

УДК 069.015:027.7:378.4(477.74)+069.12+93:37

ББК 63. 4(4Укр); 79.1 + 63.3 (4Укр)

М 74

Рекомендовано до друку кафедрою мовної підготовки іноземних громадян (протокол №4 від 11.11.2014) та Науково-дослідним центром історичного краєзнавства (протокол №1 від 27.10.2014) Сумського державного університету

М 74 **Мова**, історія, культура у лінгвокомунікативному просторі : збірка наукових праць Випуск I / [упор. В. Б. Звагельський]. - Суми : Сумський державний університет, 2014. - Вип. I. - 192 с.

Редакційна колегія:

Власенко В.М. - к. і. н., доц.; Волкова О.М. - к. філол. н., доц.; Гедз О.В.; Дегтярьов С.І. - к. і. н., доц.; Завгородній В.А.; Звагельський В.Б. - к. філол. н., с. н. с., доц. (голова); Казанджиєва М.С. - к. п. н., доц.; Леміш Н.О. - к. і. н., доц.; Набок М.М. - к. філол. н.; Нестеренко В.А. - к. і. н., доц.; Садівничий В.О. - к. н. із соц. комунік., доц.; Шевцова А.В. - к. філол. наук., доц.

Упорядник

Звагельський В.Б.

Перший випуск збірки наукових праць “**Мова, історія, культура у лінгвокомунікативному просторі**” містить статті, розвідки та повідомлення, присвячені різноманітним актуальним питанням гуманітарних дисциплін.

Серед авторів переважно науковці Сумського державного університету, краєзнавці та студентська молодь.

Для науковців, викладачів та вчителів, краєзнавців.

УДК 069.015:027.7:378.4(477.74)+069.12+93:37

ББК 63. 4(4Укр); 79.1 + 63.3 (4Укр)

ЧЕРНИШОВА Т. Г.

**РЕЛІГІЙНА ТЕМАТИКА НА СТОРІНКАХ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАНЬ
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ГАЗЕТИ "ЯРМАРОК" ЗА 2006 Р.)**

Триває дослідження теми, яка довго залишалася поза увагою ЗМІ і суспільства у цілому. Засоби масової інформації займають певні позиції в інформаційному полі, показують різні грані суспільного життя. Все актуальнішим стає питання висвітлення релігійної тематики у світських виданнях, зокрема роль церкви як соціального інституту у формуванні громадської думки та моральних цінностей людини.

Сьогодні релігійна періодика як складова загальноукраїнської журналістики стала об'єктом наукового розгляду таких вчених, як А. Бойко, І. Скленар, А. Юраш, С. Губенко, О. Чиркова та ін. Доктор філологічних наук А. Бойко зазначає, що більшість засобів масової організації не надають достатньої інформації щодо релігійних питань, чим підтверджує потребу в якісному, правдивому та коректному висвітленні релігійних проблем у ЗМІ. Дослідниця зазначає, що саме це, у свою чергу, "може поліпшити морально-етичну атмосферу в суспільстві, сформувати певні ідеали, допоможе запобігти ... розпаленню конфесійної ворожнечі, ксенофобним настроям тощо [1, с. 21].

А. Юраш акцентує увагу на питанні впливу політичних чинників на комунікативні процеси. І. Скленар розглядає особливості типологічних ознак та ідейно-тематичних факторів сучасних видань. Ю. Комінко досліджує православний дискурс на сторінках загальнонаціональних українських видань та визначає основні форми втілення релігійної тематики в нецерковній пресі, з яких найпоширенішою є розміщення в друкованих ЗМІ матеріалів про релігійно-церковне життя.

Р. Жолудь у статті, опублікованій на сайті "Релігія та ЗМІ", розглядає релігійну журналістику в контексті як конфесійних, так і світських видань. Він поділяє релігійну журналістику на масову, аналітичну і конфесійну, об'єднуючи тим самим під терміном "релігійна журналістика" конфесійні видання та розділи у світських ЗМІ, що пишуть на релігійну тематику [7]. Наразі нас цікавлять останні.

Одна із функцій журналістики полягає у формуванні нею громадської думки й суспільної свідомості за допомогою інформації. Інформація у сучасному світі є будівельним матеріалом для громадської думки і остання не може бути сформована й виявлена інакше, ніж через соціальний інститут масової інформації [5, с. 534-535].

Для того, щоб з'ясувати, як і наскільки повно регіональні видання забезпечують громадян інформацією про релігійно-церковне життя в державі, було проаналізовано публікації на релігійну тематику, вміщені в Сумській обласній щотижневій незалежній газеті "Ярмарок" за 2006 рік. Впродовж року було опубліковано 15 матеріалів на релігійну тематику, що друкувалися у різних рубриках (як спеціалізованих, так і неспеціалізованих, під різного типу заголовками).

Основне призначення газетного заголовка - зацікавити читача, бо

найперше, що впадає в око читачеві, це заголовки; стисло і виразно донести до читача головну ідею публікації (повідомити основний зміст); привернути увагу читача до газетного матеріалу;

Газетний заголовок повинен:

виражати єдність форми і змісту матеріалу;

забезпечувати актуальність і конкретність публікації;

передавати ставлення автора і редакції до описуваних подій, процесів, явищ;

підкреслювати значення повідомлюваного факту і, отже, активно впливати на читача.

Гарний газетний заголовок має впливати на читача і тому в його основі завжди лежать відповідність змістові, ясність, точність, яскравість, виразність. Саме через заголовки можна довідатись про зміст надрукованих матеріалів, не витрачаючи часу на ознайомлення з надлишковою для того чи іншого читача інформацією. Гарний заголовок - швидко викликає в свідомості адресата уявлення про предмет-образ і пов'язані з ним асоціації [4, с. 95].

Як виявив аналіз публікацій на релігійну тематику у газеті "Ярмарок", більшість заголовків матеріалів виконують номінативно-інформативну функцію ("Попи Російської церкви полізли в політику", "Хочемо помісну церкву", "Наука проти релігійного фанатизму", "Біля Чешки будують церкву", "Віфлємський вогонь у Сумах", "У Білопіллі з'явиться новий храм" та ін. Рекламно-експресивну функцію виконують такі заголовки: "Зовні - праведні, а всередині - лицемірні", "Де істина?", "А бога рідного не знати", "Чи йти до спасіння чи в безодню впасти?", "Де віра, а де фантазія?", "Не робіть жорстокими свої серця" та ін.

Отже, ефективний заголовок у тексті - це концентроване відбиття головної ідеї твору, основної думки автора, але відображення максимально стисло, лаконічне, чітке, конкретне [4, с. 109-110].

Чи може бути той самий заголовок однаковим за побудовою для репортажу, інтерв'ю, фейлетону, нарису, звіту, замітки? Ні, бо особливості кожного газетного жанру обумовлюють і форми заголовків. І якщо, скажімо, заголовок буде вдалим для статті чи кореспонденції, то це аж ніяк не означає, що він буде виразним і точним для замітки чи репортажу.

Отже, до заголовка ставляться такі вимоги:

- він має бути чітким і коротким, спонукати читача звернути увагу на матеріал;

- відображати найголовніше в публікації;

- у ньому не повинно бути штампів і двозначностей;

- слід уникати повторів;

- рекомендується вводити в заголовок дієслово.

У газеті використовують декілька видів заголовків, що різняться за своїм призначенням, роллю, яку вони відіграють на полосі [2, с. 122].

Газетні заголовки поділяються на кілька типів:

- основні (або заголовні);

- підзаголовки;

- внутрішні підзаголовки;

- надзаголовки;

- рубрики;
- шапки.

Рубрика - особливий різновид газетного заголовка, що визначає тематичний напрям або характер матеріалу, його жанрові особливості. Рубрика не розкриває змісту публікацій, а в найзагальніших рисах вказує на порушені в них проблеми.

Значення рубрики: вона виконує не тільки інформаційну функцію, а й звертає увагу читачів на матеріали, які відображають важливі теми сьогодення.

Є кілька форм рубрик.

Службові рубрики:

- вказують на жанр публікації (інтерв'ю, репортаж ...);
- визначають джерело інформації;
- уточнюють характер аудиторії, для якої призначено матеріал;
- вказують на час події;
- інформують про форми й методи редакційної роботи.

Тематичні рубрики визначають напрям, тему газетного виступу, його характер, інколи - позицію автора і редакції з тієї чи іншої проблеми.

Пріоритетними рубриками, що презентують публікації на релігійну тематику в аналізованому виданні, є: "Влада і релігія", "Політика і релігія", "Репліка", "Українські державні свята", "Фотофакт", "Новини", "Нові книги", "Релігія і звичаї", "Релігія і суспільство", "Продовження теми", "На прохання читачів", "Календар", "Відродження святині", "Релігія", "Дискусія". Серед названих рубрик постійними є рубрики "Дискусія" (неспеціалізована), "Відродження святинь" (спеціалізована), "Продовження теми" (неспеціалізована), "Новини" (неспеціалізована). До службових можна віднести такі рубрики: "На прохання читачів", "Продовження теми", "Дискусія". Як тематичні розглядали такі рубрики, як "Влада і релігія", "Релігія і звичаї", "Релігія і суспільство", "Українські державні свята", "Відродження святинь". Тематичні рубрики здебільшого мають непостійний характер.

Матеріали на релігійну тематику в досліджуваному виданні становлять досить вузький жанровий діапазон. Переважна більшість матеріалів представлена інформаційними жанрами: короткі інформаційні повідомлення і замітки, які можуть бути як регулярними, так і нерегулярними (наприклад, замітки "Вчитися культурі дискусій", "З вірою в серці" і т. д.). Аналітичні жанри представлені статтями (наприклад, стаття О. Щупки "Істина в Помазаннику"). Художньо-публіцистичні жанри (фейлетон, нарис, памфлет) не знайшли втілення на сторінках регіонального видання "Ярмарок". Вони є найбільш складними: тут, поряд зі змістом, особливу естетичну роль відіграє форма. Це передбачає підвищену вимогливість до мови, художньої образності, емоційної насиченості. На сторінках газети "Ярмарок" за 2006 рік надруковано 6 листів-відгуків на статті, що належать до епістолярних жанрів. Незначний відсоток інформації на релігійну тематику подається у вигляді фотофактів.

Публіцистичні тексти, а саме газетні статті, відіграють надзвичайно важливу роль у соціальній сфері життя суспільства. Вони формують активну життєву позицію читача, виявляють напрямок формування суспільної думки. Тому всі публіцистичні матеріали цілеспрямовані й адресовані. Наявність

незначної кількості якісних публікацій на релігійну тематику в світських ЗМІ призводить до зниження рівня духовності громадян. Адже сьогодні, як ніколи, найважливішим завданням слід вважати консолідацію суспільства, повернення до християнських цінностей і одуховлення народу. Зрозуміло, що специфіка презентації матеріалів на релігійну тематику різниться залежно від типу видання, позиції журналіста чи оглядача, жанрових особливостей, однак публікації повинні мати позитивне забарвлення, давати достовірну і якісну інформацію, орієнтуватися на читачів з різним світоглядом та віросповіданням, коректно та професійно висвітлювати релігійні проблеми. Кількість матеріалів з означеної тематики у регіональній газеті "Ярмарок" (за 2006 р. - 15 публікацій, за 2007 р. - 28, за 2008 р. - 16, за 2009 р. - 16) не відповідає дійсним масштабам проблеми та запитам читачів, не сприяє цьому й одноманітна жанрова палітра. Та все ж аналіз досліджуваного видання, а саме листи-відгуки читачів, показують зацікавленість у проблемі духовного відродження народу і вдячність редакції газети за висвітлення такої актуальної тематики, як релігійна.

Ми усвідомлюємо потребу суспільства у всебічному, зваженому, об'єктивному інформуванні про церковне і релігійне життя, в тому числі потребу висвітлення проблемних питань життя конфесій та міжконфесійних відносин. Церкви і релігійні організації відкриті до конструктивної співпраці із засобами масової інформації для досягнення цієї мети. Зі свого боку ми закликаємо як українські, так і закордонні ЗМІ, об'єктивно та неупереджено висвітлювати події суспільно-політичного, міжнародного, релігійного та міжконфесійного життя в Україні. Всім нам належить пам'ятати, що неправда є одним з найважчих гріхів, за який неправдомовець несе також і духовну відповідальність [3].

Список літератури

1. Бойко А. Релігія у мас-медіа України: тексти лекцій / А. Бойко . - К., 2009. - 158 с.
2. Гусар М. В. Лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти приватних газетних оголошень (на матеріалі сучасної британської періодики) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. - К., 22 с.
3. Звернення Всеукраїнської Ради Церков і релігійних організацій до засобів масової інформації. - Київ, 23.07.2014 р.
4. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети. - К., 2000. - 20 с.
5. Колодний А. Релігієзнавчий непрофесіоналізм української журналістики / А. Колодний // Релігійна панорама. - 2007, №7. - С. 534-535.
6. Скленар І. Церква і засоби масової інформації // Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. - 2001. - Вип. 21. - С. 218-223.
7. <http://www.relidane.ru/article 1049.htm>