

**Доценко М. В.**

к. філол. н., ст. викладач  
кафедра журналістики

*Донецький національний університет ім. Василя Стуса, Україна*

**Ключові слова:** *журналістська етика, журналістські стандарти, медіаетика, телебачення, політичне ток-шоу, ЗМІ і релігія.*

**Keywords:** *journalismethics, journalism standards, media ethics, television, political talk show, media and religion.*

Тема зміни структури підпорядкування релігійних спільнот ув Україні стала однією з найбільш обговорюваних протягом 2018 року, на кінець якого припала важлива подія, а саме скликання Всеукраїнського православного об'єднавчого собору. Висвітлення його підсумків відбулося у ряді політичних ток-шоу вітчизняного телевізійного простору.

Проблемність створення медійного продукту належного рівня, присвяченого події Об'єднавчого собору, детально окреслена в публікаціях на «Детекторі медіа». Зокрема, зазначено, що «На «UA: Першому» перед вечірнім ефіром спецвипуску «Тема дня» про ухвалення Всеукраїнським об'єднавчим собором рішення щодо української автокефальної церкви частина запрошених гостей не вийшли на зв'язок або відмовилися від участі» [4].

Інна Долженкова в своєму аналітичному огляді спецефіру «Об'єднавчий собор» на «UA: Першому» резюмує, що: «Можливо, мала кількість спікерів у студії спецефіру пояснюється тим, що більша частина гіпотетичних запрошених саме в цей час перебувала під стінами Софійського собору. Кликати ж у коментатори такої специфічної й екстраординарної події, як створення Православної церкви в Україні, «експертів», ладних обговорювати все на світі, було би вершиною непрофесійності» [1].

Підхід запрошення «експертів» спричиняє відсутність глибини дискусії навколо конкретної теми, а також порушення етичних аспектів в прямому ефірі. Ґрунтовної критичної оцінки як зразок соціально-етичних девіацій потребує ток-шоу «Пульс» від 18 грудня 2018 р на телеканалі «112 Україна».

Для обговорення теми «В Україні нова автокефальна православна церква. Чи вдасться уникнути релігійного протистояння і

*перерозподілу церковного майна»* до студії було запрошено лише чоловіків, серед яких політичний консультант Руслан Бортнік; політик, народний депутат України 8-го скликання («БПП») Сергій Рудик; політик, народний депутат України 8-го скликання («Опозиційна платформа – за життя») Юрій Мирошниченко; політолог Сергій Годний; політолог Володимир Цибулько; телеведучий Андрій Пальчевський; журналіст Юрій Молчанов; кандидат філософських наук Валентин Гладких; керівник департаменту у справах релігій та національностей міністерства культури Андрій Юраш.

Виявлено ряд етичних порушень, маніпуляцій й інших негативних дій з боку запрошених гостей. Зафіксовано використання мови ворожнечі – мовної гри з лексикою з церковно-релігійної сфери: *«захожани»* (пор. *прихожани*). За словами Руслана Бортніка: *«Справжні віруючі люди – це ті, що раз на місяць ходять до церкви. Решта – захожани, ті хто вважає себе віруючими, але не дотримується ніяких обов'язків православних, християн і всього іншого»*. Руслан Бортніков досить різкий у своїх висловлюваннях, які схожі на заклики до насилля: *«Треба прописати закони так, щоб там не було рила влади. Якщо там буде ніс влади, це вже буде війна»*

Дехто із гостей ефіру вдається до маніпуляцій, подаючи гостру інформацію без підтвердження фактами. Зокрема, це стосується риторики Юрія Мирошниченка. Наведемо діалог цього політика з ведучим Володимиром Полуєвим.

Ю. М.: *«Якщо ми говоримо про примус певних священнослужителів взяти участь у цьому Соборі, я вважаю це втручанням держави»*.

В. П.: *«Ви кажете, що когось примушували приїжджати на Об'єднавчий собор. Кого? Кого примушували?»*

Ю. М.: *«З етичних міркувань я знову ж таки кажу, що це питання риторичне. І ви знаєте, і я знаю, і всі знають, всі присутні в залі і всі хто нас бачить. Священнослужителів Московського патріархату дуже м'яко спонукали, я називаю це примушували, брати участь у Соборі. І я абсолютно не засуджую тих, хто взяв участь у цьому соборі. Я вважаю, ніхто не має права судити їх за це. Але разом з тим і дискримінувати, робити тих, хто не погодився, скажімо так, непатріотами, або якимись ізгоями, я вважаю, не недостойно нас як політиків, громадян, а тим більше, коли долучаються в це цькування представники християнської церкви»*.

Ведучим так і не вдалося отримати від політика конкретну відповідь. Тези Юрія Мирошниченка мають дискусійний характер, оскільки залишається не зрозумілим, чи був насправді примус

священнослужителів; у чому полягає етичність приховування імовірних зловживань та що, на думку політика, є риторичним. Крім того, гість спотворює сутність Собору, позиціонує його як захід, що має штучний примусовий характер і відповідно не має відношення до вільного волевиявленням.

Інший гість студії телеведучий Андрій Пальчевський є шоуменом, поведження його епатажне й провокативне:

*«И этот диалог будет продолжаться до Варфоломеевской ночи»; «Московский поп кадиллом под дудку Путина пляшет»; «Мы не для того здесь собираемся, чтобы меряться... символами веры»* (інтонаційне підкреслення асоціації з приказкою з вульгарним змістом); *«Треть страны оттяпана»; «Богу – боговое, кесарю – кесарево, а слесарю слесорево»; «фильтровать базар»; «Наконец-то появился хоть один не совсем христианствующий».*

У ході обговорення Юрій Мирошниченко просить Андрія Пальчевського не ображати почуття вірян, на що Ганна Степанець відповідає: *«Ні на кого ж не зійшов небесний вогонь».*

Журналістом Юрієм Молчановим емоційно озвучується непідтверджена інформація (*«Более 40 храмов было захвачено за последние 5 лет»*), яка у цьому ж ефірі спростовується компетентним у церковних справах Андрієм Юрашем.

Якщо на суспільному редактори вирішили не запрошувати «експертів загальної спеціалізації», «112-й» пішов іншим шляхом, на що критичною заувагою відреагував гість депутат Сергій Рудик: *«Зрозумійте, колеги: не правильно тим же складом обговорюються ліс. Тим же складом експертів і присутніх обговорюється питання землі і багато-багато...».*

Отже, при висвітленні підсумків Об'єднавчого собору телеканалом «112 Україна» у політичному ток-шоу «Пульс» використано непрофесійний підхід, зокрема, це стосуються запрошення гостей, що потягло за собою порушення етичних норм журналістської діяльності в прямому ефірі.

### **Список використаних джерел**

1. Долженкова І. «Томос дня» на «UA: Першому» [Електронний ресурс] / І. Долженкова. Детектор медіа. 2018. – Режим доступу : [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/tomos\\_dnya\\_na\\_ua\\_pershomu/](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/tomos_dnya_na_ua_pershomu/)
2. Іванов В.Ф. Журналістська етика; передм. В.П. Мостового : підручник. / В.Ф. Іванов, В.Є. Сердюк. – К. : Вища шк., 2006. – 231 с.

3. Крістіанс К.Г. Медіетика: практичні випадки та моральні міркування / К.Г. Крістіанс, М. Факлер, К.Б. Річардсон та ін. ; пер. з англ. О. Король; наук. ред. Ніна Зражевська. – Львів : Вид-во Українського католицького університету, 2014. – 592 с.
4. Частина співрозмовників відмовилися від участі у вечірньому спецвипуску про підсумки собору на «UA: Першому» [Електронний ресурс]. Детектор медіа. 2018. Режим доступу : [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/chastina\\_spivrozmovnikov\\_vidmovilisya\\_vid\\_uchasti\\_u\\_vechirnomu\\_spetsvipusku\\_pro\\_obednavchiy\\_sobor\\_na\\_ua\\_pershomu/](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/chastina_spivrozmovnikov_vidmovilisya_vid_uchasti_u_vechirnomu_spetsvipusku_pro_obednavchiy_sobor_na_ua_pershomu/)

DOI:<http://doi.org/10.31617/k.knute.2019-03-19.35>

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ DIGITAL РЕКЛАМИ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**Дрокіна Н. І.**

к.е.н., доцент

кафедра маркетингу

*Державного університету телекомунікацій, Україна*

**Ключові слова:** *digital реклама, рекламний медіа ринок, Інтернет-медіа.*

**Keywords:** *digital advertising, advertising media market, internet media.*

Розробка стратегії у сфері комунікації повинна базуватися на індивідуальному підході до кожної компанії з урахуванням її цілей, положення на ринку, маркетингової політики, можливостей використання різних комунікаційних каналів та інших факторів. Для визначення подальших можливостей розвитку компаній доцільно вивчати тенденції розвитку рекламно-комунікаційного ринку країни та нові перспективні напрями комунікацій. Рекламно-комунікаційний ринок України, перш за все, охоплює обсяги медіа (прямої) реклами, а, крім того, окремо враховуються обсяги ринку маркетингових сервісів, директ маркетингу та PR. Тенденції змін на цьому ринку було досліджено експертами Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК), яка надала дані обсягів рекламно-комунікаційного ринку України за 2018 рік і прогноз обсягів ринку на 2019 рік [1].

Згідно експертної оцінки ВРК структурні підрозділи рекламно-комунікаційного ринку, що буде наведено нижче, максимально