, що допомагає усвідомити ідею розвитку своєї національної ідентичності в світовому багатокультурному просторі. У цьому контексті важливу думку висловив академік С. Й. Вовканич: «В Україні мають функціонувати націоцентричні закони, які захистять корінну націю, надавши ексклюзивне право збудувати національну Державу, що усуне злочинну практику асиміляції народу, який дав назву державі в центрі Європи»⁴⁴.

⁴³ Добрянський-Демкович, М. (1989), Україна і Росія : історичні нариси на тему російського імперіалізму... с. 24–25.

⁴⁴ Вовканич, С. (2019), «Ідея, що змінить Україну» ...

Зрозуміло, що створення націоцентричних законів вимагає тривалого часу, а от дуже потрібні поправки до законів про телебачення і радіомовлення можна внести досить швидко. У Законі «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» доцільно замінити формулювання 5-го пункту статті 3 Закону про вільне вираження поглядів, думок і переконань. Адже дуже часто вільне вираження поглядів, думок і переконань є антиукраїнським, антидержавним. Тому цей пункт треба сформулювати так: «Вільне вираження поглядів, думок і переконань має здійснюватися тільки на засадах україноцентризму». Адже дискутувати можуть на телебаченні і радіо лише ті, хто чітко займає стратегічну мету розбудови української України і під час дискусії уточнюється тактика досягнення позитивної державотворчої мети. Як уже зазначалося, модна формула західної журналістики для мирних умов про «баланс думок і поглядів» під час війни не має права на існування в Україні. Як можна надавати ефір тим, хто підриває національний фундамент розбудови української України? Про це потрібно також внести поправку, наголосити у Законі України «Про телебачення і радіомовлення» стосовно комерційних телерадіоканалів, багато програм яких носять антиукраїнський характер.

Пункт 2 статті 18 Закону доцільно викласти у такій редакції: «НСТУ має висвітлювати діяльність органів виконавчої влади, інших державних органів, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб з метою контролю суспільством за виконанням ними своїх обов'язків».

Потрібно внести також зміни до статей 3 і 4 Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», де чітко визначити у принципах, завданнях і програмній політиці, що передачі Суспільного телебачення і радіомовлення стовідсотково мають звучати тільки українською мовою. Такого змісту поправку треба внести у Закон «Про телебачення і радіомовлення», яка має стосуватися комерційних теле- і радіоканалів.

Верховна Рада України покликана відреагувати на московську антиукраїнську агресію та світову гібридну війну, яку розв'язала Росія, законодавчо. Тобто, доповнити Закони «Про телебачення і радіомовлення» і «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» розділом «Функціонування електронних ЗМІ в умовах війни Росії проти України».

Іван Франко завжди виступав за єдність слова і діла. Щоб слово сталося ділом, – говорив він, – треба духу свободи і любові до правди та до народу. Ця морально-духовна, національно-громадянська вимога стосується не лише телерадіожурналістів, а й очільників держави, політиків, депутатів усіх рівнів, громадських діячів, кожного громадянина України.

У демократичних країнах світу електронні засоби масової інформації пройняті духом держави, тобто вони є державотворчими, патріотичними, об'єднуючими суспільство на мовно-національних засадах. І лише в цих рамках телебачення і радіо плюралістичні, вільнодумні, незалежні. Кожна держава на законодавчому рівні дбає, щоб енергія журналістського слова не спрямовувалася на руйнацію національного державного фундаменту. Кожний матеріал журналістів в Україні має бути спрямований не на розмежування, роз'єднання українського суспільства на Схід, Захід, Південь, Пів-

ніч, на помаранчевих і синьо-білих, зелених і синьо-жовтих, а на згуртування, глибоку інтеграцію різних областей в єдиний державний організм на засадах україноцентризму. Вважаємо, що сутність україноцентризму визначається категоріями національної гідності, патріотизму, поваги громадян до Української Держави, цілеспрямованою працею задля всебічного розвитку всіх життєвих сфер і добробуту людини, її духовних і культурних цінностей, необхідністю розглядати всі політичні події у світі та в Україні крізь призму її національних інтересів, потребою відстоювати добре ім'я та рівноправність України у світовому співтоваристві.

Принципи діяльності електронних засобів масової інформації нерозривно пов'язані з нормами службової чи професійної етики журналіста, його світоглядною позицією, національно-духовними переконаннями, державотворчим мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, здібністю завжди бути готовим до праці. «Творчий процес повинен ґрунтуватися на органічному поєднанні свободи слова, плюралізму думок, гласності і журналістської етики, принциповими засадами якого є: повага до істини і гідності особи; відмова від використання нелегальних або нечесних методів під час збирання інформації; активна участь у процесах українського державотворення; захист і розвиток національного інформаційного простору; критичне ставлення до розтиражування фактів, що принижують гідність людини за расовими, релігійними чи національними мотивами»⁴⁵.

На жаль, над багатьма телерадіожурналістами, передусім молодими, висить спокуса більше розважати, ніж об'єктивно повідомляти, коментувати, аналізувати. Полегшений, так би мовити, розхристаний стиль у журналістській творчості (не закликаємо готувати залізобетонні матеріали, а змістовно багаті, інформаційно насичені!), вільне, спрощене поводження зі словом призводить нерідко до примітивування складних суспільно-політичних проблем.

Папа Франциск у своєму Посланні з приводу 52-го Всесвітнього дня суспільних комунікацій закликав творити «журналістику миру», журналістику без лицемірства, таку, що не приймає неправду, галасливі заклики та гучні декларації, журналістику, «виконану людьми для людей», журналістику як «служіння», як місію Добротворення, а не прислужування «чого изволите».

Найоптимальніший спосіб розвивати власну здатність мислити самостійно, українськоцентрично – це всебічне поглиблення знань, щоби професійно розрізняти правду, істину і постправду, що є найкращою «протиотрутою» від будь-яких російських маніпуляцій фактами, історичною правдою та підступів інших ворогів України. Не тільки журналісти, а й політики, службовці всіх рівнів, депутати, науковці мають знати правдиву історію Росії та України, щоби не потрапляти у капкан «руського міра».

Висновки. Відомо, що інформація – товар. Але яка якість, який зміст цього товару, якою енергією він насичений? Доброчинною чи підступно зловорожою?! Це – надзвичайно важливо в умовах гібридної війни Росії проти України. Що продає журна-

⁴⁵ Лизанчук, В. В. (2006), *Основи радіожурналістики: підручник ...* с. 84.

ліст – зловорожість, паніку, істерику, розпач, безвихідь чи розповсюджує історичну і сучасну правду, конструктивно критикує, прогнозує, рекомендує оптимальний спосіб вирішення проблеми, навіює позитивні емоції, впевненість, оптимізм, переконання, що українці здатні захистити і розбудувати свою Державу. Правда є найрадикальнішою протиотрутою проти «вірусу обману».

Тому в основі журналістського спілкування з глядачами, слухачами має бути моральна чесність, правдивість, а перед собою – всечесність, які черпаються тільки з колодязя національного, українськоцентричного духу. Це допоможе проводити чітку лінію між московською імперською політикою зла і українською національною боротьбою за незалежність та мовно-культурну соборність. Адже «моральний нейтралітет» та «етична амбівалентність» є серйозною загрозою української журналістики (Мирослава Барчук).

Для тих, хто отруєний фальшивою імперською комуністичною ідеологією, від якої не відмовилися в Росії, потрібно по телебаченню і радіо наголошувати, що україноцентризм ґрунтується на концепції націоналізму, який є філософією буття Нації, її життя, розбудови, а шовінізм, фашизм, нацизм і московський рашизм, який увібрав у себе шовінізм, фашизм, нацизм і комуністичну ідеологію – це філософія поневолення, гноблення інших націй. В основі українського націоналізму – гуманістична національна ідея державотворення, а в основі шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – великодержавницький імперський інтерес. Націоналізм починається з любові до свого, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – з ненависті до чужого. Мета націоналізму – свобода своєї нації, а мета шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – поневолення інших націй. Український націоналізм трактує інтернаціоналізм як міжнаціональні взаємини на засадах рівності націй, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм перетворюють інтернаціоналізм у засіб денационалізації народів і підпорядкування їх імперській, великодержавницькій ідеї асиміляції. Для українського націоналіста національні ознаки інших народів: мова, культура, традиції, звичаї – усі святині – є об'єктом поваги і пошанування, а для шовініста, фашиста, нациста, рашиста – це те, що потрібно негайно знищити, викоринити і замінити своїм. Саме такою є мета гібридної війни Російської Федерації проти України. Націоналізм породжує подвижників і героїв, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – убивць, грабіжників, загарбників, яничарів, холоуїв.

Проаналізувавши наведені положення, професор Володимир Монастирський дійшов глибокого, правдивого висновку, що націоналізм не має нічого спільного з шовінізмом, фашизмом, нацизмом і рашизмом, оскільки він є генетично визначеним явищем природи, а це означає, що він є творінням не стільки людського розуму, скільки Всевишнього, тоді як шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм є штучними, хворобливими, маніакальними отруйними плодами⁴⁶.

Спираючись на міжнародну солідарність у розвінчуванні нинішньої гібридної війни, телебачення і радіомовлення України має активно сприяти розвитку власного, національно-смыслового, інформаційно-психологічного ресурсу протистояння і захисту, оскільки лише він повністю відповідатиме інтересам реалізації Української Націо-

⁴⁶ Монастирський, В. (2016), «Обов'язок еліти перед нацією»... с. 133, 135.

нальної Ідеї, яка має створити загальний духовний простір і стати умовою розв'язання ідеологічних, релігійних, мовних протиріч, політично об'єднати всі класи, верстви та етноси, що мешкають на теренах України.

Природне покликання телерадіожурналістів – бути речниками регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей, які в органічній єдності творять гуманістичний національний контент. Журналісти не мають морального права прислуговувати якимось політичним чи фінансовим групам, ігноруючи суспільні цінності та проблеми утвердження соборної, незалежної, правової, демократичної української України. Питання інформаційно-гуманітарної політики мають знайти своє чітке і стале відображення в українській державній політиці національної безпеки. Усі ресурси держави, телебачення і радіомовлення, громадянського суспільства та бізнес-сектору мають бути поєднані людино-націоцентричними вартостями, прагненнями і результативними діями.

Список літератури

1. Безансон, Ален (2017), *Свята Русь*, пер. із франц. Тараса Марусика, ТОВ «Видавництво «Кліо», Київ, 112 с.
2. Вовканич, С. (2019), «Ідея, що змінить Україну. Лише корінний народ має ексклюзивне право будувати національну державу», *Україна молода*, 16–17 серпня.
3. Вовканич, С. (1999), *Інформація, інтелект, нація*, Львів, 416 с.
4. Волошина, Л. (2019), «Синдром «малоросійства», *День*, 12–13 липня.
5. Горбулін, В. (2018), «Вулканічний синдром», *Дзеркало тижня*, 15 червня.
6. Грабовський, С. (2015), «Не «баланс», а об'єктивність», *День*, 4 вересня.
7. Грабовський, С. (2014), «Постмодерна доба, війна і журналістика», *День*, 17–18 жовтня.
8. Добрянський-Демкович, М. (1989), *Україна і Росія : історичні нариси на тему російського імперіялізму*, Укр. Катол. ун-т ім. Св. Климента Папи, Рим, 172 с.
9. Здоровега, В. Й. (2004), *Теорія і методика журналістської творчості: Підручник*, 2-ге вид., перероб. і допов., ПАІС, Львів, 268 с.
10. Іщенко, Н. (2019), «Говорить і показує телевізор», *День*, 19–20 липня.
11. Іщенко, Н. (2019), «Жага простих відповідей», *День*, 12–13 квітня.
12. Іщенко, Н. (2019), «Сім особливостей сучукрмедіа, або Несвяткові роздуми під час професійного свята», *День*, 7–8 червня.
13. Іщенко, Н. (2019), «Собачий хвіст» у «матриці», *День*, 5–6 квітня.
14. Капсамун, І., Тимченко, М., Серова, І. (2019), «Інформаційно можна вбити... репутацію будь-якої людини, політика, компанії, взагалі можна вбити націю і країну», *День*, 16 квітня.
15. Карпенко, В. О. (2006), *Інформаційна політика та безпека. Підручник*, Нора-Друк, Київ, 320 с.
16. Кулаков, А. (2014), «Надання ефіру злочинцям – безвідповідально і злочинно», *День*, 18–19 квітня.
17. Ленкавський, С. (2002), *Український націоналізм. Твори*, Т. 1, Лілея, Івано-Франківськ, 600 с.
18. Лизанчук, В. В. (2006), *Основи радіожурналістики: підручник*, Знання, Київ, 628 с. + компакт-диск.
19. Лосев, І. (2018), «Небезпечні ігри олігархічного ТБ або Згадуючи Веймарську республіку», *День*, 16–17 листопада.
20. Лосев, І. (2019), «У телевізійному вирі», *День*, 29–30 березня.
21. Лук'яненко, Л. (1991), *Сповідь у камері смертників*, Київ, 124 с.
22. Малиновська, Н., Смолій, А. (2017), «Мовознавець Іван Юшук: «У Німеччині багато турків, але німці не переходять на турецьку», *Універсум*, №11–12.

23. Маринович, М. (2017), «Криза постмодерної релятивності та етичний вимір», *Патріархат*, Ч. 6, листопад–грудень, с. 11–13.
24. Марусенко, П. (2010), «Мені здається, що наші журналісти втратили смак до роботи на глибині», *День*, 26–27 лютого.
25. Михайлин, І. Л. (2008), *Журналістика як всесвіт: вибрані медіа дослідження*, Прапор, Харків, 512 с.
26. Монастирський, В. (2016), «Обов'язок еліти перед нацією», *Дзвін*, № 5, с. 129–135.
27. Саппак, В. (1988), *Телевидение и мы: Четыре беседы*, 3-е изд., Искусство, Москва, 167 с.
28. *Світова гібридна війна: український фронт : монографія*, за Горбуліна, В. П. (Ред.), (2017), НІСД, Київ, 496 с.
29. Татарин, М. (2017), «Спокуса класицизму: привабливість постправди», *Патріархат*, Ч. 6, листопад–грудень, с. 3–7.
30. «Хіба ревуть воли, як ясла повні», (2002), Текст відповідей Блаженного Любомира (Гузара), *Дзеркало тижня*, 25 вересня.
31. Яковенко, І. (2014), «Мутація ...», *День*, 18–19 липня.
32. Michelet, J. (1968), *Les Légendes démocratiques du Nord*, Paris.

References

1. Bezanson, Alen (2017), *Sviata Rus*, TOV «Vydavnytstvo «Klio», Kyiv, 112 s.
2. Vovkanych, S. (2019), «Ideia, scho zminyt Ukrainu. Lyshe korinnyi narod maie eksklyuzyvne pravo buduvaty natsionalnu derzhavu», *Ukraina moloda*, 16–17 serpnia.
3. Vovkanych, S. (1999), *Informatsiia, intelekt, natsiia*, Lviv, 416 s.
4. Voloshyna, L. (2019), «Syndrom «malorosiistva», *Den*, 12–13 lypnia.
5. Horbulin, V. (2018), «Vulkanichniy syndrom», *Dzerkalo tyzhnia*, 15 chervnia.
6. Hrabovskiy, S. (2015), «Ne «balans», a obiektyvnist», *Den*, 4 veresnia.
7. Hrabovskiy, S. (2014), «Postmoderna doba, viina i zhurnalistyka», *Den*, 17–18 zhovtnia.
8. Dobrianskyi-Demkovych, M. (1989), *Ukraina i Rosiia : istorychni narysy na temu rosiiskoho imperiializmu*, Ukr. Katol. un-t im. Sv. Klymenta Papy, Rym, 172 s.
9. Zdoroveha, V. Y. (2004), *Teoriia i metodyka zhurnalistyckoi tvorchosti: Pidruchnyk*, 2-he vyd., pererob. i dopov., PAIS, Lviv, 268 s.
10. Ishchenko, N. (2019), «Hovoryt i pokazuie televizor», *Den*, 19–20 lypnia.
11. Ishchenko, N. (2019), «Zhaha prostykh vidpovidei», *Den*, 12–13 kvitnia.
12. Ishchenko, N. (2019), «Sim osoblyvostei suchukrmedia, abo Nesviatkovy rozhdymy pid chas profesiinoho sviata», *Den*, 7–8 chervnia.
13. Ishchenko, N. (2019), «Sobachyi khvyst» u «matrytsi», *Den*, 5–6 kvitnia.
14. Kapsamun, I., Tymchenko, M., Sierova, I. (2019), «Informatsiino mozna vbyty... reputatsiiu bud-yakoi liudyny, polityka, kompanii, vzhali mozna vbyty natsiiu i krainu», *Den*, 16 kvitnia.
15. Karpenko, V. O. (2006), *Informatsiina polityka ta bezpeka. Pidruchnyk*, Nora-Druk, Kyiv, 320 s.
16. Kulakov, A. (2014), «Nadannia efiru zlochyntsiam – bezvidpovidalno i zlochytnno», *Den*, 18–19 kvitnia.
17. Lenkavskiy, S. (2002), *Ukrainskyi natsionalizm. Tvory*, T. 1, Lileia, Ivano-Frankivsk, 600 s.
18. Lyzanchuk, V. V. (2006), *Osnovy radiozhurnalistyky: pidruchnyk*, Znannia, Kyiv, 628 s. + kompakt-dysk.
19. Losiev, I. (2018), «Nebezpechni ihry oliharkhichnoho TB abo Zghadiuichy Veimarsku respubliku», *Den*, 16–17 lystopada.
20. Losiev, I. (2019), «U televiziinomu vyri», *Den*, 29–30 bereznia.
21. Lukianenko, L. (1991), *Spovid u kameri smertnykiv*, Kyiv, 124 s.
22. Malynovska, N., Smolii, A. (2017), «Movoznavets Ivan Yushchuk: «U Nimechchyni bahato turkiv, ale nimtsi ne perekhodiat na turetsku», *Universum*, № 11–12.

23. Marynovych, M. (2017), «Kryza postmodernoї relatyvnosti ta etychnyi vymir», *Patriarkhat*, Ch. 6, lystopad–hruden, s. 11–13.
24. Marusenko, P. (2010), «Meni zdaietsia, shcho nashi zhurnalisty vtratyly smak do roboty na hlybyni», *Den*, 26-27 liutoho.
25. Mykhailyn, I. L. (2008), *Zhurnalistyka yak vsesvit: vybrani media doslidzhennia*, Prapor, Kharkiv, 512 s.
26. Monastyrskiy, V. (2016), «Oboviazok elity pered natsiieiu», *Dzvin*, № 5, s. 129–135.
27. Sappak, V. (1988), *Televidenye i my: Chetyre besedy*, 3-e yzd., Yskusstvo, Moskva, 167 s.
28. *Svitova hibrydna viina: ukraïnskyi front : monohrafiia*, za Horbulina, V. P. (Red.), (2017), NISD, Kyiv, 496 s.
29. Tataryn, M. (2017), «Spokusa klasytsyzmu: pryvablyvist postpravdy», *Patriarkhat*, Ch. 6, lystopad–hruden, s. 3–7.
30. «Khiba revut voly, yak yasla povni», (2002), Tekst vidpovidei Blazhennoho Liubomyra (Huzara), *Dzerkalo tyzhnia*, 25 veresnia.
31. Iakovenko, I. (2014), «Mutatsiia ...», *Den*, 18–19 lystopada.
32. Michelet, J. (1968), *Les Légendes démocratiques du Nord*, Paris.

Стаття надійшла до редколегії 05.10.2019

Прийнята до друку 11.10.2019

TELEVISION AND RADIO BROADCASTING IN THE INFORMATION AND HUMANITARIAN SPACE OF UKRAINE

Vasyl Lyzanchuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
TV and radio broadcasting department,
Generala Chuprynky Str., 49, Lviv, 79044, Ukraine,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-6995-0360>*

Article deals with the essence of the information and humanitarian space of Ukraine, in which radio and television function. The peculiarity of their activity in the conditions of information-psychological and military aggression of the Russian Federation against Ukraine is outlined.

The author emphasized that the electronic media should take a constructive Ukrainian state-making position. Journalists must have a painful sense of justice, deep knowledge of social and economic, political problems and civic responsibility for each printed or spoken word on the air and the television image. Historical space, national history is an extremely important «battlefield» for Ukrainians for its authenticity and national identity, then the journalists calling are to actively promote historiosophical understanding the essence of the Ukrainian nation and identify the pivotal line and historical development, find connections between the ancient, present and future.

The author has analyzed the programs of television and radio broadcasting on the peculiarities of observance of freedom of speech and standards of journalistic creativity during the Russian-Ukrainian warfare. In the fast flow of global information processes all national should be regarded as a phenomenon and an eternal source of creativity, that is, to the Ukrainian language, culture, spirituality, customs and traditions. It's important to optimize the use of television and radio broadcasting for the Ukrainian state formation, people's national dignity, moral and spiritual values.

The principles of electronic media activity are inextricably linked to the journalist standards or professional ethics of a journalist, his ideological position, national-spiritual beliefs, state-forming thinking, professional talent, intellect, ability to always be ready to work.

The natural calling of journalists is to be spokesmen for regional, nationwide and human values, who, in organic unity, create humanistic national content. Journalists have no moral right to serve any political or financial groups, ignoring public values and problems of claiming independence, democratic, legal, spiritually united Ukrainian Ukraine. All resources of the state, television and radio, civil society and the business sector must be united by human-centric values, aspirations and effective actions.

Key words: information and humanitarian space, radio broadcasting, television, freedom of speech, standards of journalistic creativity, russian aggression, patriotism, morality, professionalism.