

ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія Журналістика

Випуск 45



2019

ISSN 2078-7324

**VISNYK
OF THE LVIV
UNIVERSITY**

**ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

Journalism Series

Серія Журналістика

Issue 45

Випуск 45

Scientific journal

Збірник наукових праць

Published 1–2 issues per year

Виходить 1–2 рази на рік

Published since 1958

Видається з 1958 року

Ivan Franko
National University of Lviv

Львівський національний
університет імені Івана Франка

2019

Друкується за ухвалою
Вченої Ради Львівського національного
університету імені Івана Франка
(протокол №67/4 від 24.04.2019 р.)

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації.
серія КВ №14618-3589Р від 30.10.2008 р.,
перереєстровано як фахове видання
України (додаток 7 до наказу МОН
України №1413 від 24.10.2017 р.)

У Віснику вміщено наукові праці українських та зарубіжних авторів, що відображають широкий спектр проблем функціонування мас-медіа в Україні, Європі та світі; акцентовано увагу на їхній ролі в утвердженні національної ідентичності та універсальних цінностей.

The journal includes chapters of academic research – contributed by Ukrainian and foreign scholars – which provide an assessment of a wide range of issues on mass media in Ukraine, Europe and the world. At the same time, the publications attempt to demonstrate the significance of these findings vis-a-vis Ukraine's national identity.

Редакційна колегія:

д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Богуславський О. В.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Василик Л. Є.*; д-р політ. наук., проф. *Гавронський С.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Житарюк М. Г.* (головний редактор); канд. філол. наук, проф. *Кость С. А.*; д-р іст. наук, проф. *Крупський І. В.*; д-р філол. наук., проф. *Лизанчук В. В.*; канд. іст. наук, проф. *Лось Й. Д.*; д-р політ. наук., проф. *Мельник І. А.*; д-р габілітований, проф. *Ожуг З.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Павлюк І. З.*; д-р філол. наук, проф. *Печарський А. Я.*; д-р філол. наук, проф. *Поплавська Н. М.*; д-р філол. наук, проф. *Потятиник Б. В.*; канд. філол. наук, проф. *Присяжний М. П.* (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. *Сербенська О. А.*; канд. наук із соціальних комунікацій, доц. *Скленар І. М.* (відповідальний секретар); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Сніцарчук Л. В.*; д-р наук із соціальних комунікацій, доц. *Шевченко В. Е.*; д-р філол. наук, проф. *Шкляр В. І.*; д-р іст. наук, проф. *Шкраб'юк П. В.*; канд. філол. наук, проф. *Яцимірська М. Г.*

Professor *M. Zhytaryuk* – Editor-in-Chief,
Professor *M. Prysiaznyi* – Assistant Editor,
Docent *I. Sklenar* – Managing Editor.

Відповідальний за випуск *Мар'ян Житарюк*

Адреса редакційної колегії:
Львівський національний
університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, к. 203,
79044, Львів, Україна
тел.: +38-032-239-47-51

Editorial office address:
Ivan Franko National
University of Lviv,
Generala Chupryny Str. 49, room 203,
79044, Lviv, Ukraine
tel. +38-032-239-47-51

<http://journ.lnu.edu.ua/research/our-publisher>

Тексти статей і англомовних анотацій подано в авторських редакціях

Адреса редакції, видавця і виготовлювача:
Львівський національний університет
імені Івана Франка.
вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої
справи до Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої
продукції. Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.

Формат 70×100/16.
Ум. друк. арк. 25.
Тираж 110 прим. Зам. №
© Львівський національний
університет імені Івана
Франка, 2019

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ І МЕДІАВІЙНИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 3–12 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9973>

УДК 004.056.53:07]:303.446.4

INFORMATION WARFARE: HISTORIOGRAPHY OF THE CONCEPT, DEFINITION, MECHANISMS OF IMPLEMENTATION

Mariana Kitsa¹, Iryna Mudra²

National university Lviv Polytechnic,
Kn. Romana str. 3, 79058, Lviv, Ukraine
e-mail: imkitsa@gmail.com

¹ <https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>

² <https://orcid.org/0000-0002-8410-5437>

The article deals with the concept of information warfare, so the comparative analysis of definitions of information warfare and information confrontation is done and the features and essence of these concepts are determined. Based on the analysis of 63 publications in Russian Internet media of different directions, it was concluded that the media in these media had a negative attitude to the events in Ukraine and the general themes of the materials, and their ideological orientation has not changed for today.

Key words: information warfare, confrontation, mass media, ideology.

Formulation of the problem. With the increase of the number of events, their means of coverage and information flows, so there is a growing need for their competent, timely and impartial interpretation, analysis of their causes and consequences, indicating an increase in the responsibility and role of the journalist in public life. Having the ability to influence the consciousness of a large number of people, the media is sometimes turning into a tool of manipulation. In many countries of the world, information warfare becomes one of the tools for the implementation of domestic and foreign policy, since it can influence the processes at almost all levels of state and social order in any country and region. The events which are taking place in Ukraine during the last 4 years have shown how conducting an information war between one state and another can affect on its development and the consciousness of its citizens.

The purpose of the article is to identify the specific mechanisms of conducting information warfare against Ukraine, which are used in the Russian media.

Analysis of recent research and publications. The basis of the work were the writings of authors who investigated the information warfare in the media. Among them are G. Pocheptsov, O. Dubas, N. Volkovsky, E. Tofler. In their studies, they clearly outlined the concept of «information warfare», investigated the mechanisms of its implementation

and the the impact on the human psychology, determined the role of information wars in geopolitics. In addition, O. Lazorenko, V. Konakh, V. Tkach, O. Kozogov, and A. Syik in their works investigated the role of the information warfare which is held by Russia against Ukraine in the current Russian-Ukrainian conflict. They determined the specifics and tendencies of the presentation of materials about Ukraine in the publications of the Russian media.

Presentation of the main research material. As for today, no country in the world is able to protect itself, using only military-technical resources. Ensuring the security of citizens can be achieved through military, political, economic, information and other measures. Information warfare, which is competently combined with other sources, is an integral part of the conduct of the foreign and domestic policies of the successful states.

The term «information warfare» has a modern history. It appeared in the mid-80s of the twentieth century in connection with the new tasks of the US Armed Forces after the end of the Cold War. Its emergence was the result of the work of a group of American theorists which were engaged in military problems. This term became more popular after the operation «Desert Storm» in 1991 in Iraq, where new information technologies were first used for military purposes [2].

Information warfare is interpreted as a form of informational confrontation between different actors (states, non-governmental, economic or other structures), which provides for a complex of measures to inflict damage on the information sphere of the confronting party and to protect its own information security.

It would be advisable first to explain the difference between the concepts of «information warfare» and «information confrontation.» In the broad sense, the information confrontation is a form of struggle, which combines a set of special (political, economic, diplomatic, technological, military, etc.) methods, methods and means of beneficial influence on the information sphere of the object of interest and protection of its own interests to achieve the goals [3,p.6].

In the narrower sense, the information confrontation (in the military, defense spheres) is a set of informational measures which are carried out in order to capture and retain a strategic initiative, to achieve information superiority over the enemy, and to create a supportive propaganda basis during the preparation of combat and other activities of the armed forces [6].

We can call the information confrontation as a war without the declared front line, since it consists of a complex of operations that are virtually impossible to trace and detect. Thus, we can argue that the notion of information confrontation is wider and includes the concept of information warfare as one of its two components. Researchers argue that it is possible to distinguish between information and technical, informational and psychological components of information confrontation [9, p.223].

The confrontation of information is carried out at three levels: strategic, operational and tactical. The notion of «information warfare» is broad and consists of many aspects. Different interpretations of this concept are explained by the fact that the phenomenon of information warfare is studied in many sciences. The greatest attention to the study of information wars is paid in military sphere. In the United States Armed Forces Chiefs Committee's «The Only Doctrine of the Conflict in the Field of Management and Communication,» the term «information warfare» is identified with the notion of «information confrontation» and is interpreted as a combination of measures which are taken to achieve information

superiority over an opponent by influencing its information systems, processes, computer networks, social and individual consciousness and subconsciousness of the population and the personnel armed forces, while protecting its media [3]. Thus, in such a treatment, two types of information struggle are combined – informational, technical and psychological.

Considering the concept of information war, it is possible to distinguish many theorists who investigated it. Scientist Michael Pillsbury, relying on a large number of Chinese primary sources, argues that «the purpose of the information warfare for Chinese literature is the domination of information» [24]. Thus, conducting an information warfare, the Chinese government will seek first of all methods of influence on the decision-making by the opponent, taking advantage of the ability to receive, process, transmit and use information.

According to the definition of the outstanding specialist in the field of mass communications G. Pocheptsov, information warfare is any action aimed at neutralizing an opponent or an opponent in the information space. In his work «Information Wars» G. Pocheptsov speaks about the importance of global trends that have emerged in the field of communication. In his opinion, they led to an increase in the volume of uncontrolled information that is freely accessible to all citizens [21,p.3]. Thus, the information carries not only the function of reporting events, but has a great destructive effect. Over time, the intensity of the influence of the media on the audience is increasing, and therefore they are often used to manipulate public consciousness [1].

For the first time, the concept of «information warfare» was used in documents of the US Department of Defense in 1990. It is from this moment that the study of its phenomenon begins. As noted in his article Dubas O.P., all researchers of the concept of «information war» can be divided into three groups [2].

Researchers from the first group prefer the social and communicative approach. They perceive the information war as separate information measures, information methods and means of corporate competition, interstate confrontation, armed struggle, and communication technologies of influence on the mass consciousness [21].

The second group of scientists includes representatives of military departments, who consider information warfare as a part of the military confrontation. They consider it as an integrated use of force and sources of information and armed struggle. This approach is treated as military-applied. It is a denial by some scientists that the term «information warfare» in relation to modern information methods of warfare is not entirely correct [18]. They believe that it would be more appropriate to call this kind of military action as an information struggle, considering it as an information component of hostilities.

According to the third group of researchers, information warfare is a phenomenon of a peaceful period of inter-state confrontation, which allows solving foreign-policy problems by applying such a non-violent method [12, p.200].

The only definition of «information warfare» still does not exist. This is partly due to the traditional perception of the concept of «war», which is associated with armed confrontation. A long period of time between scholars there is a discussion of the distinction between the concepts of «information warfare», «information psychological warfare» and «psychological warfare.» In this way, they are trying to determine whether the information or psychological aspect prevails in this phenomenon. It's hard to say which component is predominant in percentage terms, but we can say with confidence about the commonality of these concepts. They are combined with affects of the information and communicative space

of a society or the relevant community, on the human psyche, which undergoes changes in accordance with the objectives of the opposing sides [18, p.300]. So, let's draw attention to the identity of these concepts, while emphasizing the methods of disseminating information in the concept of «information war» and the purpose of influencing the subconscious of man in the concept of «psychological warfare». However, these concepts should not be considered as the same in essence, since psychological warfare is the essence of various forms, methods and means of influencing people in order to change their psychological characteristics (views, thoughts, values orientations, mood, motives, attitudes, stereotypes of behavior) in the desired direction, as well as group norms and public consciousness in general [5]. The main focus is on the means of manipulating the population with the help of scientists which know how to influence on the human psyche.

It should be noted that in the information war itself, the information space and means of influencing it (technical, geopolitical, political, socio-economic, ideological, religious, etc.) are a resource. Sometimes the notion of «information war» and «information operation» are considered as identical, however, this statement is false [11, p.302]. Information operation provides means of conducting an information warfare. An information transaction is a set of concerted and interrelated measures for manipulating information that is being implemented under a general plan in order to achieve and maintain an advantage through the influence on information processes in enemy systems. Information warfare, which is conducted by one country against another, may include many information operations.

Based on the analysis of 63 publications in the Internet media of different directions, we can say that for Russian media from January 2016 till March 2018 the negative attitude towards events in Ukraine and the general subjects of materials was characteristic and their ideological direction remained unchanged.

The materials of Russian Internet publications most often covered the issues: the activities of the Armed Forces, cultural and historical achievements, the modern Ukrainian political regime, Ukraine's cooperation with the EU, the USA and NATO, reforms in Ukrainian society, life in the occupied territories and in the annexed Crimea, the ideology inherent in Ukrainian society, events in the ATO zone, corruption in Ukraine.

In the three Russian Internet publications it was argued that Ukraine maintains links with IDIL. In particular, this was stated in the following materials: «Ukrainians were released from the captivity of Igil», «Media: Ukraine became the center of legalization of terrorists IGIL», «Crimean authorities stated about training camps IG in the Kherson region of Ukraine.» In the Russian Internet media was also published such information: «It is also noted that recruiters work in Ukraine. Those who have agreed to join the group allegedly sent to Turkey, and from there to training camps». Such information is not indicated, because it is not confirmed by any factual information.

The feature that is inherent in the Russian information campaign is that it seeks to influence the human emotions that eclips common sense. This is one of the psychological techniques which are described by D. Zerkalov in his book. Often information that is false can be checked in a matter of minutes, however, if it causes a strong sense of fear and hopelessness, the individual does not even think that such a statement may be false. This can be seen from the example of the publication, which was posted on the Internet-resource «Ukraine.ru» and was called «Poroshenko – the proponent of Lucifer himself?». This publication had nothing to do with reality and, after other media got attention to it, it was removed from the resource.

However, such publications are still distributed among the Russian and, at times, Ukrainian segment of the network: «Kiev demanded compensation from Mongolia for the invasion of Baty», «In the UAE on the front serve war veterans», «Ukraine has prepared suicide bombers for self-drills in Russia», «Police Ukraine will receive chainsaws for hacking doors in houses from the USA», «How Ukraine is turned into a training ground for biological weapons», «Crimean authorities declared training camps in the Kherson region of Ukraine», «The source reported on possible forced switching off the electricity in Ukraine».

In the article «Oleinik: Poroshenko chases women to the slaughter called» ATO «it is said: «The regime of Poroshenko is not only not going to stop the slaughter under the name «ATO», but intends to drive women to her. That, in this way, will accelerate the genocide of the Ukrainian people and the «liberation» of Ukrainian black soil from the Ukrainians» [2].

The second characteristic feature of the Russian information war against Ukraine is the demonization of the Ukrainian side. In the materials there are always mention of the Nazis, Ukrainian soldiers are called «punitive», and the priests – «pastors of death». In addition, the publications of Ukraine «Oleynik: Poroshenko chases women to the slaughter under the name» ATO», «Somalisation of Ukraine», «Ukraine prepared suicide bombers for self-harm in Russia», «Posters appeared in Ukraine, where the Russian language was compared with infectious infection», «Rising from boilers. How Ukraine is preparing for a revenge in the Donbass» [8].

The third feature of the submission of materials in Internet publications of the Russian Federation is that special attention is paid on religion. This is due to the historical peculiarities of the development of the two states, as well as the fact that religion is a powerful tool for influencing a large segment of the population. In the article «Thousands of pilgrims supported the Orthodox Rivne region persecuted by radicals» one can read: «The Assumption Temple in the village of Ptichya several times was subjected to attempts to forcibly seize by the representatives of the» Kyivan Patriarchate» and the militants of the Right Sector, and eventually was closed until the judicial decision of the issue. Despite the lost courts, schismatics continue to claim the church building. From December 18, 2015, priests and believers are constantly in the temple, protecting their shrine from encroachments of church raiders». That is, Ukrainian priests and parishioners in this material are called «ecclesiastical raiders,» and the Kyivan Patriarchate is put up with quotations to demonstrate that he is not as «primitive» as from Moscow, which in the article is called «canonical church». In the publication «Shepherds of Death: Who Spiritually Fed Ukrainian Punishment in the Donbass» it is noted: «The name of the priest detained in the Donetsk region with two charged grenade launchers and a scattering of hand grenades of various types has become known. They were an active participant of two Maidans, a priest and military chaplain of the Ukrainian Greek Catholic Church (UGCC) Ivan Hopko. The love for the weapons of mass murder is generally peculiar to both the Uniate and the schismatic «spiritual pastors» of the punishers». The Ukrainian Greek Catholic Church is called «schismatic» in this material, and the chaplain of the UGCC is the «spiritual pastor of punishers». The following is said: «From the interview from Hopko to the Young tenants of Bukovina, it turns out that the first chaplain mission on the spiritual feeding of the Nazi warriors was on the front under the Slavic, where at that time the Ukrainian artillery targeted the Orthodox churches directly during mass divine service». The dehumanization of the Ukrainian church is clearly evident here, accusing it of being brutal.

The Ukrainian political elite is also being discredited by the Russian Federation, in particular, in such publications as: «Documentary drama: why Ukrainian officials stock up with passports from other states,» «More sophisticated bullying to not think up»: Poroshenko is criticized for congratulating Donetsk on the Day of the City».

The information policy of Russia which conducts in relation to Ukraine in the media can not be considered as an information confrontation in the context of this work, since information warfare is a form of struggle that combines a set of special (political, economic, diplomatic, technological, military, etc.) methods, ways and means of beneficial influence on the information sphere of the object of interest and protection of one's own in the interests of achieving the set goals. In order to argue that the Russian Federation is conducting an informational confrontation against Ukraine, it is necessary to make a comprehensive, large-scale study of the above spheres of life.

One of the components of the information confrontation is the information warfare, which is conducted through the media. Taking into account the features of the information warfare and conducting research in three Russian Internet media of different directions, it can be argued that the information campaign that leads Russian mass media against Ukraine has the following signs of information warfare:

- continuity of publications aimed at discrediting Ukraine in all spheres;
- distortion of information;
- imposing the opinion of the authors of publications on readers;
- refutation of true information by fake;
- discrediting Ukrainian political and public leaders;
- violation of standards of journalistic activity, including truthfulness and balance.

Conclusions. The information policy that Russia holds in relation to Ukraine in the media should be considered just as an information warfare. At present, the Russian Federation is using the information space as a resource for non-violent confrontation. The publications show signs of manipulating information to influence on the consciousness and subconsciousness of Ukrainian citizens for their despondency, discrediting soldiers and power in the eyes of the people. The Russian Federation is protecting its information field at the state level, as the «Doctrine of Information Security» is effective in Russia. Information warfare uses planned methods and information operations. This is evidenced by the fact that Russian media of different directions conduct the same information policy towards Ukraine, use the same strategies and tactics of conducting an information warfare. The information war affects different segments of the population, as it is conducted by the Russian Federation in print, audiovisual, online media, social networks. It uses the spread of rumors, gossip, jokes, and therefore has a diverse target audience, united in order to form a certain world outlook. Media uses propaganda and misinformation, among which is the method of distorted interpretation of facts, the provision of information without a source, the hidden source of information, etc. Sometimes the channels of information dissemination which are used by the Ukrainian side on the Internet are attacked by hackers. It temporarily suspends the activities of the media, which leads to the loss of the audience and the loss of the ability to promptly submit information. Russian media compete with Ukrainians for a larger segment of the audience to gain dominance in the information sphere. After all, a greater number of audiences contributes to victory in the information warfare. Since the collapse of the USSR, the Russian Federation has created a favorable informational

background in the Crimea and the Eastern regions of Ukraine through the systematic use of propaganda to shake the political situation and create an information vacuum.

REFERENCES

1. Actual problems of information security management of the state: Sb. mater science-practice conf. (Kyiv, March 18, 2016). Kyiv: National. acad. SBU, 2016. 296 p.
2. Bocharov M.M, Voitko O.V., Tishchenko M.G. The task of protecting the units from negative informational and psychological influence during the antiterrorist operation / MM Bocharov, O.V. Voitko, MG Tishchenko / [Electronic resource]. – Access mode: file:///D:/Downloads/59979-122448-1-PB.pdf
3. Volkovsky N.L. The history of information wars / NL Volkovsky /. SPb.: OOO Izdatelstvo «Poligon», 2003. 7 p.
4. Volodin AG, Shirokov G.K. Globalization: Origins, Trends, Prospects / AG Volodin, GK Shirokov. M.: Polis, 1999. 185 p.
5. Glosson R. Nature of the War / R. Glosson. – Novosibirsk: NHAAVT, 2003. – 342 p.
6. Gurina N.O. Information Confrontation – One of the Main Directions of the Policy of Contemporary International Relations / N.O. Gurina / [Electronic resource]. – Access mode: ukrlife.org/main/cxid/gurina.doc.
7. Dubas O.P. Information War: New Possibilities of Political Confrontation / O.P. Dubas / [Electronic resource]. – Access mode: http://www.social-science.com/jornal_content/180/social_communication
8. Dunaeva E.V. Radio diversion failed. «Enemy Voices» stop broadcasting and go to the Network / E.V. Dunaeva / [Electronic resource]. Access mode: <https://lenta.ru/articles/2011/06/20/radio/>
9. Zerkalov D. V. Information Wars: Monograph / D.V. Zerkalov. K.: Osnova, 2012. 790 p.
10. Korovin V. The main military secret of the USA. Network Wars / V. Korovin. M.: Yauza, 2009. 78 p.
11. Krysko V.G. Secrets of the psychological war (goals, tasks, methods, forms, experience) / VG Krysko / Mn.: Harvest, 2001. 448 p.
12. Lall J. Mass Media, Communication, Culture: A Global Approach / J. Lall / Per. from english. K.: K.I.S., 2002. 264 p.
13. Lassuel G. Technique of propaganda in the world war / G. Lassuel / per. from english N.M. Potapova. M.-L.: The publication of military political literature, 200 p.
14. Lysenko V.V. Problems of informational independence of the state / V.V. Lysenko / [Electronic resource]. Access mode: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=59&c=1318>
15. Lysenko V. V. Mass media and public opinion: technologies of manipulation / V. V. Lysenko / SPb.: Personnel. 2004. No. 9. 14-21 p.
16. Massive information in the Soviet industrial city: Experience of integrated sociological research / Under the general wording of B.A. Grushina L.A. Okonnikova. M.: Eskimo, 2006. 347 p.
17. Mihailin I. Basics of journalism: a textbook / I. Mikhailin. K.: TSUL, 2002. 284 p.
18. Muscovichi S. Century of the crowd. Historical treatise on the psychology of the masses / S. Moscovichi / per. fr. Moscow: «Center for Psychology and Psychotherapy», 1998. 480 p.

19. Neklyayev S. E. Media Strategy in the Context of Local Wars and Terrorism / S.E. Neklyayev / Materials of the Third International Scientific Conference on Problems of Security and Counteraction to Terrorism. MSU them. Lomonosov. Moscow: MCNMO, 2008. 501 p.
20. Political Science Encyclopedic Dictionary: Teaching. manual for students of higher. tutor establishments. K. : Genesis, 1997. 395 p.
21. Pocheptsov G.G. Information Wars / G.G. Pocheptsov / M. ; K. : Wackler: Reflub, 2000.
22. Pocheptsov G.G. Information War as an Intellectual War / GG Pocheptsov / [Electronic resource]. – Access mode: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13303>
23. Serov A. About the role of misinformation in modern conflicts and wars / A. Serov / Foreign Military Review. 2011. No. 7. P. 15-21.
24. The technique of misinformation and deceit. M. : Word, 2008. 139 p.
25. Tofler E. War and the antiwar / E. Tofler / M. : Ast: Transit-book, 2005. P. 207-262.
26. Shironin VS Secret springs of perestroika / VS Shironin / M. : Jaguar, 1997. 45 p.
27. Shumka AV Experience of local wars and armed conflicts of the second half of the twentieth century in the formation of the concepts of information warfare / AV Shumka / Lviv: LVI, 2006. 180 p.
28. Jung K.G. Analytical Psychology. Past and Present / K.G. Jung / M. : AST, 1995. 432 p.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЗАХИСТ: ІСТОРІОГРАФІЯ, ВИЗНАЧЕННЯ, МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Мар'яна Кіца¹, Ірина Мудра²

Національний університет «Львівська політехніка»,

вул. Князя Романа, 3, 79058, Львів, Україна

e-mail: imkitsa@gmail.com

¹ <https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>

² <https://orcid.org/0000-0002-8410-5437>

Інформаційна війна ведеться не лише у військовий час. Цей тип протистояння планується задовго до конкретних військових чи збройних наступів. Відтак важливо дослідити методи та форми інформаційної війни, яку застосовують у мирний та військовий час.

Офіційно інформаційна агресія проти України ведеться уже не один рік, проте насправді ґрунт для інформаційної війни готувався Росією значно раніше. Основним призначенням інформаційної війни є вразити супротивника, завдати йому потужного удару без застосування фізичної сили. І переважно за допомогою пропаганди, нав'язати іншу, часто неправдиву думку. На жаль, українська медіасфера виявилась неготовою до належного інформаційного протистояння і працівникам мас-медіа довелось самостійно обирати свій інструментарій для протистояння інформаційній агресії Росії.

На сьогодні жодна країна світу не в змозі захистити себе, використовуючи лише військово-технічні ресурси. Забезпечення безпеки громадян може бути досягнуто за допомогою військових, політичних, економічних, інформаційних та інших заходів.

Термін «інформаційна війна» має сучасне звучання. Він з'явився в середині 80-х років ХХ ст. у зв'язку з новими завданнями Збройних Сил США після закінчення «холодної війни». Її виникнення стало результатом роботи групи американських теоретиків, які займалися військовими проблемами. Цей термін став більш популярним після операції «Буря в пустелі» 1991 року в Іраку, де нові інформаційні технології вперше використовувалися для військових цілей.

Інформаційна війна трактується як форма інформаційного протистояння між різними суб'єктами (державами, економічними чи іншими структурами), яка передбачає комплекс заходів для заподіяння шкоди в інформаційній сфері та захисту власної інформації безпеки.

Було б доцільно спочатку пояснити різницю між поняттями «інформаційна війна» і «інформаційне протистояння». У широкому сенсі інформаційне протистояння є формою боротьби, яка об'єднує низку спеціальних (політичних, економічних, дипломатичних, технологічних, військових тощо) методів і засобів впливу на інформаційну сферу об'єкта.

У більш вузькому сенсі інформаційне протистояння (у військовій, оборонній сферах) – це комплекс інформаційних заходів, які здійснюються з метою захоплення та утримання стратегічної ініціативи, досягнення інформаційної переваги над ворогом, створення сприятливої пропаганди

Інформаційне протистояння можна назвати війною без заявленої лінії фронту, оскільки вона складається з комплексу операцій, які практично неможливо простежити і виявити. Таким чином, ми можемо стверджувати, що поняття інформаційного протистояння ширше і включає в себе концепцію інформаційної війни як одного з двох

її компонентів. Дослідники стверджують, що можна розрізнати інформаційно-технічні, інформаційні та психологічні компоненти інформаційного протистояння.

Конфронтація інформації здійснюється на трьох рівнях: стратегічному, оперативному та тактичному. Поняття «інформаційної війни» є широким і складається з багатьох аспектів. Різні інтерпретації цього поняття пояснюються тим, що явище інформаційної війни вивчається в багатьох науках. Найбільша увага до вивчення інформаційних війн приділяється військовій сфері. Розглядаючи концепцію інформаційної війни, можна виділити багатьох теоретиків, які її досліджували. Вчений Майкл Пілсбері, спираючись на велику кількість китайських першоджерел, стверджує, що «метою інформаційної війни є домінування інформації».

Інформаційну політику, яку проводить Росія стосовно України в засобах масової інформації, слід розглядати лише як інформаційну війну. На сьогодні Російська Федерація використовує інформаційний простір як ресурс для ненасильницького протистояння. Публікації демонструють ознаки маніпулювання інформацією, що впливає на свідомість і підсвідомість громадян України. Російська Федерація захищає своє інформаційне поле на державному рівні, оскільки в Росії діє «Доктрина інформаційної безпеки». В інформаційній війні використовують заплановані методи та інформаційні операції. Про це свідчить той факт, що російські ЗМІ з різних напрямків ведуть однакову інформаційну політику щодо України, використовують ті ж стратегії і тактики ведення інформаційної війни. Вона впливає на різні верстви населення. Вона використовує поширення чуток, пліток, жартів і тому має різноманітну цільову аудиторію, об'єднану для того, щоб сформувані певний світогляд. ЗМІ використовують пропаганду та дезінформацію, серед яких є метод спотвореної інтерпретації фактів, надання інформації без джерела, приховане джерело інформації тощо.

Російські ЗМІ конкурують з українцями для того, щоб більша частина аудиторії здобула домінування в інформаційній сфері. Адже більша кількість аудиторій сприяє перемозі в інформаційній війні. З часу розпаду СРСР Російська Федерація створила сприятливий інформаційний фон в Криму та східних регіонах України через систематичне використання пропаганди для того, щоб похитнути політичну ситуацію і створити інформаційний вакуум.

Ключові слова: інформаційна війна, конфронтація, мас-медіа, ідеологія.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 13–20 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9974>

УДК 07:327.88:355.01(470+571:477)

ВІЙНА ЗА УКРАЇНУ: ВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ДО ПРЯМОГО ВТОРГНЕННЯ

Ангеліка Ділай¹, Валерія Кротченко

Військовий інститут

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

вул. Ломоносова, 81, 03189, Київ, Україна,

e-mail: lika_dilay@ukr.net

¹ <https://orcid.org/0000-0002-8255-4941>

У цій статті проаналізовано інформаційні операції як підготовчий етап захоплення кордонів держав, вивчено стратегічні документи, котрі регулюють діяльність підрозділів інформаційної боротьби. Автори звернули увагу на поняття впливу як основи здійснення інформаційних операцій. Також автори здійснили спробу виокремити проблемні питання протидії України інформаційним операціям з боку Кремля.

Ключові слова: інформаційні операції, вплив, ЗМК.

Постановка проблеми. Майбутнє не буде продовженням сьогоденних трендів. Інформаційне протистояння виходить на абсолютно новий рівень, воно торкається всіх сфер людського життя і фактично стало бойовими діями. Інформаційними операціями нині стало практично все: дії, вислови, меседжі, сторітеллінг, символи тощо.

В епоху інформаційного суспільства історія розвитку будь-якої незалежної держави є тісно переплетеною з інформаційними операціями: від дезінформації та маніпуляцій до спланованих інформаційних атак на об'єкти державного значення, і, не менш важливо, боротьба сьогодні направлена за свідомість суспільства. Наша держава зіштовхнулася із проблемою інформаційної експансії, де поведінка населення регулюється через емоційний стан, навіяний засобами масової комунікації, тому не вирішеним застається питання захисту інформаційного простору України, як з кібернетичної точки зору, так і захист контенту, який більшою мірою спрямований на людей.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Питання інформаційного протистояння, технологіями інформаційного впливу та відповідно інформаційної безпеки у різні часи досліджували такі вчені, як В. Горбулін, Г. Почепцов, В. Крисько, А. Петренко, В. Толубко, Т. Дзюба, П. Померанцев та інші. Однак варто зауважити, що найбільш впливовими вважаються роботи науковців збройних сил США, які сьогодні намагаються адаптувати під власні потреби практично всі армії країн-членів НАТО та їхніх партнерів.

© Ділай А., Кротченко В., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – доц. О. П. Позняков.

Метою цієї статті є розгляд проблеми інформаційного протистояння України в умовах глобалізації, а також через призму проведення Операції об'єднаних сил як нового виклику інформаційній безпеці світу.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі **завдання**: проаналізувати розвиток та трансформацію поняття «інформаційні операції», виокремити основний компонент їхнього функціонування, вивчити досвід проведення інформаційних РФ проти України, дослідити взаємозв'язок інформаційних операцій та фізичного театру воєнних дій.

Під час активного розвитку конфлікту та після його завершення важливу роль відіграють мас-медіа, які формують думку аудиторії про саме явище та його наслідки. Розвитку конфлікту багато в чому сприяють саме засоби масової комунікації, які, маніпулюючи думками аудиторії та пропагуючи певні ідеали, зумовлюють виникнення реакції своєї аудиторії, яка в подальшому й впливає на перебіг конфліктної ситуації.

По суті, сучасна боротьба держави за власну незалежність – це свого роду й інформаційна боротьба, яка здійснюється в таких формах:

- інформаційної розвідки – пошуку, збору, обробки та аналізу інформації про інформаційні ризики і загрози;
- планування інформаційних заходів тактичного (локального, внутрішньоукраїнського), оперативного (що зачіпає країни-сусіди держави) і стратегічного (спільно з державами, які впливають на розвиток геополітики) рівнів;
- проведення заходів інформаційного характеру (інформаційних операцій, дій, акцій) в цілях реалізації завдань внутрішньої і зовнішньої політики держави;
- оцінки ефективності інформаційних заходів – визначення рівня досягнення успіху [1].

Однак у матеріалах ЗМК ми найчастіше зустрічаємо дещо публіцистичне окреслення сьогоденного конфлікту: проти нашої держави ведеться *інформаційна війна*. Дехто під цим терміном розуміє абсолютно всі дії в інформаційному просторі, інші ж використовують наступні терміни як «інформаційна боротьба», «інформаційне протистояння», «інформаційні операції» тощо. Проте, всі ці дефініції містять у собі схожість – це *вплив* на свідомість конкретної особи або суспільства в цілому.

Вважаємо за доцільне, розглянути саме поняття впливу, оскільки він стає як способом досягнення самої цілі, так і результатом певною діяльністю. Особливо, коли питання стосується інформаційних операцій, де стержневою ланкою вивчення стає інформаційно-психологічний вплив. Зокрема це стосується досвіду дій збройних сил і спецслужб США та їх союзників під час операцій у Перській затоці, Сомалі, Гаїті, Боснії, Косові, Югославії, Афганістані тощо [2, с.258].

Щоб зрозуміти сутність інформаційно-психологічного впливу, який ліг в основу ведення інформаційних операцій, варто розглянути окремо інформаційний вплив та психологічний. Так, більшість дослідників під *інформаційним впливом* розуміють будь-який вплив на людину чи групу людей через інформацію.

Цікавим є підхід розуміння інформаційного впливу у медіапсихології, де комунікація опосередкована технічними засобами (ЗМК) і не обмежується окремими учасниками взаємодії «тут і тепер». Відповідно інформаційний вплив має інші характеристики: дистанційованість, масовість, опосередкованість (Див. табл.1) [3, с. 35].

Табл. 1

**Групи визначень інформаційного впливу
залежно від підходу (дисципліни)**

Групи	Дисципліна	Тип комунікації	Інформаційний вплив
А	Соціальна психологія комунікації	Міжособистісна комунікація	Процес соціального порівняння, мотивом якого є бажання індивіда бути коректним у своїх судженнях
Б	Медіапсихологія	Масова комунікація	Опосередкований вплив на аудиторію через різних посередників (мас-медіа)
В	Психологія мови: експериментальна риторика, прагматика	Текст повідомлення	Мовний вплив у широкому розумінні (вербальний образний)

Психологічний вплив найчастіше ототожнюється із впливом у широкому розумінні. Головною метою впливу є зміна поведінки і діяльності об'єкта, на який спрямована інформація чи дія.

Психологічний вплив – це вплив на людей (на окремих індивідів і на групи), який здійснюється з метою зміни ідеологічних і психологічних структур їх свідомості та підсвідомості, трансформації емоційних станів, стимулювання певних типів поведінки з використанням різних способів прихованого психологічного примусу [4].

Оскільки інформаційно-психологічний вплив акумулює в собі два поняття, вважаю за доцільне взяти за основу останнє визначення, однак посилити його. *Таким чином, інформаційно-психологічний вплив* – це організована дія на свідомість та підсвідомість особистості чи суспільства за допомогою слова чи інформації та використанням інформаційних засобів чи технологій для зміни установок, емоцій та поведінки. З цього визначення можна зробити висновок, що інформаційно-психологічний вплив є поєднанням різних видів впливу та є більш ефективним.

Як зазначав Пітер Померанцев: «Нині існує низка теорій інформаційної війни. Російська теорія апелює до інформаційної та психологічної війни, сутність якої полягає в тому, щоб підкорити іншу країну, навіть не торкаючись її. Ядром інформаційної війни є людська свідомість, психологічна сфера. В інформаційній боротьбі йдеться не лише про пропаганду, медіадебати, переконання. Це військова доктрина, що включає кіберагресію, економічні, медійні засоби та інші засоби» [5].

Теоретичне осмислення проблематики інформаційних воєн почалося в 90-ті роки ХХ ст. Першою структурою, яка цим займалася, був американський Авіаційний університет. Спонукали до нових підходів розробки, які велися в системі ВПС, на тему, якою може бути війна 2025 (і наступних років). Тобто, людям довелося відірватися у своєму мисленні від того, яким буде «залізо», а почати думати про принципово нові сфери.

Як часто наголошує дослідник Г. Почепцов, термін «інформаційні війни» суто публіцистичний чи політичний. Військова сфера використовує інший термін – «інформаційні операції», а ще «психологічні операції». Словосполучення «інформацій-

ні війни» не вживають тому, що війни можна вести тоді, коли дійсно йде війна, тоді як *операціями можна займатися завжди*. Деякі країни додатково вводять власні визначення, наприклад, Австралія замість «інформаційних операцій» вживає термін «інформаційні дії» [6].

Аналізуючи сучасні тренди ведення агресивних дій в інформаційному просторі, Г. Почепцов зазначає, що інформаційні операції по своїй суті еволюціонують до операцій впливу. Саме таке визначення можна найчастіше зустріти у документах НАТО.

Модель операцій впливу ґрунтується на моделі соціальної комунікації і визначаються як комплекс дій, які спрямовані на зміну усвідомлення, поведінки, намірів та процесів прийняття рішень лідерів, груп або цілих народів шляхом надання відповідної інформації на когнітивному рівні [7].

Відповідно до вищезазначеного, основними складовими операцій впливу, як і в соціальній комунікації є суб'єкт впливу – повідомлення – цільова аудиторія.

Аналіз інформаційного простору свідчить про те, що операції впливу містять чотири основних компоненти: цивільно-військове співробітництво; інформаційні операції; операції з безпеки та операції в засобах масової інформації (медіа-операції) [8].

Саме вивчення медіа-операцій дало поштовх до розуміння того, що термін «інформаційна війна» не відображає в повній мірі сучасних тенденцій. Адже для інформаційної війни, так і для інформаційних операцій, головним стало повідомлення, тобто зміст. Проте сьогодні сфера соціальних комунікацій настільки динамічна, що орієнтуватися лише на статичний зміст неможливо. На перший план виходять смисли та образи, які вдало використовуються терористами, праворадикальними групами, політиками тощо.

Вивчаючи прийоми інформаційних впливів Росії на територію України, варто відмітити, що Кремль перейшов від агресивної комунікації до використання комунікації на основі страху, паніки, придушення оптимізму. Замість категоричної тези «України ніколи не існувало» Кремль став просувати меседжі «Слава Україні, Порошенко – зрадник» та «Україна існує, але вона нікому не потрібна – Європа і Америка кинули Україну». Замість малювання радикальних образів «хунти» Кремль почав застосовувати риторику, що «українців мільйонами вбивають на Донбасі – треба зупинити війну» [9].

Все це носить тривалий у часі характер. Адже подібна інформація спрямована на зміну знання, що заторкує смислову сферу. Це в свою чергу впливає на формування картини світосприйняття, таким чином і ефективність впливу збільшується.

Як гнаголошує Г. Почепцов, пострадянський простір сьогодні, і Україна зокрема, йдуть між двома стратегіями. Технічно орієнтовані кіберспеціалісти намагаються побудувати «стіну». Але це може допомогти виключно у випадку інформаційної війни. Вона може вибудувати захист саме завдяки фільтрації повідомлень.

Що стосується смислової війни, то неможливо зупинити масову культуру. Вона об'єднує в собі характеристики інформаційного, віртуального і комерційного продукту, в той час як у системі інформаційної війни діє об'єднання інформаційного і військового чи інформаційного й політичного продукту [10].

Так само, як не можна безапеляційно стверджувати, що на нас діє пропаганда. Адже поширення технологій відкрило можливості споживати інформацію вибірково, перевіряти її та піддавати сумніву. А пропагандистські методи більш ефективні

у закритих системах, поширюються через монополізовані ЗМІ чи обмежуються законом. Саме так діють у Росії, де певна картина світу нав'язується суспільству через постійне масове тиражування інформації одними й тими ж каналами.

В Російській Федерації у структурі Міністерства оборони України вже давно створено підрозділ інформаційних операцій [11]. Точно підтверджено, що такі війська займаються відбиттям хакерських атак, контрпропагандою як всередині країни, так і за її межами, в інтернеті, у ЗМІ тощо. Російські політики вже давно визнали, що сьогодні боротьба переходить із фізичного виміру у вимір цифровий.

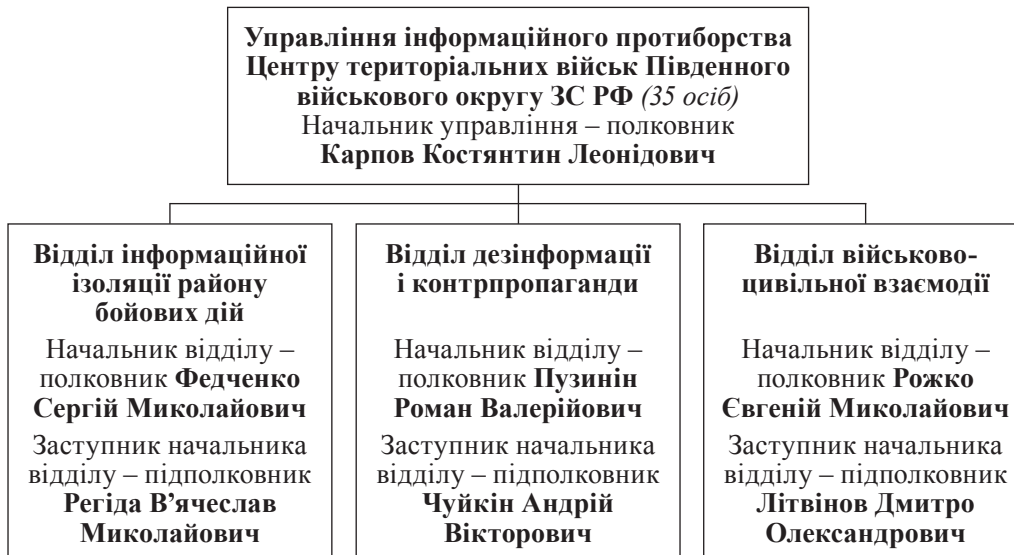
Зокрема, як пише Тетяна Попова, в «Доктрині інформаційної безпеки Російської Федерації», яка була затверджена президентом Росії 9 вересня 2000 року зазначалося, що джерелом зовнішньої загрози інформаційній безпеці Російської Федерації є розробка певними державами концепцій інформаційних війн. Однак, для нас цікавим стане подібний документ, але датований кінцем 2016 року. Саме у ньому фактично визнається проведення інформаційних операцій Росією на території України. Якщо звернути увагу на статті 20-21 даного нормативного акту, то побачимо: «Стаття 20. Стратегической целью обеспечения информационной безопасности в области обороны страны является *защита* жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, связанных с применением информационных технологий в военно-политических целях, *противоречащих международному праву, в том числе в целях осуществления враждебных действий и актов агрессии*, направленных на подрыв суверенитета, нарушение территориальной целостности государств и представляющих угрозу международному миру, безопасности и стратегической стабильности». А статтею 21-ю цієї ж Доктрини визначається механізм удосконалення систем інформаційної безпеки збройних сил РФ та відповідно створення нових підрозділів інформаційного протидіювання.

За інформацією Головного управління розвідки МОУ, з метою підвищення ефективності ведення інформаційної війни проти України керівництвом ГШ ЗС РФ у складі Центру територіальних військ Південного військового округу РФ створено Управління інформаційного протидіювання [12]. Українська розвідка оприлюднила організаційно-штатну структуру даного підрозділу (Див. табл. 2).

Під час проведення інформаційних операцій Кремль використовує тактику дій, яка відповідає вимогам системи, яка діє в цей час. Деякі теми є основними темами у російських ЗМІ. Наприклад, постійно протиставляються традиційні цінності РФ до демократичних цінностей Європи. Оскільки інформаційні операції агресора є сегментованими, то дискусії варіюються в залежності від територіального запиту. Робота з внутрішньою аудиторією проводиться не менша, ніж із зовнішньою. На тактичному й оперативному рівнях місцеві командири проводять власні інформаційні кампанії. Найчастіше можна зустріти короткі, часто суперечливі повідомлення, розраховані на споживання у ситуаціях підвищеної напруги або максимального розслаблення.

Ми вже зіштовхувалися із повідомленнями, коли на стільникові телефони громадян, які тимчасово або постійно проживають на Сході України, надходили смс-повідомлення із погрозами, наклепами або закликами до повалення влади. Такі повідомлення можуть мати надзвичайно негативний психологічний вплив, особливо на ту категорію населення, яка не має безпосереднього контакту із мирним, звичним середовищем. Тому проблема заповнення інформаційного вакууму на території про-

Табл.2



ведення ООС контентом із офіційних джерел чи якісної періодики потребує особливої уваги.

Тому для того, щоб розуміти, як протистояти інформаційним операціям з боку агресора чи активно протидіяти, потрібно вивчати аудиторію. У своїх працях засновники поняття «стратегічні комунікації» виділяють чотири способи роботи із аудиторією [13]:

- точна ідентифікація оптимальної цільової аудиторії;
- вимірювання «сугестивності» цієї аудиторії;
- визначення найкращих процесів впливу на аудиторію;
- виготовлення та поширення тригерів, які зможуть ефективно та змінювати поведінку аудиторії, основне, що це можна буде виміряти.

Сьогодні ж надзвичайно активно проводиться робота із протидії агресивним діям Кремля у публічному середовищі. За останні роки Європа, розуміючи небезпеку для власного інформаційного середовища та як наслідок територій, створила декілька робочих груп із вивчення досвіду інформаційних операцій РФ проти України та Заходу, збільшила фінансування контрзаходів та заходів із попередження можливих загроз, запровадили безліч медійних освітніх проектів тощо.

Та невирішеними залишаються ще багато питань. По-перше, запровадження механізму виявлення на ранніх стадіях інформаційних операцій РФ та оперативна відповідь на них; по-друге, створення сильних стратегічних наративів, які б формували національну стійкість до ворожих інформаційних впливів; по-третє, залучення до комунікації фахівців із суміжних гуманітарних та технічних галузей; четверте, переведення роботи жорстких ієрархічних вертикалей на функціонування в системі партнерства.

Таким чином, фізичний театр воєнних дій в Україні є продовження агресивної політики Кремля в інформаційному просторі. Стратегічні документи РФ деклару-

ють позицію наступу, а не оборони. Отож, інформаційна безпека нашої держави, а також всього західного світу, сьогодні залежить не лише від своєчасної відповіді на інформаційні операції Росії чи відкрите вторгнення, а й від вміння створити та реалізувати власний стратегічний сценарій інформаційних заходів для захисту нашої держави.

REFERENCES

1. Гусаров В. Сили інформаційних операцій Росії: яким має бути відповідь України? [Електронний ресурс] / В'ячеслав Гусаров // Інформаційно-аналітичний центр Національної Безпеки України. 2014. Режим доступу до ресурсу: <http://mediarnbo.org/2014/10/07/sili-informatsiynih-operatsiy-rosiyi-yak/>.
2. Осьодло В. І. Інформаційно-комунікативні технології в гуманітарній сфері Збройних Сил України: досвід, проблеми, перспективи: Підручник / В. І. Осьодло, В. В. Стасюк, В. П. Шевчук та ін.; За заг. ред. В. Г. Радецького. К.: НАОУ, 2007. 492 с.
3. Інформаційний вплив: теорія і практика прогнозування : монографія / за ред. П. Д. Фролова; Національна акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. К. : Міленіум, 2011. 304 с.
4. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева, Є.Д.Скулиш, О.Д.Бойко, В.В.Остроухов]; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. 2-ге вид. К.: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.
5. Pomerantsev P. Can Ukraine Win Its Information War With Russia? [Electronic resource] / Peter Pomerantsev // The Atlantic. – Mode of access: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/can-ukraine-win-its-information-war-withrussia/372564/>
6. Почепцов Г. Інформаційні війни: базові параметри [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // MediaSapiens. 2012. Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/informatsiyni_viyni_bazovi_parametri/.
7. Information Operations. Air Force Doctrine Document 2-5. 11 January 2005. 54 p.
8. Феклістов А. Сучасні погляди на місце інформаційних операцій в системах інформаційної боротьби / А. Феклістов. // Проблеми оперативного мистецтва та тактики. 2010. С. 25–27.
9. Мінаков О. Гібридна війна Росії. Трансформація маніпуляцій у соцмережах [Електронний ресурс] / Олексій Мінаков // Радіо Свобода. 2017. Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28498431.html>.
10. Почепцов Г. Смыслові та інформаційні війни: пошук відмінностей [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // MediaSapiens. 2013. Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/smislovi_ta_informatsiyni_viyni_poshuk_vidminnostey/.
11. Війна і пропаганда. Як працюють війська інформаційних операцій Росії? [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. 2017. Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28351969.html>.
12. Особливості діяльності Управління інформаційного протидіювання Центру територіальних військ Південного військового округу ЗС РФ [Електронний ресурс] // ГУР МОУ – Режим доступу до ресурсу: <http://gur.mil.gov.ua/content/osoblyvosti->

- diialnosti-upravlinnia-informatsiinoho-protyborstva-tsentru-terytorialnykh-viisk-pivdennoho-viiskovoho-okruhu-zs-rf.html.
13. Rowland L., Tatham S. Strategic communication & influence operations: do we really get it? Shrivenham, 2008.

THE WAR OF UKRAINE: FROM INFORMATION OPERATIONS TO DIRECT INFRINGEMENT

Anhelika Dilai¹, Valeria Krotchenko

Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv,

Lomonosova street, 81, 03189, Kyiv, Ukraine

e-mail: lika_dilay@ukr.net

¹ <https://orcid.org/0000-0002-8255-4941>

In this article the information operations are analyzed as a preparatory stage for the capture of the borders of foreign states, the strategic documents that regulate the activities of the information combat divisions are studied. The author drew attention to the concept of influence as the basis for the implementation of information operations. Also, the author attempted to isolate the problem issues of counteracting Ukraine with information operations on the part of the Kremlin.

The similarity of the concepts of information war, informational confrontation, information struggle, information operations are analyzed. The definition of the informational and psychological impact as different concepts, which formed the basis of a single definition of information and psychological impact as the basis of information operations, is given.

The article traces the transformation of the term «information operation» to the term «influence operations», which fully reflect the current policy of waging war. The author also focuses on the characteristics of the audience of consumption and the need for its study to effectively achieve their communication goals.

As a result, we see that the modern world is full of challenges to the information security of countries. Therefore, a strong system of protecting the information space, as well as the ability to predict possible threats today are a necessary condition for the preservation of territories, as well as their own values.

Key words: information operations, influence, mass-media.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 21–27 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9975>

УДК 07:070.422]:341.2/3

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ ПІД ЧАС ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

Лілія Імбіровська-Сиваківська

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: liliya25071993@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7085-8833>

Статтю присвячено аналізу діючого законодавства України, яке стосується журналістської діяльності. Розглянуто питання забезпечення правового захисту працівників мас-медіа та їх відповідальності за порушення закону.

Ключові слова: зона бойових дій, воєнний кореспондент, правовий захист, закони.

Постановка проблеми. Актуальність окресленої наукової проблеми посідає важливе місце у становленні якісної, незалежної журналістики.

Задля збору та оприлюднення інформації, у час збройного конфлікту, журналісти майже завжди ризикують життям, подекуди значно більше, ніж інші працівники ЗМІ, тому так важливо, щоб нормативно-правові акти, які регулюють його діяльність, були надзвичайно чітко регламентовані та обов'язкові до застосування для захисту кожного репортера. Попри те, що професія журналіста надає певні переваги у суспільстві, журналіст є таким самим суб'єктом права, як і інші громадяни України, тобто за порушення чинного законодавства України він нестиме таке ж покарання, як і всі інші. Тому кожен репортер, перебуває він у редакції чи поза нею, повинен знати закони і не порушувати їх.

Мета статті – проаналізувати сучасний стан наукового вивчення обраної теми, визначити, які закони захищають журналіста, а які частково обмежують його права. Необхідно також окреслити, якими саме правилами подачі інформації має керуватись журналіст під час збройного конфлікту.

Наукова розробка теми. Питанням правового регулювання ЗМІ належить до активно досліджуваної доктрини. Найбільш вагомий внесок в її вирішення зробили такі дослідники в Україні як В.Іванов, В.Сердюк, Т.Приступенко, В.Павликівський.

У час війни важливість і вплив ЗМІ зростає, адже мас-медіа залишаються одним із найважливіших каналів вираження громадської думки, отримання найсвіжіших новин та контролю громадськості над владними структурами. Розроблена ціла низка законів, які регламентують правову діяльність журналістів в Україні. Проте так було не завжди. За часів СРСР журналістика, як елемент ідеологічного режиму,

у своїй діяльності опиралася на партійні постанови та вказівки, а не на правові документи. Правове становлення журналістики відбулося вже у 1990 році з прийняттям Закону «Про пресу та інші засоби масової інформації». З проголошенням незалежності України запущено механізм прийняття цілої низки нормативно-правових актів, які стосувалися різних галузей діяльності ЗМІ [1, 19].

Мирний час і час війни диктують різні правила поведінки журналістів, проте знання права необхідне завжди. Серед основних законів, які регулюють функціонування ЗМІ, можна виділити наступні: Конституція України, Закони України: «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації(пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про Національну Раду України з питань телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про авторське право і суміжні права», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», Кримінальний кодекс України.

Журналістам, які працюють з інформацією, пов'язаною із збройним конфліктом, варто ознайомитися із такими правовими документами як Закони України «Про основи національної безпеки», «Про державну таємницю», «Про боротьбу з тероризмом», «Про оборону України», «Про Збройні сили України», «Про раду національної безпеки і оборони України», «Про особливості державної політики із забезпечення державного суверенітету України на тимчасово окупованих територіях у Донецькій та Луганській областях», «Про правовий режим воєнного стану», «Стратегією національної безпеки» та «Воєнною доктриною». Хоча це далеко не весь список нормативно-правових актів, якими має послуговуватися воєнний кореспондент. Розглянемо трохи детальніше деякі із них.

Для початку встановимо, кого держава означає терміном «журналіст». Стаття 1 Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» визначає, що журналіст – це творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для засобів масової інформації, виконує редакційно-посадові службові обов'язки в засобі масової інформації [2].

Для тих редакцій, які мають намір відправити своїх працівників у зону проведення ООС, варто пам'ятати, що для таких дій потрібно пройти низку адміністративних процедур. Перш за все отримати акредитацію, що є юридично обов'язковим. Дехто із журналістів засуджує такі дії, зумовлюючи протест тим, що це обмеження свободи слова, порушення прав працівників мас-медіа. Проте, на нашу думку, реалії війни такі, що це заходи безпеки для захисту від ворога.

Розв'язання проблеми вільного забезпечення свободи слова є одним із найважливіших та ключових кроків до збереження та розвитку національної свідомості в Україні. Регулювання цього питання є невід'ємною функцією кожної незалежної держави і однією із основних сфер діяльності, яка забезпечує свободу для кожного громадянина зокрема. Ще в 1720 році Джон Тречард та Томас Гордон акцентували: «Без свободи думки не може існувати така річ, як мудрість; а така річ, як громадська свобода – без свободи слова; вона є правом кожної людини, поки цим не завдає шкоди, або не стримує таке право іншого; і це єдині пута, які вона має терпіти, єдина межа, яку вона має знати. Цей священний привілей є настільки важливим для віль-

них урядів, що захист власності та свобода слова завжди крокують поруч; а в тих країнах, де людина не може вважати свій язик власним, вона навряд чи може вважати будь-яку іншу річ власною» [3]. У час гібридної війни ЗМІ, які вільно транслюють правду, є одним із найважливіших складників перемоги.

У статті 34 Конституції України – головного закону держави, що закріплює суспільний і державний лад, основні права, обов'язки та свободи громадян, – наголошено, що кожному гарантовано право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, що кожен має право вільно розпоряджатися інформацією. Проте цей закон має продовження, яке особливо важливе під час збройного конфлікту – здійснення прав на вільне розпорядження будь-якою інформацією може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку. Ці самі застереження вказані і у Конвенції «Про захист прав людини і основоположних свобод», яка ратифікована Україною. Там зазначено, що кожен має право на вираження своїх поглядів, право вільно передавати інформацію та ідеї, але здійснення цих дій може бути обмежене «в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадської безпеки, для запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я чи моралі» [4]. Тобто на міжнародному законодавчому рівні теж прописано, що у деяких чітко зазначених, особливо важливих випадках може і має бути деякий контроль за інформацією. На нашу думку, це необхідно у час відкритої гібридної війни з Росією, адже розраховувати лише на етичні принципи працівників мас-медіа доволі небезпечно і необачно, особливо, якщо через це можуть постраждати або навіть загинути люди. Звичайно, – це все має бути чітко регламентовано, законодавчо обґрунтовано і застосовуватися за потреби в конкретній ситуації.

Робота журналіста, особливо воєнного кореспондента, пов'язана із значною небезпекою, тому захист його діяльності та життя особливо важливий. Саме тому у Кримінальному кодексі України є декілька статей, які охороняють працівників мас-медіа. Так, у статті 163 п.2 зазначається, що порушення таємниці листування, телефонних розмов чи інших засобів зв'язку журналіста карається позбавленням волі на строк від трьох до семи років [5].

Стаття 171 ККУ пов'язана із перешкодженням законній професійній діяльності журналіста, зокрема, незаконне вилучення матеріалів, технічних засобів, незаконна відмова у доступі журналіста до інформації. Вплив у будь-якій формі на журналіста з метою перешкодження виконання з його боку професійних обов'язків або переслідування журналіста у зв'язку з його законною діяльністю. Залежно від пункту статті, санкції можуть різнитися, найвища межа – позбавлення волі на строк до п'яти років; якщо це суспільно небезпечне діяння, вчинене службовою особою з використанням свого становища, можливе позбавлення права обіймати певні посади. В Кримінальному Кодексі України злочином вважається будь-яке суспільно небезпечне, винне, протиправне та кримінально каране діяння (дія або бездіяльність), учинене суб'єктом злочину. Ступінь суспільної небезпечності (отже, і призначення вини) визначається в залежності від форми вини, мотиву й мети, способу вчинення злочину та інших обставин. Не всі посягання на свободу слова законодавець визнає злочинним, а тільки ті діяння, де було умисне перешкодження законній професійній діяльності журналістів [6, 208]. Це важливий нюанс, адже тільки за 2018 рік було зафіксовано 235 випадків обмеження свободи слова. Такими є дані щорічного дослідження Ін-

ституту масової інформації (ІМІ) «Барометр свободи слова» [7]. З них під категорію «перешкоджання законній професійній діяльності журналістів» – 96 випадків. Ця статистика погіршується, адже у 2017 було зафіксовано 92 випадки перешкоджань.

Як повідомляє Інститут масової інформації, здебільшого перешкождали приватні особи, місцева влада, депутати та правоохоронці. Якщо проаналізувати цю статистику у контексті воєнної журналістики, то про перешкоджання роботі журналіста військовими чи іншими силовими структурами не йдеться, але воєнний дискурс – це не тільки ті матеріали, які передусім стосуються військових дій. Це будь-яка інформація, яка стосується державотворення та незалежності нашої країни. У демократичній державі при стабільному розвитку громадянського суспільства будь-які посягання на права і свободи мають ставати все більш неприпустимими, адже недоторканість цих прав є не меншою, а скоріше ще більшою цінністю, ніж недоторканість будь-яких інших інтересів. Викликає занепокоєння інформація про журналістів, які постраждали від погроз і залякування (33 випадки), побиття та нападів (31 випадок). Достатньо великою є кількість репортерів, які загинули, виконуючи свій професійний обов'язок, під час теперішньої російсько-української війни, а також тих, хто перебував у полоні (або й досі перебуває, наприклад, журналіст Станіслав Асєєв, затриманий «ДНР», за різними даними, з травня або червня 2017 року).

Для захисту життя українських журналістів в 2015 році оприлюднено Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення гарантій законної професійної діяльності журналістів». В ньому йдеться про внесення необхідних змін до Кримінального кодексу України, з'явилися нові статті: «345-1. Погроза або насильство щодо журналіста», «347-1. Умисне знищення або пошкодження майна журналіста», «348-1. Посягання на життя журналіста», «349-1. Захоплення журналіста як заручника».

Цими статтями законодавець ще більше виділив журналіста як суб'єкта прав особливого захисту. Також було доповнено статтю 18-ту Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» пунктами, які позначають, що у випадку поранення журналіста, під час виконання його професійного обов'язку, йому виплачується допомога, у випадку його смерті – членам сім'ї загиблого (померлого), а в разі відсутності сім'ї – його батькам та утриманцям [8].

Існує чимало законів, які захищають життя чи професійну діяльність журналіста. Проте кожен кореспондент повинен пам'ятати, що особливий статус у законодавстві України не звільняє його від відповідальності за порушення законів. Українське законодавство встановлює не тільки гарантії вільної свободи слова, але і відповідальність за зловживання будь-якими правами. Для прикладу розглянемо деякі статті вже згаданого вище Кримінального кодексу, які можуть обмежити свободу слова під час збройного конфлікту.

Визначимо статті, які можуть підпадати під цю категорію: стаття 109 «Дії, спрямовані на насильницьку зміну чи повалення конституційного ладу або на захоплення державної влади», стаття 110 «Посягання на територіальну цілісність і недоторканність України», стаття 111 «Державна зрада», стаття 114 «Шпигунство», стаття 258-2 «Публічні заклики до вчинення терористичного акту», стаття 295 «Заклики до вчинення дій, що загрожують громадському порядку», стаття 436 «Пропаганда війни».

Розглянемо детальніше деякі з них. Наприклад, стаття 111 має назву: «Державна зрада», за час теперішньої війни Росії проти України обвинувачення у державній

зраді було пред'явлено аж трьом журналістам – Руслану Коцабі, Василю Муравицькому та Кирилу Вишенському. У 111-й статті ККУ п.1 йдеться: «Державна зрада, тобто діяння, умисно вчинене громадянином України на шкоду суверенітету, територіальній цілісності та недоторканності, обороноздатності, державній, економічній чи інформаційній безпеці України: перехід на бік ворога в умовах воєнного стану або в період збройного конфлікту, шпигунство, надання іноземній державі, іноземній організації або їх представникам допомоги в проведенні підривної діяльності проти України, – карається позбавленням волі на строк від дванадцяти до п'ятнадцяти років з конфіскацією майна або без такої».

З'ясуємо, що означає перехід на бік ворога. Суспільно небезпечним і доконаним є таке діяння, в якому громадянин України (в нашому випадку журналіст) виконав в інтересах ворога певні дії (сама лише згода не є злочином). Шпигунством є передача (або збирання з метою передачі Ст. 114, ККУ) інформації, що становить державну таємницю. І останнє: «надання іноземній державі, іноземній організації або їх представникам допомоги в проведенні підривної діяльності проти України». Тут мається на увазі будь-яка підривна діяльність, яка здатна, до прикладу, знизити обороноздатність України, змінити межі території України та ін.

Як ми бачимо, сфери дії українського законодавства досить широкі. Є низка важливих законів, які захищають українських журналістів, проте потрібно пам'ятати, що є й такі дії, які можуть частково обмежити свободу слова та права журналістів.

Висновки. У час війни, особливо гібридної, важко збагнути, де є правда, а де брехня. Тому воєнний репортер повинен ретельно продумувати методи своєї роботи, виклад матеріалу. Він має володіти теоретичними та практичними знаннями про всі деталі перебігу збройного конфлікту і, що не менш важливо, знати закони, які захищають його права, здоров'я та життя.

Мас-медіа часто називають четвертою владою, наділеною особливими повноваженнями і правами. Але жодна влада не може бути необмеженою, це також стосується і журналістів. Вони повинні завжди пам'ятати, що інформація, яку вони поширюють, може спричинити загострення конфлікту, наслідком чого може бути втрата території, смерть українських громадян. У своїй роботі воєнний кореспондент має використовувати самоцензуру – свідоме, добровільне, умисне усунення автором зі свого матеріалу частин, які з тих чи інших причин є неприпустимими для публікації. Під час війни у Перській затоці журналісти добровільно віддавали свої матеріали на узгодження військовим, аби випадково не розголосити державної таємниці [9, 46]. Також самоцензуру використовували журналісти після подій 11 вересня 2001 року в США. Такий вид обмеження свободи слова часто застосовують й ізраїльські журналісти.

Сфери застосування гібридної війни дуже великі. Це не тільки межі збройного конфлікту, а й велика павутина інформації у мирному житті, тому такий самоконтроль є важливим. Держава Україна на правовому рівні має захищати кожного журналіста, але він у свою чергу має пам'ятати, що не має права нашкодити їй. Правовий апарат не може контролювати абсолютно кожне слово репортера, тому що це неправильно та може трактуватися як обмеження свободи слова. Самоцензура, як свідомий акт доброї волі, акт перемоги здорового глузду над емоціями – це саме та дія, яка допоможе зберегти баланс в інформаційному полі України.

REFERENCES

1. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації / Т. О. Приступенко. Київ : Інститут журналістики, 2004. 375 с.
2. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. 1997. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80>
3. Правові умови діяльності українських мас-медіа / В. Ф. Іванов, Інформаційне законодавство: український та зарубіжний досвід. Київ: Центр вільної преси, 2000. 11-24 с.
4. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. 1994. Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004
5. Кримінальний кодекс України [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. 2001. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
6. Принципи криміналізації порушень свободи слова та діяльності ЗМІ / В. І. Павликівський. Вісник Асоціації кримінального права України / 2015, № 1(4).
7. 235 порушень свободи слова зафіксовано в Україні у 2018 році – дослідження ІМІ [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. 2019. 17 січня. Режим доступу: <https://imi.org.ua/news/235-porushen-svobody-slova-zafiksovano-v-ukraini-u-2018-rotsi-doslidzhennia-imi/?fbclid=IwAR0WIOwzyIR6HiqKNvcpsOpHjtmKI5mKQZ3mXpdeli5qH8sUatGLaxLY450>
8. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення гарантій законної професійної діяльності журналістів» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. 2015. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/421-19#n8>
9. Медіа-право / Н. Петрова, В. Якубенко. Київ: ТОВ Київська типографія, 2007. 278 с.

LEGAL REGULATION THE MASS-MEDIA DURING AN ARMED CONFLICT

Lilia Imbirovska-Syvakiivska

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chupryny Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: liliya25071993@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7085-8833>

The article is devoted to the analysis of the current legislation in Ukraine concerning journalistic activity. The problem studied concerns legal protection for media workers and their responsibility for violating the law.

Action area – is a territory where the lives of journalists, military and civilians are at risk. The military correspondent must be not only erudite and have highly intelligent, but also use his practical and theoretical skills. He must have knowledge that he can protect himself physically and legally.

The media with its prevalence informative function performing tasks the information function, is a means of transmittings the news especially from the combat zone to the area of peaceful life. Besides, they are a social instrument controlling public opinion above the government and state.

Consequently it is extremely important, that all the information provided should be true not only from moral and ethical considerations, but also from the point of view of the law.

All current stage the research of the topic of legal protection of journalists belongs to the actively studied topics. However, there is a demand to consider not only legal protection, but also the journalist's legal responsibility, this topic has not received much attention.

For instance, there have been as cases when legal ignorance of some correspondents led to them being charged with such offences as treason and in interference military matters.

The Constitution of Ukraine, the nation's fundamental laws, clearly defines the rights and freedoms of each individual. But at the same time the Constitution clearly states that this right may be limited to protect the territorial integrity of the Ukrainian state or national security.

Work of the journalist in the zone of active military operations is extremely dangerous. During the Russian-Ukrainian armed conflict a lot of journalists have been captured, killed or subjected to violence. It was clearly an unauthorized limitation of their freedom of movement by the Russian mercenaries and militants of pro-Russian groups. Despite the fact that Russia acts contrary to all international norms and laws it does not reduce legal liability of Russian military forces for the committed crimes.

So, it is of paramount importance for every journalist to know the laws and regulations which can defend him/her and which are not to be violated under any circumstance.

Key words: armed conflict, military correspondent, legal protection, laws.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 28–35 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9976>

УДК 004.738.5-049.2-048.66:179.8

ФАКТЧЕКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯТИВНОМУ ВПЛИВУ ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ

Юлія Кияшко

*Національний університет державної фіскальної служби України,
вул. Університетська, 31, 08201, м. Ірпінь, Київська область, Україна*

e-mail: kiyashko_u_p@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-2110-3565>

У статті проаналізовано основні ресурси та їх діяльність щодо верифікації та фактчеку контенту в інформаційному полі в період передвиборчих перегонів. Увагу зосереджено на маніпулятивних елементах, які використовують медіаторці задля задоволення інформаційних потреб аудиторії. Запропоновано систему рекомендацій під час перевірки правдивості інформації в електронних медіа для споживачів медійного продукту.

Ключові слова: брехня, верифікація, глибокий фейк, маніпуляція, медіаграмотність, фактчек, фейк.

Сучасний інформаційний простір схожий на поле бою, де основним інструментом виступають слова і образи, за допомогою яких маніпулятори формують думку аудиторії, а відтак і спонукають суспільство до вигідних дій. Засоби масової інформації слугують рупором думок можновладців, експертів, громад. Медіа сьогодні – це загрозлива зброя, що здатна уразити думку широких мас, вплинути на прийняття рішень людьми у виборі лідера країни, спонукати до дій, подекуди агресивних та небезпечних. Інформаційний простір у передвиборчих баталіях перетворюється мало не на справжній бойовий майданчик, де професійні журналісти, а разом з ними й ціла гвардія досвідчених політтехнологів, покликаних привести до перемоги «свого» кандидата будь-якою ціною, творять історію з фактів, маніпуляцій, фактоїдів, брехні та неправди.

Проблема заангажованості ЗМІ спонукає до пошуку істини для медіаюзерів. Аудиторія потребує роз'яснень та допомоги через відсутність медіакомпетентності. Перш за все це пов'язано з тенденцією антиукраїнської пропаганди в умовах політичних взаємостосунків України на міжнародній арені. Зважаючи на швидкі темпи розповсюдження фейкових повідомлень та оптимальне середовище для культивування цілих джерел, покликаних щоденно творити потоки інформаційної війни, професійні українські журналісти вдалися до розслідувань. Зокрема, завдяки західному досвіду перевірки фактів у медіасередовищі спостерігаємо концепт фактчек – потужний, дієвий інструмент викриття політичних маніпуляцій та фактичних спекуляцій на

болючих соціальних темах, яскравий засіб демонстрації реальної компетенції політиків та чиновників, платформа для глибоких розслідувань, підкріплених фактами з відкритих джерел, що практично унеможливує звинувачення в заангажованості та суб'єктивності [1, с. 6].

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи свідчить про підвищений інтерес науковців і дослідників, а також журналістів-практиків до способів викриття неправдивого контенту у медіапросторі. Українські медійники, спираючись на систему та алгоритми фактчеку та верифікації західних мас-медіа, пропонують власні стратегії виявлення брехні та роботи з перевіркою фактів. На цій ниві активну роботу ведуть журналісти фактчекінгових проєктів в Україні, що викривають брехню та маніпуляції у заявах політиків, VoxCheck [2], Stopfake.org [3], Без Брехні [4]. Теоретичні засади сформовані у працях О. Гороховського [1], Г. Почепцова [5], О. Юркової [6] та інших. Метою нашої розвідки вбачаємо аналіз концепту фактчеку, що сьогодні використовують некомерційні організації, а зокрема розгляд алгоритму викриття маніпулятивних технік наряду із правдою, напівправдою та брехнею.

Актуальність фактчекінгу набирає обертів у всьому світі, оскільки маніпулятивні технології мають всі передумови для розвитку і вдосконалення: стрімкий технічний прогрес, можливості оперативного аудіовізуального виробництва, трансформація класичних принципів діяльності мас-медіа у поле соціальних мереж з певними потребами і характерними поведінковими факторами. Все це дає привід для занепокоєння у боротьбі не просто з викривленими фактами, а й «глибокими фейками» (так звані Deep Fakes). «Нові технології дозволяють створювати цілком реалістичні зображення. Поки це в основному прерогатива Голлівуду, але не за горами час, коли відеоролик, в якому, наприклад, британський прем'єр Тереза Мей підносить хвалу російському президенту, може бути створений чи не кожним бажаним», – висловлюють занепокоєння дослідники через тривожну тенденцію поширення фальшивих новин у світі [7].

Так, глядачі вже мали можливість спостерігати за технологічним творінням Вашингтонських дослідників, які продемонстрували всьому світу на прикладі промови колишнього президента США Барака Обами [8], що Deep Fakes вже сьогодні є реальністю. Президент нібито звертається до людей з проблемою фейкових новин. Насправді кінорежисер Джордан Піл вкладає свої слова у промову Обами і технічно це виглядає дуже реалістичним.

У всьому світі медіафахівці спрямовують сили на створення й вдосконалення ресурсів, що дозволятимуть виявляти відео- та аудіофейки – найбільш ефективні та впливові з психологічної точки зору. Авторитетні диджитал корпорації ведуть активні розробки програмного забезпечення задля виявлення та ідентифікації синтетичного відео. Проте фахівці зазначають, що інструменти, які допомагають знайти «глибокі фейки», практично відсутні, а вчені, журналісти та технологічні компанії намагаються якнайшвидше їх створити [9].

Натомість ми швидко у вільному доступі знаходимо програмне забезпечення, за допомогою якого пересічний користувач за потреби зможе створити відео у стилі Deep Fake. Це, наприклад, програмне забезпечення FakeApp, позиціонує себе як десктопний додаток, що дозволяє легко створювати фотореалістичні відеоролики, в яких оригінальні обличчя замінені на обличчя інших людей [10].

Світова тенденція боротьби з маніпуляціями та фейками на сторінках web-видань та в ефірі електронних традиційних ЗМІ в українському медіапросторі посилюється через російську експансію, що серед основних інструментів гібридної війни використовує інформаційну протидію.

На варті верифікації сьогодні стоять аналітичні ресурси, створені з метою незаангажовано, чесно, неупереджено здійснювати фактчек новин, заяв політиків та впливових для розвитку країни осіб. Сучасні медіа, що фінансуються за кошти олігархів, не можуть залишатися об'єктивними в аналітиці подій, процесів та політичних прогнозів. Тому спостерігаємо створення організацій некомерційного вектору, що намагаються зберігати фінансову незалежність і неупередженість думок за рахунок залучення провідних світових авторитетних експертів, альтернативних засобів фінансування. Серед провідних організацій, що здійснюють фактчек в Україні є такі:

- **«VoxUkraine»** – більше, ніж краща аналітика про Україну – розвиває перший фактчекінговий проект в Україні **VoxCheck**, який виявляє брехню і маніпуляції в заявах політиків. Організація наголошує на тому, що є некомерційною організацією, що фінансується за рахунок благодійних внесків сотень людей, яким небайдужа доля України, а також грантів донорських організацій [2];
- **«Stopfake.org»** – боротьба з неправдивою інформацією про події в Україні – основна діяльність направлена на боротьбу з антиукраїнською пропагандою, заявами і фактами, спрямованими на дискредитацію України [3];
- **«Без брехні»** – фактчек політичної риторики – аналітична платформа, фахівці якої, крім того, що аналізують заяви українських політиків та можновладців за класичною методикою фактчек, розробляють нові підходи і формати фактчеку, здійснюють аналітичну діяльність у цьому напрямку, просувають фактчек у регіони країни шляхом проведення тренінгів [4];
- **«Слово і Діло»** – аналітичний портал – це перший фактчек-ЗМІ в Україні, що ставить за мету забезпечити реалізацію принципу прозорості й підзвітності влади, сприяти зростанню рівня відповідальності політиків і посадових осіб перед громадянами. Ключовим аспектом роботи «Слова і Діла» є визначення рівня відповідальності вітчизняних політиків та посадових осіб на підставі систематичного моніторингу та фіксації їхніх обіцянок, а головне – відстеження стану їх виконання [11].

Як бачимо, основною метою ресурсів є перевірка і спростування перекрученої інформації про те, що відбувається в Україні і пропаганди в ЗМІ, яка поширюється. Лише за останній рік, наприклад, в межах проекту **VoxCheck** було проаналізовано та перевірено на предмет викривлення інформації 1962 висловлювання. «Більше половини в них – маніпуляції, брехня та перебільшення», – стверджують експерти проекту «Рейтинг маніпуляторів та брехунів» за 2018 рік. Весь рік фактчекінговий проект VoxCheck перевіряв висловлювання очільників держави та політиків, які лідирують в соціологічних опитуваннях до президентських та парламентських виборів [12].

Фактчекри відзначають, що алгоритм викриття неправдивої інформації у різних редакціях хоча і має відмінності, проте концептуально базується на ключових моментах, що відрізняє фактчек від класичної схеми журналістського розслідування. Передусім це – повна відмова, принципове невикористання в доказовій базі інсайдерської та неофіційної інформації. Для побудови дослідження *фактчек* користується тільки офіційними джерелами інформації, як українськими, так і зару-

біжними, відповідями на запити в держоргани та зарубіжні інституції. Коментарі та експертні висновки використовуються в доказовій базі тільки в тому випадку, якщо вони спираються на документальні свідчення та дані з відкритих джерел [1, с. 24]. Натомість *розслідування* дослідники характеризують як синтетичний метод роботи, що об'єднує всі методи збору інформації журналістом (спостереження, інтерв'ю, аналіз документів), заснований на роботі з численними джерелами, ретельному аналізі, порівнянні, пошуку протиріч і прихованих відомостей з метою оприлюднення інформації, представляє суспільний інтерес [13, с. 6].

Олексій Набожняк, викладач Могилянської школи журналістики та експерт фактчекінгового ресурсу StopFake, розповідаючи про інструменти фактчеку, пропонує наступний алгоритм, що допомагає швидко і ефективно ловити політиків на брехні та спростовувати фальшиві новини.

1. Обрати матеріал і виділити з нього твердження, що потребують перевірки, обрати якомога оперативніший та якісніший спосіб перевіряння;
2. Пошукати в авторитетних джерелах інформації підтвердження, що допоможуть класифікувати повідомлення як правдиве, неправдиве, оманливе або таке, що не можна перевірити;
3. Відібраний і проаналізований факт супроводжується коментарем, у якому аргументується вибір перевірки саме цього факту та її результат;
4. Експерт перевіряє коментар – якість і надійність джерела, відповідність класифікації;
5. Якщо коментар проходить перевірку, здійснюється перехресний фактчекінг (фінальна перевірка на внутрішню логіку); якщо ні – дослідник виправляє коментар, враховуючи зауваження експерта;
6. Залучення зовнішнього експерта, який, якщо це потрібно, оцінює текст;
7. Публікація перевірених даних. Публікуючи їх, слід посилатись на джерела перевірки та експертів [14].

Медіатренерка, наукова співробітниця Центру Тоу Колумбійського Університету Клэр Вардл, досліджуючи інфопростір соціальних медіа, небезпечний своєю доступністю для широких мас, де автором може стати будь-хто і вдатися до маніпулятивних дій з інформацією, радить дотримуватись рекомендацій щодо перевірки контенту у соціальних медіа, перевірити та підтвердити чотири елементи:

1. Походження: чи дійсно це оригінальний фрагмент контенту?
2. Джерело: Хто завантажив контент?
3. Дата: Коли контент було створено?
4. Місце розташування: Де було створено контент [15, с. 25]?

Фактчекінг – перевірка тверджень на повноту, достовірність та наявність маніпуляцій – не лише захищає суспільство від брехні, а й допомагає виховати в громадян критичне мислення, змусити політиків відповідати за свої слова, поліпшує якість політичної дискусії.

Серед відвертої брехні, до якої вдаються політики нерідко у промовах та зверненнях, фіксують маніпулятивні техніки спікерів. У роботі професійних фактчекерів стоїть більше завдань, ніж перед мадіаюзером, якого закликають здійснювати найпростіші кроки, щоб залишатись медіаграмотним та активізувати критичне мислення. Фактчекеру знадобляться вміння та навички не лише відрізнити правду від брехні, а й ідентифікувати маніпулятивні прийоми. Зважаючи на схильність ши-

рокої аудиторії до позитивного ставлення до завідомо маніпулятивних заяв через інформаційну необізнаність, стереотипність сприйняття фактів та впливових фігур, перманентне суспільне напруження в країні, яке притуплює критичність мислення, саме промови і виступи публічних осіб стають об'єктом дослідження, а також бекграунд гучних подій, що супроводжується коментарями та оціночними судженнями. Так, наприклад, одним з найскладніших завдань фактчеку команда проекту «Без Брехні» вбачає роботу з популістською риторикою через те що спікери-популісти використовують в промовах не стільки реальні факти, скільки гасла та певні штампи, а тези містять відверто суб'єктивні ознаки [1].

Варто зазначити, що протистояти хвилям дезінформації під силу й пересічним споживачам інформації. Вищезазначені рекомендації від західних колег щодо поведінки користувачів соціальних мереж, за умови дотримання їх, здатні підвищити рівень медіаграмотності нашого вразливого та довірливого суспільства. Дослідники спостерігають, що користувачі, отримавши доступ до великих обсягів інформації, не вміють критично сприймати її. І на сьогодні завданням є навчити орієнтуватись людей у медіапросторі, особливо похилого віку, формування свідомості яких відбувалось у тотальній довірі ЗМІ. На цьому наголошує експерт з інформаційної політики та комунікаційних технологій Г. Почепцов: «Цікаво, що люди старші 65 років роблять репости фейків в два рази частіше, ніж люди з попередньої вікової категорії від 45 до 65 років. А порівняння з групою від 18 до 29 років показало, що люди старшого віку роблять це майже в сім раз частіше» [16].

На нашу думку робота із підвищення медіаграмотності людей різного віку є вкрай важливою, особливо у періоди активізації політичних протистоянь. Звичайно, розглянуті вище алгоритми перевірки фактів, а особливо викриття напівбрехні та ідентифікації маніпулятивних заяв залишатиметься прерогативою професійних фактчекерів. Проте дотримання елементарних правил задля збереження медіагієни у повсякденному просторі кожного медіаюзера є необхідним.

Отже, серед найбільш уразливих компонентів контенту, що здатні ввести в оману, на нашу думку є такі:

- інтерпретація візуальної складової,
- маніпулятивне формулювання заголовку матеріалу,
- завуальоване/приховане джерело або відсутність посилання на джерело.

Ця система лягла в основу сценарію відеоінструкції, створеної нами з метою підвищення рівня обізнаності громадян щодо поведінки медіаюзерів у глобальній мережі. Так, відеосюжет на тему: «Способи перевірки правдивості інформації в інтернеті – інструкція для медіаюзерів» був створений в межах проекту «re:start democratic discourse», що втілювався протягом червня-грудня 2018 року ІРРП (Інститутом розвитку регіональної преси) в партнерстві з Європейським центром свободи преси та ЗМІ (ЕСРМФ), м. Лейпциг, за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини та трансльований у регіональних медіа Запорізької області («БМТ «ТБ-Бердянськ» БМР», ефірна довідка від 21 листопада 2018; ТРК «Лавіна», ефірна довідка від 22 листопада 2018) [17].

Вважаємо, що подібні заходи сприятимуть розвитку українського інформаційного медіапростору в умовах інформаційної війни як всередині країни, так і в загостріеному комунікаційному процесі із іншими державами.

Проаналізувавши основні концепти фактчеку в сучасному українському медіапросторі доходимо висновку, що на сьогодні триває процес удосконалення алгоритму фактчеку та верифікації різними провідними організаціями, що здійснюють перевірку і викриття брехні та маніпуляцій у заявах публічних осіб та політиків. В умовах активного інформаційного протистояння вектори діяльності експертів у цій галузі набувають все більше чітких орієнтирів, проте відзначаємо різні підходи як у методах та техніках фактчекінгу, так і об'єктах верифікації.

Проблемою залишається зворотній зв'язок із аудиторією, що загалом має низький рівень медіаграмотності в країні. Лише за допомогою незаангажованих і незалежних професійних галузевих експертів, що намагаються робити якісну аналітику та в цьому контексті відрізнити правду від брехні та маніпуляцій, можливий розвиток нових світових і українських медіа зокрема. Тож питання пошуку оптимальних форм і методів розповсюдження рекомендацій та інструкцій правильного споживання інформаційних потоків, а також вдосконалення алгоритму фактчеку складних маніпулятивних заяв залишається актуальним і потребує подальших досліджень.

REFERENCES

1. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник / О. Гороховський. Дніпро: ЛІРА, 2017. 133 с.
2. VoxCheck [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/ru/authors-ru/>
3. Stopfake.org [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.stopfake.org/>
4. Без Брехні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bez-brejni.com>
5. Почепцов Г. Фейк. Технології спотворення реальності / Г. Почепцов. Київ: Видавничий дім «Киево-Могилянська академія», 2018. 175 с.
6. Юркова О. Шесть способов создания фейковых новостей и простые инструменты для их разоблачения [Електронний ресурс] / Ольга Юркова. 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://tinyurl.com/yuxtwk78>
7. Смотряев М. Что такое глубокие фейки и как с ними борются [Електронний ресурс] / Михаил Смотряев. 4 апреля 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/russian/features-43645446>
8. Fake Obama created using AI tool to make phoney speeches [Електронний ресурс]. 17 Jul 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/news/av/technology-40598465/fake-obama-created-using-ai-tool-to-make-phoney-speeches>
9. Санн С. Чего ждать от грядущей волны «глубоких фейковых видео» [Електронний ресурс] / Саманта Санн. October 30, 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://clc.am/yWpWIA>
10. FakeApp. Нейросеть, меняющая лица в видео [Електронний ресурс]. 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://fakeapp.site/>
11. Слово і діло [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.slovoidilo.ua/pro-proekt>
12. Брехня-2018. Як кандидати в президенти та лідери партій брехали та маніпулювали у передвиборчий рік. Рейтинг маніпуляторів та брехунів VoxCheck

- [Електронний ресурс]. 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/longreads/lie-2018/index.html>.
13. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика / Б. Бель, О. Бурмагін, Т. Патора, О. Хоменок. Київ: Друкарня Бізнесполіграф, 2013. 190 с.
 14. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди [Електронний ресурс]. 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi/>
 15. Вардл К. Перевірка контенту, отриманого від читачів / Клэр Вардл // Посібник з Верифікації / Крейг Сільверман. Європейський центр журналістики, 2014. 128 с.
 16. Почепцов Г. Соцмедиа создают свой мир: сначала информационный, а потом – и физический [Електронний ресурс] / Георгий Почепцов. 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/trends/1411978127/sotsmedia_sozdayut_svoy_mir_snachala_informatsionnyu_a_potom_i_fizicheskiy/
 17. Кияшко Ю. Способи перевірки правдивості інформації в інтернеті – інструкція для медіаюзерів [Електронний ресурс] / Юлія Кияшко. 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=yYQ-i_0a6Mw

FACTCHECKING AS AN INSTRUMENT WHICH WOULD COUNTER THE MANIPULATIVE INFLUENCE OF ELECTRONIC MEDIA

Yuliia Kyiashko

*National State Tax Service University of Ukraine,
31 Universytetska str., 08201, Irpin, Kyiv reg., Ukraine*

e-mail: kiyashko_u_p@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-2110-3565>

The purpose of this article is to determine the concept of factcheck in Ukrainian information space. This is best explained by way of example of non-profit organizations activity. There are the most popular factchecking projects in Ukraine: VoxCheck, Stopfake.org, bez-brehni.com, slovaidilo.ua. As of late, the need for disclosure and analysis of public information from politicians has become more and more relevant. The problem is, most of them was lies from the start of their social and political activities. But exposing fake or manipulated images is quite possible with the proper tools and techniques.

Factcheckers played a crucial role in information and communications, a role that needed reinforcement in order to counter the manipulation, lies and distortion of facts of biased media groups.

The problem of biased media leads to the search for truth for mediausers. The audience needs clarification and media expertise. First of all, this is connected with the tendency of anti-Ukrainian propaganda in the context of Ukraine's political interactions on the international scene.

The research involves analyzing the factchecking concept that is currently used by nonprofit organizations, and considering the algorithm for exposing manipulative techniques, truth, half-truth and lies.

The article contains recommendations for the consumer of information in social mass media. It will contribute to furtherance of media literacy of the audience. tips are based on the analysis of manipulative techniques that are used most often in media reports. The results of this study became the basis of the video instruction scenario, which was transmitted on regional television.

The analysis of the basic factcheck concepts in modern Ukrainian media space has shown that the process of improving the checking and verification algorithm continues. The question of finding optimal forms and methods for disseminating the recommendations and instructions for the correct consumption of information flows, as well as improving the factcheck algorithm for exposing manipulative statements remains relevant and requires further research. Especially during the election campaign.

Key words: deep fake, lie, manipulation, media literacy, factcheck, fake, verification.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 36–43 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9982>

УДК 654.197:070-051]:323.27

СТРИМ-ТРАНСЛЯЦІЯ ЯК НОВІТНИЙ СПОСІБ ВИСВІТЛЕННЯ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ

Роксолана Кікерчук

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: r.kikerchuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0082-7118>

У статті досліджено, як телеканали інформують громадськість про надзвичайні ситуації. З'ясовано, що ЗМІ використовують стрим-повідомлення під час висвітлення та передачі термінових повідомлень. Наведена кореляція між Революцією Гідності та початком використання стрим-трансляцій в Україні. Окреслено тематику надзвичайних подій, які передають за допомогою стриму.

Ключові слова: стрим-трансляція, прямий ефір, мобільна журналістика, надзвичайні ситуації, Революція Гідності, катастрофи.

У час зародження телебачення здавалося, що прямий ефір, як спосіб висвітлення подій, буде надзвичайно рідкісним та вибіркоким. Натомість, поширення інформації за допомогою прямих ефірів стало багатовекторним. Протягом останніх кількох років трансляції подій в реальному часі є центром багатьох інформаційних медіа-систем у всьому світі. Провідні інформаційні телеканали, як-от «Сі-Ен-Ен», «Бі-Бі-Сі», «ЄвроНьюз» тощо працюють в режимі реального часу. Застосування технології прямої передачі даних вплинуло не тільки на специфіку журналістської роботи, а й на трактування новин аудиторією. Через це журналіста, який працює на місці події, в більшості випадків, аудиторія сприймає краще, ніж передачу сухих фактів зі студії телеведучими. Дослідники медіапростору підтверджують: трансляція новин «наживо» максимально зосереджує увагу реципієнта на події.

Багато різноманітних інформаційних організацій, включаючи застарілі мовники, надруковані застарілі носії та цілий ряд цифрових гравців, експериментують із різними телевізійними та онлайн-відео для охоплення аудиторії. Очевидно, телебачення здає позиції в порівнянні з тим, яких обертів набирає Інтернет. Через це телеканали застосовують новітні технології у своїх ефірах.

Дедалі більше медіапрацівників звертаються до концепції мобільної журналістики. Смартфони на сьогодні потужніші, їхні камери не поступаються багатьом професійним відеокамерам, а додатки для знімання, редагування та передачі візуальних звітів дозволяють журналістам випускати професійні матеріали навіть у режимі ре-

© Кікерчук Р., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – проф. Лизанчук В.В.

ального часу. Журналісти вбачають у цьому можливість використовувати свої мобільні телефони як інструмент звітування перед громадськістю.

Це й стало визначальним фактором для працівників медіа під час Революції Гідності, з якої бере відлік стрим-журналістика в Україні. На прикладі Революції можна простежити як зароджувалась ідея висвітлення надзвичайних ситуацій за допомогою стрим-трансляції. В умовах збройного протистояння між активістами та силовиками «Беркуту», що діяли за наказом тодішньої злочинної влади, журналісти були змушені працювати під прикриттям, адже знаходиться у епіцентрі тих подій з позначкою «преса» було небезпечно для життя.

Стрим-трансляції досліджували: К. Сергацкова у статті «Стрим у часи воєнних дій», Є. Маранц в статтях «Стримери, які кидають виклик традиційній журналістиці», «Стрими, як нове явище в медіа комунікаціях». Більшість наукових праць, які стосуються явища стрим-трансляції, присвячені мовленню телеканалів, зокрема, монографія «Журналістська творчість на телебаченні» В. Гояна, посібник «Методи журналістики» Г.Мельника, автореферати дисертацій – «Діалогічна форма телебачення» Н. Черкасової та «Комунікативна культура прямого телевізійного ефіру» В. Дячук.

Крім того, досліджено особливості стрим-матеріалів на основі аналізу мовлення в прямому ефірі у статтях: «Прямий ефір: з чого все починалося» Е. Бабчук, «Соціокомунікаційні моделі телевізійних текстів прямого ефіру» О. Жука, «Контент інтерактивного мовлення» О. Ятчук тощо. Однак, існує брак глибинних досліджень феномену стрим-трансляції.

Журналісти досі сперечаються про те, де закінчується пряма трансляція в її традиційному розумінні і починається стрим-трансляція. Дослідники медіапроцесів Е. Амірханов, В. Кравченко пропонують наступне визначення: «Live Stream» або «потокове мультимедіа» – це доставка мультимедійних потоків інформації (аудіо та відео) віддаленим користувачам у реальному режимі часу» [1].

Смислове наповнення стрим-матеріалів визначає кожен телеканал в залежності від своєї спрямованості та інтересів. Єдиним є те, що стрим-трансляції застосовуються під час висвітлення надзвичайних подій, або таких, які викликали суспільний резонанс і мають бути повідомлені вже і зараз. «Головною та визначальною рисою є надзвичайність події, її соціальна значущість», – зазначає телеведучий В. Полуєв. «Стрим, в основному, це вибух, мітинг, марш-хода, тобто те, що треба показати вже», – наголошує журналіст телеканалу «NewsOne» Я. Чуйко.

Основним критерієм для визначення, чи застосовувати до певної тематики технологію стрим-трансляцій є аналіз того, чи можна цю інформацію подати пізніше, чи потрібно повідомляти одразу. «Стрим завжди в пріоритеті над сюжетом, коли події розвиваються дуже швидко – тут і зараз. Якщо є ризик, що до моменту, коли ти прийдеш в редакцію, надішлеш відео і зробиш сюжет, події зміняться – набагато краще робити стрім», – зазначає стример телеканалу «Громадське телебачення» О. Яриш.

Глядача, через надлишок інформації, важко чимось здивувати та захопити. Аудиторія звикла до максимально швидкої передачі даних і не готова чекати на новини. Саме тому телеканали активно використовують стрим-трансляції. Проте, це працює лише у випадку повідомлення резонансних подій, з динамічною картинкою. Тому стрим активно використовують телеканали під час висвітлення надзвичайних подій.

Резонансні події, які передають журналісти у стрим-повідомленнях, викликають реакцію великої кількості людей (обурення, хвилювання, відгуки) на певні дії (інформація, поведінку, висловлювання) когось чи чогось. Професор С. Демченко слушно пропонує виходити за межі звичного, шукати резонансне, що дасть можливість «спалахнути», «прозвучати», «прогриміти», «засвітитись» [7, с. 300].

Резонують, як правило, надзвичайні події. Засоби масової інформації привертають увагу громадськості до надзвичайних ситуацій, коли вони призвели або можуть призвести до великої кількості жертв, становлять загрозу нормальному життю і діяльності груп людей, цілих регіонів чи навіть країн.

Отож, надзвичайні ситуації – це, зазвичай, аварії, катастрофи, стихійні лиха та інші події (епідемії, терористичні акти, збройні конфлікти тощо). Такі епізоди бувають природного, техногенного, соціально-політичного та воєнного характеру. Саме ця класифікація якнайкраще ілюструє тематично-змістове наповнення стрим-повідомлення інформаційних телеканалів, які використовують стрим-трансляції.

Надзвичайні ситуації соціально-політичного характеру – це ситуації, пов'язані з протиправними діями терористичного та антиконституційного спрямування: здійснення або реальна загроза терористичного акту (збройний напад, захоплення і затримання важливих об'єктів, систем зв'язку та телекомунікацій, напад чи замах на людей), викрадення (спроба викрадення) чи знищення об'єктів, встановлення вибухових пристроїв у громадських місцях, викрадення або захоплення зброї тощо [9].

Соціально-політичні події, які сколихнули державу, започаткували історію стрим-трансляцій в Україні, це епізоди Революції Гідності.

На початку Революції працівники медіа не очікували, що події розвиватимуться стрімко, тому не були готові технічно та організаційно. Через це був вигаданий формат стрим-трансляцій, щоб компенсувати брак техніки і кадрів. Тож журналістська робота вимушено стала спрощеною, а відтак мобільною. Крім того, журналісти звернулись до стрим-технологій через те, що пересування з габаритною технікою стало проблематичним, а розпізнавальні журналістські атрибути несли загрозу для життя. Оскільки преса була під прицілом злочинних угруповань, які протидіяли Майдану.

22 листопада 2013 року Р. Скрипін, на той момент головний редактор «Громадського телебачення», в прямому ефірі заявив про початок мовлення [6]. Цього ж дня телеканал здійснив свою першу стрим-трансляцію з київського Євромайдану [5]. Стрим-трансляція в перший день існування телеканалу була спрямована передати атмосферу, яка панує на Майдані, несла революційний меседж. Крім того, під час трансляції постійно чути з рупору агітаційні промови відстоювання державницьких позицій. Стример є безпосереднім учасником тих подій, знаходиться серед натовпу. Варто загадати, що з перших днів існування «Громадське» усіляко підтримувало позицію Євромайдану, пропагуючи ідею революції в своєму ефірі.

Підсумовуючи Революцію Гідності як генератора ідеї та концепції стрим-трансляції, можна стверджувати, що теми, які висвітлюють телеканали за допомогою стрим-трансляцій є надзвичайні та знакові для суспільства. Події Революції вимагали постійного оновлення інформації, адже зміни відбувались кожної хвилини. Крім того, тематика Революції Гідності включала певні винятки у стандартах журналістської роботи, як-от можливість трансляції тіл загиблих та їх імен. У революційний час ці кадри є красномовним показником злочинності влади.

Ілюстрація імен загиблих, що були написані на шматках паперу на тілах, під час стриму «Громадського телебачення» [2], хоч за міжнародними стандартами заборонена (родичі загиблих не мають дізнаватись про смерть рідних з телеекранів), але у цьому випадку деталізована інформація не лише можлива, а й повинна бути розголошена, оскільки йдеться про імена людей, які стали для держави героями.

Революція Гідності сформувала у телеканалів розуміння, що надзвичайні події потребують негайного реагування. Стрим-трансляція стала основним способом висвітлення резонансних та соціально значущих тем.

Надзвичайні ситуації воєнного характеру – це ситуації, пов'язані з наслідками застосування зброї масового ураження або звичайних засобів ураження. Крім того до надзвичайних військових ситуацій належить збройних напад іншої держави, збройний переворот тощо [9]. Тему військових дій намагались висвітлювали журналісти-стрімери в зоні АТО на початку конфлікту. Однак, у відкритому доступі цих трансляцій практично не збереглося – їх прибрали через певні обмеження інформації у військовий період. Тож під час роботи в зоні бойових дій потрібно враховувати специфіку повідомлень у військовий час.

Зараз існує напрацьована схема передачі даних із зон окупації, але на початку антитерористичної операції журналісти не мали цього чіткого розуміння. Кореспонденти телеканалів інформували просто з місць дислокацій українських військових, ігноруючи жорстку заборону показу місць розташування, адже інформацію з українських телеканалів дізнаються не лише українці, а й терористи. До прикладу телеканал «Громадське телебачення» ілюстрував бої за Металіст 17 червня 2014 року [3]. В матеріалі журналістка ілюструє локацію військової бази. Основа трансляції – це розмова кореспондентки з військовими, яка з'ясує їх історію, походження, їх переживання.

18 квітня 2014 року «Громадське» здійснювало стрим-трансляцію з с. Весела Гора Луганської області [10], коли бій навколо обласного центру і на околицях Луганська тривав вже кілька днів. Під час стрим-трансляції журналістка показала глядачам побут військових. З'ясувалось, що військові жили у земельних бліндажах. «Звуки градів тут не стихають ні на годину і так вже майже тиждень», – наголосила під час стриму журналістка. Крім того в фокус трансляції потрапили й поранені солдати, добре видно їхні закривавлені ноги. На завершення військові демонстрували техніку і готувалися до обстрілу терористів.

Варта уваги історія прямого включення журналіста, який перебував на дорозі до Дебальцево. Під час повторювання журналістом стенд-апу локацію, де перебувала команда «112 Україна» обстріляли бойовики. Рештки розірваної гранати потрапили в руку водієві. Його екстрено доставили у госпіталь Краматорська. Тоді журналіст вийшов в ефір з інформацією про цей факт [8]. «Сьогодні ми на власному досвіді побачили як на Донбасі зберігається, чи триває режим припинення вогню», – зазначив журналіст під час включення. Після цієї історії телеканал «112 Україна» включення зі зони бойових дій не здійснював. Тож висвітлення подій в зоні АТО тепер – це сюжети, репортажі, чи інші вже зафільмовані повідомлення.

Телеканал «112 Україна» здійснював стрим-трансляцію з місця аварії Боїнга 17 липня 2014 року [13]. Журналіст потрапив на місце події пізно увечері, і хоч в кадрі опинилися тіла жертв, про що стример зазначив під час трансляції, відсутність

освітлення і погана якість зв'язку сприяли тому, що пошматовані тіла загиблих неможливо розрізнити на зображенні.

Надзвичайні ситуації техногенного характеру – це транспортні аварії (катастрофи), пожежі, неспровоковані вибухи чи їх загроза, аварії з викидом (загрозою викиду) небезпечних хімічних, радіоактивних, біологічних речовин, раптове руйнування споруд та будівель, аварії на інженерних мережах і споруд дах життєзабезпечення, гідродинамічні аварії на греблях, дамбах тощо. Тематика техногенних катастроф одна з провідних і найчисленніших змістових наповнень стрим-трансляцій телеканалів [9]. Це зумовлено тим, що такі трагедії є топ-темами ефірного мовлення. До прикладу, «Грибовицька трагедія» з обвалу нечистот і, як наслідок, загибелі людей, трансформувалась в багатомісячну тему колапсу зі сміттям, яку постійно експлуатували кореспонденти телеканалів в стрим-трансляціях. Проте найбільше уваги до «Грибовицького» було прикуто у перші дні трагедії.

Стримери «Громадського» висвітлювали трагедію Грибовицького сміттєзвалища [11], в прямому ефірі з'ясовували обставини в очевидців, в представників влади та ДСНС, а стрим-трансляції ведучі обговорювали у прямому ефірі з експертами.

Телеканал «112 Україна» здійснював стрим-трансляції від початку пожежі на Грибовицькому сміттєзвалищі, коли гірники ще не потрапили під завал. Найактивніше стрим-трансляції телеканал використовував в перші дні трагедії на сміттєзвалищі. Передавали стрим-матеріали, як і «Громадське», не лише безпосередніх подій, а й заяви представників влади, які прибували на місце події та жителів Грибовичів [12]. Через поганий зв'язок стримери телеканалу «112 Україна» часто «включались» за допомогою смартфона, проте без зображення, трансливали так званий «хрип» – аудіоповідомлення.

Техногенні катастрофи, в переважній більшості, спершу висвітлюють журналісти-стримери. У випадках надзвичайних ситуацій стрим-трансляція передувє іншим журналістським матеріалам, на кшталт сюжету, відео-замітки, репортажу тощо.

6 червня 2015 року «Громадське» здійснювало стрим-трансляцію пожежі на нафтобазі під Васильковом [14]. Журналіст трансливав ситуацію на околицях нафтобазі, з'ясовуючи всі можливі деталі: свідчення очевидців, жителів ближніх районів, представників влади тощо. Крім того передавав власні відчуття і враження з місця події.

2 березня 2017 року «NewsOne» стрим-трансливав про трагедії на шахті «Степова» в Червонограді Львівської області [15]. В переважній більшості про обвал шахти розповідали журналісти в прямих включеннях. Проте телеканал використовував кадри шахти в полівікні, проте цих матеріалів небагато, оскільки зображення не є динамічним. Стрим у ефірі змальовує рятувальників, трансляція потрапила лише у найменше полівікно телеканалу. Стрим-трансляції відбувались також з лікарні, в якій перебували постраждалі шахтарі. Таким чином «NewsOne», використовуючи стрим з декількох локацій, компенсував брак динаміки зображення подій.

Варте уваги стрим-повідомлення телеканалу «112 Україна» про вибух автомобіля на «Бесарабці» з Тимуром Махаурі [4]. Журналістка телеканалу перебувала поблизу підірваної автівки, тож одразу розпочала трансляцію, роз'яснюючи факти події, як очевидець. Під час стрим-трансляції журналістка спілкувалась зі свідками, брала коментарі у представників влади, які прибули на місце події. Протягом дня тривала стрим-трансляція, і, врешті, перетворилась на імпрізоване ток-шоу.

Увечері ведучі телеканалу виїхали на місце трагедії і вели ефір «прайму» просто з вулиці. Тож існують випадки, коли стрим-трансляції надзвичайних подій трансформуються у цілий проект ефірного мовлення.

Висновки. Нові технології впливають на специфіку роботи під час прямого ефіру. Вміння використовувати для роботи мобільний телефон – це функція кожного громадянського журналіста. Стрим-трансляції, які передбачають мобільність журналіста, є не лише потужним засобом впливу на громадськість, а технологією, яка в подальшому зможе відкрити шлях до нової журналістики, змінить її стандарти та вимоги до професії.

На прикладі Революції Гідності простежено кореляцію політичних змін та роботи інформаційних телеканалів. ЗМІ не очікували такого стрімкого розвитку подій, тому не були готові технічно та організаційно до їх висвітлення. Це спонукало медіа вигадати формат стрим-трансляцій, щоб компенсувати брак техніки і кадрів. Журналістська робота стала мобільною. Підсумовуючи Революцію Гідності як генератора ідеї та концепції стрим-трансляції, можемо стверджувати, що теми, які висвітлюють телеканали за допомогою стрим-трансляції, є надзвичайні та знакові для суспільства події.

Тематика надзвичайних ситуацій техногенного характеру стрим-трансляцій – це транспортні аварії, пожежі, неспровоковані вибухи чи їх загроза, аварії з викидом небезпечних хімічних, радіоактивних, біологічних речовин, раптове руйнування споруд та будівель, аварії на інженерних мережах і спорудах життєзабезпечення, гідродинамічні аварії на греблях, дамбах тощо. Ці теми розглянуто на прикладах стрим-повідомлень з Грибовицького сміттєзвалища, вибуху на нафтобазі, та обвалу шахти «Степова» у Львівській області. Крім того, на прикладі стрим-матеріалів вибуху авто Т. Махаурі в центрі Києва з'ясовано, що стрим-повідомлення можуть переростати в імпровізовані тематичні ток-шоу.

Телеканали застосовують стрим-трансляції, коли висвітлюють надзвичайні події, або соціально значущі події, про які потрібно негайно повідомити. Стрим-повідомлення здійснюються за принципом інформаційного приводу. Тобто відбувається подія, яка має певний резонанс, а телерепортер ретранслює її. Темати, які висвітлюють телеканали за допомогою стрим-трансляції, є надзвичайні та знакові для суспільства події. Стрим-трансляції з теперішньої російсько-української війни мають суворі обмеження і наразі їх не практикують.

Інформаційним наповненням стрим-трансляції має бути головне повідомлення, одна наскрізна тема та представлення героїв, їхня діяльність, те, що вони говорять та як реагують на запитання журналістів. Важлива роль і стримера, який мав би, окрім об'єктивного фактажу та вміння під неординарним кутом висвітлити подію, подавати різні погляди на неї та завжди посилатись на конкретні та достовірні інформаційні джерела.

REFERENCES

1. Амірханов Е. Д. Аналіз технологій передачі даних, що використовуються в Інтернеті [Електронний ресурс] / Е. Д. Амірханов, В. І. Кравченко // Журнал «Науковий огляд». 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://oaji.net/articles/2016/797-1464464795.pdf>
2. Барикади, Грушевського, тіла загиблих. Hromadske.doc [Електронний ресурс] // Громадське телебачення. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=v5fvza5w5iU>
3. Бої за Металіст [Електронний ресурс] // Громадське телебачення. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=G58fQ-ZAwUsM>
4. Відео з місця вибуху автомобіля Т.Махаурі [Електронний ресурс] // Телеканал «112 Україна». – Режим доступу до ресурсу: <https://112.ua/video/video-s-mestavzryva-avtomobilya-v-kieve-247552.html>
5. Громадське ONLINE. Євромайдан 22 листопада. Перший ефір Громадського Телебачення [Електронний ресурс] // Громадське телебачення. – Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=EH-n3Ayuqtk&index=5&list=PLPnX89fQLdskBblrRQbEqCjUXEZ_TqrL8
6. Громадське ТБ: «Все гірше, ніж ви думаєте, але надія є» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://stv.detector.media/reformuvannya/internet/gromadske_tb_vse_girshe_nizh_vi_dumaete_ale_nadiya_e/
7. Демченко С.В. Масова комунікація як чинник формування громадянського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне): монографія / С.В. Демченко. Дніпропетровськ: Вид-во Маковецький, 2009. 368 с.
8. Івся команда 112 [Електронний ресурс] // Телеканал «112 Україна». – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.112.ua/video/dokumentalniy-film-i-vsia-komanda-112-255038.html>
9. Класифікація надзвичайних ситуацій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://posibnyku.vntu.edu.ua/bjd/61.htm>
10. Луганськ в облозі [Електронний ресурс] // Громадське телебачення. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=uuVS4gkq5t>
11. Масштабний обвал сміття поховав під собою рятувальників [Електронний ресурс] // Громадське телебачення. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=iDd2emfZmr8>
12. На Грибовицькому сміттєзвалищі тривають пошуки рятувальників [Електронний ресурс] // Телеканал «112 Україна». – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.112.ua/video/na-hrybovytskomu-smittiezvalyshchi-vidnovylysia-poshuku-trokh-riatuvalnykiv-turovtsev-1980.html>
13. Падіння Боїнга 777. Хронологія подій [Електронний ресурс] // Телеканал «112 Україна». – Режим доступу до ресурсу: <https://112.ua/avarii-chp/krushenie-malaziyskogo-boinga-hronologiya-sobytyi-89710.html>
14. Пожежа на нафтобазі [Електронний ресурс] // Громадське телебачення. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=HmLk0Y-6sfY>
15. Трагедія на шахті «Степова» [Електронний ресурс] // NewsOne. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=JxJ7OIZuj>

LIVE STREAMING AS A NEW METHOD COVERAGE OF EMERGENCY RESPONSE

Roksolana Kikerchuk

Ivan Franko National University of Lviv,

Chupryny Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine

e-mail: r.kikerchuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0082-7118>

More and more media are turning to the concept of mobile journalism. Smartphones today are more powerful, their cameras are not inferior to many professional video cameras, and applications for removing, editing and transferring data allow journalists to produce professional materials in real time.

This has become a determining factor for media workers during the Revolution of Virtue, which is being taken by journalism in Ukraine. On the example of the Revolution it is possible to trace how the idea of the coverage of emergencies was born with the help of streaming broadcast. In conditions of armed confrontation between activists and security officials of Berkut, journalists were forced to work under cover, as being in the epicenter of those events marked «press» was life-threatening.

The semantic content of the stream material is determined by each television channel depending on its orientation and interests. The only thing is that streaming broadcasts are used during the coverage of extreme events, or those that have caused public resonance and should be reported already and now.

The topics that streamline TV channels are extraordinary and socially significant events. The focus of the strain-message is man-made disasters, emergencies of a socio-political nature and armed conflicts.

Key words: streaming broadcast, live broadcast, mobile journalism, emergency situations, Revolution of Dignity, catastrophe.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 44–51 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9983>

УДК 07:316.774:[94:355(470-651.1:477)“201”

РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ КОНФЛІКТ У ДЗЕРКАЛІ ЗМІ: ВІЙНА В ПАМ'ЯТІ ТА ВІЙНИ ПАМ'ЯТЕЙ

Анастасія Коник

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна

e-mail: konykan2011@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8035-0526>

Розглянуто роль журналістів у творенні текстуальної пам'яті про війну. Виокремлено нові «місця пам'яті» та їх символічний капітал, що задіюють ЗМІ. Охарактеризовано особливості медійної ідентифікації в координатах «свій-чужий-інший» в умовах російської агресії.

Ключові слова: тексти про війну, «місця пам'яті», політика пам'яті, історична пам'ять, ЗМІ, пропаганда.

Постановка проблеми. Розповідаючи про російсько-українську війну, мас-медіа узагальнюють складні явища і процеси, зводять їх опис до набору впізнаваних образів, символів, медійних кліше та мемів, з наперед визначеним стійким емоційним ефектом. У такий спосіб ЗМІ редукують багатовимірність і різноплановість конфлікту в колективній пам'яті до чорно-білого спектру. «Живу» пам'ять очевидців і учасників військових операцій медіа доносять до суспільства орієнтуючись у координатах «свій – чужий», що формує в суспільній свідомості вкрай поляризовану картину, а це в майбутньому може стати нездоланною перешкодою для налагодження діалогу і консенсусу в українському суспільстві після війни. Мета – з'ясувати специфіку конфлікту різних варіантів пам'яті про війну. Завдання – охарактеризувати медійні образи і символи російсько-української війни, їх об'єднавчий і конфліктний потенціал.

а. Війна мовою медіа

У військових ЗСУ, добровольців, волонтерів і цивільного населення в зоні проведення АТО/ООС розуміння, уявлення і пам'ять про війну, як в безпосередніх учасників, свідків і очевидців подій, ґрунтується на власному досвіді пережитого і побаченого. Ми сприймаємо і запам'ятовуємо війну опосередковано мовою засобів масової інформації. У пам'яті закарбовується те, що побачили на екрані телевізора, моніторі комп'ютера, прочитали на газетних шпальтах чи повідомленнях у соціальних мережах. Щоденні новини, зведені повідомлення зі штабу ООС, спецпроекти і авторські передачі присвячені темі війни, святкові концерти, церемонії вручення

© Коник А., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – проф. Житарюк М. Г.

нагород і відзнак, ритуали вшанування пам'яті полеглих тощо створюють той образ війни, який карбується в історичній пам'яті народу.

Німецький дослідник Я. Ассман «живу пам'ять», усну традицію, що виникає в контексті взаємодії між індивідами у повсякденному житті: спогади учасників подій, орієнтовані на нещодавнє минуле, назвав «комунікативною пам'яттю». Поряд з нею існує «культурна пам'ять» – найвагоміше з досвіду минулого, що виражене в своєрідних меморіальних знаках і передається з покоління в покоління у специфічних формах. Це – запас інформації, збережений для принагідного використання, символічна форма трансляції й актуалізації культурних смислів, що виходять за межі досвіду індивіда чи групи. «Культурна пам'ять» орієнтована на збереження міфічної історії у формі образів і традицій, виразниками котрих є меморіальні знаки, що кодуються і відтворюються в церемоніях, святах, ритуалах [1, с.50]. Найчастіше культурна пам'ять формалізується у текстах, яким належить роль «місць пам'яті» (П.Нора) [2, с.26]. Текстуальну форму пам'яті, що живе у публічному дискурсі й належить громадянському суспільству російський дослідник А. Еткінд називає «м'якою». Її доповнює «тверда пам'ять» – втілена у матеріальному субстраті, насамперед пам'ятниках, вона існує під постійним контролем держави [3].

У реаліях збройного протистояння російському агресору, українські ЗМІ, ретранслюючи комунікативну пам'ять учасників і очевидців війни, створюють культурну пам'ять суспільства про російсько-українську війну, її текстуальну історіографічну, літературну та графічну традицію.

Журналісти, репортери, військові кореспонденти, спецкори і фотокори стали авторами одних із перших книг про війну на сході України, творцями текстуальної форми історичної пам'яті суспільства. Вони описували власний досвід і досвід героїв їхніх матеріалів, записували інтерв'ю з військовими і цивільним населенням, таким чином вмонтовували індивідуальне сприйняття війни у колективне розуміння того, що відбувається. Для прикладу наведу лише кілька різних за жанрами книг: репортажі й інтерв'ю з лінії фронту журналістів «5 каналу» лягли в основу книги *«Неоголошена війна. Невідомі факти і хроніки АТО»* (КСД, 2015); збірка розповідей, що не потрапили до ефіру, військових спецкореспондентів зі зони АТО вийшли окремою книгою Ольги Кашпор *«Війна очима ТСН. 28 історій по той бік камери»* (Основи, 2015); *«АД 242. Історія мужності, братерства та самопожертви»* (укладач Ірина Штогрін. Х.: КСД, 2016) авторський колектив журналістів «Радіо Свободи» зібрав у книгу понад 60 інтерв'ю з оборонцями донецького аеропорту, інтерв'ю головнокомандувача ЗСУ В.Муженка, аналітичні коментарі військових експертів, представників генштабу ЗСУ; *«Я – свідок. Записки з окупованого Луганська»* журналіста Валентина Торби (ТОВ «Українська прес-група», 2015) увійшли до публіцистичної трилогії бібліотеки газети «День»; книга військового кореспондента Інни Золотухіною *«Війна з перших днів»* (Фоліо, 2015) представляє особистий погляд автора і героїв її розповідей на військові дії на Донбасі; *«Війна на три букви»* (Фоліо, 2015) складається з опублікованих репортажів та інтерв'ю Катерини Сергацкової й Артема Чапая; фронтовий щоденник київської журналістки Валерії Бурлакової *«Життя P.S.»* (К.: Темпора, 2016) стала розповіддю-сповіддю про знайдене і втрачене кохання, реалії життя на фронті, інтимні думки і переживання авторки, яка пішла на фронт добровольцем; романи кореспондента і фотокора Los Angeles Times у Москві Сергія Лойка *«Аеропорт»* («Брайт Стар Паблішинг», 2015) про останніх 5 днів

оборони ДАП і «Рейс» («Брайт Стар Паблішинг», 2017) сюжетна лінія розвивається довкола збитого малазійського Боїнга МН17 і т.д.

Окрім журналістських матеріалів про війну на Донбасі, є чималий текстуальний масив створений учасниками бойових дій, волонтерами, тимчасово переміщеними особами. Тексти різні за жанрами і стилями викладу матеріалу: документалістика з дотриманням чіткої хронології подій і фіксації фактів, фронтові щоденники з відступами на розлогі роздуми автора, армійський гумор, художня проза і поезія, сповнена патріотичного пафосу.

Про війну на Донбасі журналісти створили десятки документальних фільмів. Для прикладу, «Перший національний» у 2015 р. підготував документальний цикл із 10 фільмів – «Неоголошена війна. Записки документаліста»; «Я – війна» – документальну стрічку про артилеристів у зоні АТО; «Аеропорт. Той день» – про героїчну оборону донецького аеропорту; Мустафа Найем, Богдан Кутепов – режисери 40 хвилинної документальної стрічки «Контакт» про визволення полонених українських бійців; документальний фільм про військових льотчиків, які в 2014-му році брали участь у бойових діях в зоні АТО – «Льотчики. Повернення» виробництва телеканалу «2+2» тощо.

Війна не закінчилась, часової дистанції наразі нема, але впродовж п'яти років, що триває військове протистояння з російським агресором, твориться текстуальна пам'ять, що формує символічний капітал, зі своїми сенсами і орієнтирами, який фіксує знакові події цієї війни, успіхи і перемоги, катастрофічні поразки, образи нових героїв, що увійшли до пантеону слави, лиходії тощо, а також описує досвід дискомфорту на рівні емоцій – страх, біль, ненависть, любов, моральний конфлікт і на екзистенційному рівні – непоправність втрати, абсолютної відсутності чи віднайдення сенсу життя.

Трансльовані засобами масової інформації нові образи, символи, концепти, незважаючи на їхній маніпулятивний потенціал, стають необхідною умовою для формування цілісної картини світу у період суспільно-політичних потрясінь. Вони перетворюються на своєрідні точки зіткнення, в яких формується пам'ять суспільства. Тобто, йдеться про вище згадані «місця пам'яті». Головна функція цих «місць» – збереження групової пам'яті, ними можуть бути люди, події, споруди, традиції, ландшафтні одиниці, що оточені символічною аурою [2]. Визначальним чинником формування групової ідентичності, за П.Нора, є створення і усвідомлення індивідами «місць пам'яті». Відтак, вивчаючи зміну цих місць, можна зрозуміти зміну історичної свідомості та колективної ідентичності певної соціальної групи.

6. Війна в пам'яті

Місць пам'яті російсько-української війни, що стали регуляторами соціальної поведінки, символічним капіталом і ефективним способом ідентифікації в координатах «свій – чужий» є чимало. Вони стануть джерелом наукового, мистецького, художньо-естетичного осмислення, міфотворення, і її реінтерпретації в майбутньому. Нижче наведемо і охарактеризуємо приклад того, як різні події, що тривають певний проміжок часу і мають множинність героїв стають одним символом *колективного, жіночого, трагічного і героїчного*, що вже увійшли в пам'ять суспільства у період потрясінь.

Опір агресору як акт колективного чину. Від перших днів військового протистояння українські ЗМІ з одного боку відображають, з іншого – підживлюють і формують потужний мобілізаційний ресурс суспільства. У медійному дзеркалі війни

ЗСУ і добровольчих підрозділів на Сході України стоять на захисті держави, подвигом хоробрості та самопожертви вписують свої імена в пантеон героїв і крок за кроком відвойовують рідну землю в окупантів. Картину опору ворогу доповнюють матеріали про волонтерів різних за віком, професією, соціальним станом, але єдиних у прагненні допомогти армії і працювати до перемоги. Народне тилове забезпечення армії її годує, одягає й озброює в режимі прямого ефіру /он-лайн. Допомога армії стає соціальним поведінковим регулятивом, домінантою якого є ідея захисту захисників. Таким чином, мобілізаційний, спонукальний ресурс історичної пам'яті став базовим потенціалом до самоорганізації, концентрації інтелектуальних, моральних, фізичних, матеріальних потуг суспільства як в середині країни, так і далеко за її межами (українська діаспора по всьому світу) під час екзистенційної небезпеки для існування Держави. «Всі думали, що Україна на колінах, а виявилось, що вона лише зав'язувала берці» – стало метафорою українського суспільства, яке вірить у свою перемогу, мобілізованого, вмотивованого, ідейно й духовно готового до боротьби з російським окупантом. Результат – нова українська армія, що позиціонується як нащадок козаків – Січових Стрільців – воїнів армії УПА (назви бойових підрозділів, марш армії, офіційне вітання і т.д).

З міфологізацією образу «України-воїна» також тісно пов'язана тема жінки на війні. ЗМІ створюють привабливе медійне жіноче обличчя воїна – «Дівчата зрізають коси». Активна участь жінок в зоні АТО/ООС спростовує стереотипне уявлення про те, що війна – це винятково чоловіча справа. Образ заплаканої матері та дружини, що чекають на солдата в тилу поступився образу жінки-бійця, з військовою «нежіночою» спеціальністю: артилеристки, гранатометниці, штурмовички, розвідниці, кулеметниці, мінометниці, снайперки тощо¹. В Україні сформувався помітний жіночий ветеранський рух. Жінки оголосили війну бюрократії і вибороли своє право на участь у війні. Суспільний інтерес до цієї теми, активна боротьба за право жінки служити Державі у лавах армії посприяли тому, що Міністерство оборони значно розширило перелік посад для жінок солдатського, сержантського і старшинського складу. На військовому параді до Дня Незалежності 2018 року уже крокувала окрема жіноча коробка.

Соняхи Іловайська – історія однієї з найтрагічніших сторінок російського-української війни – Іловайського котла². Зів'ялі соняхи стали метафорою спільної скорботи, загальнонаціональним болем за загиблими героями-захисниками, пам'ять яких Україна вшановує щороку – 29 серпня. ЗМІ відображають спільне переживання трауру на основі живої пам'яті про катастрофу тих, кому пощастило вижити в Іловайському котлі. З кожним роком жива пам'ять поступово стає офіційною, оскільки формується певний ритуал вшанування загиблих, якого дотримуються під час комеморативних заходів у різних містах України. Виробляється відповідний стандарт

¹ За даними Генштабу: в Україні 7 тисяч жінок мають статус учасника бойових дій, 116 нагороджені державними нагородами, 4 з них – посмертно.

² Наприкінці вересня 2014 року з оточення в м. Іловайськ Донецької обл. виходили 26 українських підрозділів. Збройні сили РФ, порушивши домовленості, впритул з важкої артилерії розстріляли українські військові колони, що рухалися так званим зеленим коридором. Унаслідок чого українська сторона зазнала серйозних втрат живої сили, військової техніки та зброї. За офіційними даними тоді загинуло 366 українських військових, 429 – поранено, близько 300 – потрапили в полон, приблизно 20 вважаються зниклими без вісті.

офіційної церемонії, це: дзвін пам'яті; хвилина мовчання; виконання пісні «Пливе кача по тисині» (стала символічним гімном жалоби і прощання з полеглими з часу розстрілу Небесної сотні на Майдані під час Революції Гідності); коридор зі соняхів з траурними стрічками і позначеними на них населеними пунктами, символізує так званий зелений коридор, який став дорогою смерті. Метафорика соняхів Іловайську має потужний медійний потенціал: квіти соняхів як жертви війни, які полягли в полі разом з українськими військовими – символізують врожай, який збирала війна і сонях як символ відродження рослини задивленої в небо, що завжди тягнеться до сонця, і проростає на полі зі свого насіння.

Спільне переживання трагедії структурує «живу пам'ять», оскільки з рівня усної традиції вона переходить на рівень інституалізації, яка в майбутньому може стати офіційною політикою пам'яті. Так, в березні 2016 року розпочав роботу, започаткований волонтерами й активістами, громадський проект «Блокпост пам'яті» – пересувна виставка речей, знайдених командою місії «Евакуація-200»³, поряд з тілами загиблих українських військових в м. Іловайськ та його околицях. Учасники пошукової місії також ініціювали проект «Стіна пам'яті». На стіні чоловічого монастиря Свято-Михайлівського Золотоверхого собору розміщені світлини і короткі дані про військових, які загинули на Сході України 2016 – поч. 2018 рр. Ще одним громадським проектом заснованим у липні 2014 р. і реалізованим за підтримки Національного Військово-Історичного Музею України став Інтернет-ресурс «Книга пам'яті полеглих за Україну» (memoxybook.org.ua). До «Книги пам'яті» станом на 6 грудня 2018 внесено 4030 загиблих.

Кіборги. Після трагедії Іловайська, що змінила хід АТО з наступального на оборонний, 242-денна оборона Донецького аеропорту відновила бойовий дух армії і суспільства. Оборонці ДАПу, стали в медійному просторі метафорою творення нового мілітарного міфу, «кіборги» увійшли до пантеону національної слави в глорифікованому образі мужності, що символізував незламність і непереможність – «Вони вистояли, не вистояв бетон». Приклад стійкості і самопожертви кіборгів має великий потенціал романтизації і художнього осмислення⁴. 16 січня, у Всеукраїнський день пам'яті героїв-«кіборгів», полеглих при обороні Донецького летовища вшановують концертами-реквіями військових оркестрів, що символічно проводять в усіх діючих аеропортах України. Дні вшанування пам'яті полеглих, які широко висвітлюються у ЗМІ, зазвичай, супроводжуються церемоніями відкриття меморіальних дощок і пам'ятних знаків, перенайменування чи присвоєння імені героя вулиці/закладу поступово входять до календаря офіційних свят, пам'ятних дат. Вони відіграють дуже важливу об'єднавчу роль, де індивідуальний біль втрати родичів виходить на рівень соціальної групи, що має дидактичний характер «уроку історії» і слугує в пам'яті певним запобіжником того, щоб трагедія не повторилась в майбутньому.

³ У 2014 році Міністерство оборони України створило команду пошуковців для місії «Евакуація-200», що займалась розшуком, ідентифікацією і поверненням родинам тіл загиблих українських воїнів з тимчасово окупованих територій і сірої зони. До команди увійшли спеціалісти з досвідом роботи аналогічної місії «Чорний тюльпан» часів війни в Афганістані й ентузіасти-науковці, що займались пошуками останків військових часів II світової війни.

⁴ Український повнометражний художній фільм режисера А. Сеїтаблаєва за сценарієм Н. Ворожит – «Кіборги. Герої не вмирають» (прем'єра картини відбулась 6 грудня 2017 року у День Збройних сил України); художній роман С. Лойка «Аеропорт» («Брайт Стар Паблішинг», 2015).

в. Війни пам'ятей

Процес державотворення, що розпочався з проголошенням Незалежності від самого початку утруднювався несприйняттям певною частиною суспільства ідеї Української Держави. Ідеалізація і ностальгія за радянським минулим в одних, різко контрастувала з прагненням якнайшвидше подолати радянський спадок – в інших. Потуги пропагандивно-психологічного й інформаційного впливу РФ перманентно спрямовані на увиразнення дуальності ідентичностей українського суспільства. Відтак, уявна «лінія фронту» у суспільній свідомості пролягла між українським світом і «руським міром», і складність в тому, що вона не збігається з лінією розмежування в театрі бойових дій на Сході України.

Війна порушила дуальність ідентичності, стала ідентифікатором в координатах «свій – чужий – інший». «Свої» – ті, що мобілізувались і згуртувались у спільній боротьбі проти ворога, «чужі» – ті, що на світоглядному рівні солідаризуються з ворогом, частина фізично перейшла на бік агресора і воює проти України зі зброєю в руках, «інші» – ті, що неспроможні зробити вибір і стати собою, пасивно спостерігають за тим, що відбувається в країні. У кожній групі на підставі власних ціннісних і світоглядних орієнтирів формується окреме розуміння ситуації, а відтак і пам'яті про війну, яка стає «контрапам'яттю» (М. Фуко) по відношенні одна до одної.

Доки триває військове протистояння, примирити полярні світи неможливо, однак в перспективі – відновлення консенсусу в українському суспільстві стане пріоритетом. І якщо закінчення війни матиме конкретну календарну дату, то війна пам'ятей триватиме не одне покоління. Готовність соціальних групи з масивом протилежних за змістом спогадів створити консенсусний образ минулого залежатиме від і відкритості до діалогу їхніх еліт і авторитетів.

Природа історичної пам'яті є вибірковою і фрагментарною, тому ЗМІ фіксують поліфонію її голосів. Колаж в пам'яті, що формується з безлічі різних джерел, змінюється в процесі комунікації. ЗМІ тиражують інваріантність спогадів і їх трактувань, що дає підстави говорити про маніпулятивну роль ЗМІ у процесі селекції того, що важливо запам'ятати чи забути.

Однак, історична пам'ять надзвичайно складно піддається тотальному форматуванню. Інкрустувати в неї штучно створений історичний досвід неможливо, простір для соціальної інженерії дуже обмежений. Тому незважаючи на максимальні зусилля пропагандистської машини РФ, ніякої нової ідентичності «новороса» чи «денеєрівсько-еленєрівської» ідентичності не вдалось створити. ЗМІ складно вмонтувати в пам'ять те, чого не було. Так, вигадана ворожою російською пропагандою фейкова історія про «розп'ятого хлопчика в трусиках», запам'яталась саме як медіа-мем, а не трагедія.

В українському медіапросторі виразно прочитується глорифікований образ «своїх», які протистоять злу, що персоналізується в особі президента РФ Путіна, а на позначення ворога тиражуються кліше – «зелені чоловічки», «іхтамнети», «кримнашисти», «колоради», «сепари», «мишебраття», «ватники», тощо. Гумор допомагає опанувати страх, але в українському медійному просторі увиразнилась тенденція до підміни аналізу примітивним висміюванням. Популярні розважальні шоу, програми на кшталт «Весті Кремля», «Вата News», «Хунта News» і под., які нібито розвінчують у сатирично-гумористичному жанрі концепти ворожої російської пропаганди, насправді їх тиражують і популяризують. Зображаючи ворога як збіговисько алко- і

наркозалежних рецидивістів, вони свідомо применшують його силу. Карикатурне зображення ворога, недооцінка його сили небезпечна тим, що це полегшує пропаганді противника закріпити в суспільній свідомості думку, що війну припинити легко, якщо є політична воля, і збройне протистояння досі триває як вигідний для української влади бізнес-проект.

Медійне уособлення причин війни з фігурою Путіна також зміщує акценти, бо анексію Криму часто-густо трактують як примху однієї людини, замість розуміння того, що політика Кремля відповідає запиту російського суспільства. У російській свідомості будь-яка загарбницька війна, що призводить до збільшення території, вважається справедливою, тому її виправдовує навіть та частина російського соціуму, яка перебуває в опозиції до офіційної політики Кремля.

Захисним бар'єром проти російської пропаганди може бути лише правда про війну без прикрас і надмірного пафосу, яку ми розповідаємо про себе, для себе і своїх нащадків, а багатоголосся стає запорукою правдивості розповіді. Відповідно, з історією військових успіхів журналісти підіймають дразливі теми злочинів (некомпетентність керівництва штабів, дезертирство, мародерство); мотивація тих, хто добровільно поїхав на фронт (добровольці, волонтери) дисонує мотивації тих, хто втік від війни (тимчасово переміщені особи); зворотнім боком героїчної боротьби є людські трагедії і поламани долі (родини загиблих, покалічені, полонені) тощо.

ЗМІ у пошуках сенсаційної, яскравої, емоційно виразної історії схильні до її надмірної драматизації і міфологізації. Проте, зловживання апеляцією до найвищих патріотичних почуттів аудиторії, тримання її в безперервній емоційній напрузі призводить до інфляції героїв і трагедії людської втрати. Нагнітання теми завданої кривди з вини іншої групи призведе до максимального напруження і поляризації суспільства. Відтак, відповідальність ЗМІ у тому, щоб, описуючи пам'ять про війну різних суспільних груп, діалог не перетворився на пошук ворогів серед «своїх» і наліплювання ярлика «зрадника» на «інших».

Збільшення кількості інформаційних потоків зі свідченнями про війну, без якісного аналізу їх змісту і верифікації, розмивають загальну картину. З колажу індивідуальних спогадів важко сформувані розуміння глобальних процесів, змін і стратегії майбутнього розвитку. Для цього вкрай важливим є історико-філософське і художньо-мистецьке осмислення російсько-українського збройного конфлікту, вироблення моральних імперативів, на основі яких відбуватиметься пошук консенсусу в українському суспільстві після війни і налагодження діалогу між державами.

REFERENCES

1. Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман. М.: Языки славянской культуры, 2004. 368 с.
2. Нора П. Проблематика мест памяти / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок // Франция-память. С.-Пб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1999. С. 17–50.
3. Эткинд А. Столетняя революция: юбилей начала и начало конца [Электронный ресурс] / А. Эткинд // Отечественные записки. 2004. № 5. – Режим доступа: http://magazines.russ.ru/oz/2004/5/2004_5_3.html

RUSSIAN-UKRAINIAN CONFLICT IN THE MIRROR OF THE MEDIA: A WAR IN MEMORY AND A WAR OF MEMORIES

Anastasiia Konyk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Str. 1, 79000, Lviv, Ukraine
e-mail: konykan2011@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8035-0526>*

The paper considers the role of journalists in shaping textual memory about the Russian-Ukrainian war. Reporters and war correspondents were the authors of the first books and films about the Russian-Ukrainian armed conflict. These texts are creating new images of war, «places of memory» in the minds of society.

The article singles out four subjects: collective exploits, women at war, the 'Ilovaik cauldron' and 'cyborg-heroes' as examples which illustrate how symbols associated with the Russian-Ukrainian war are created, interpreted and disseminated.

Also highlighted are the means of declaration of identification within the framework of «ours-alien-another» and problems which may arise in the future because of the differing versions of the memory of the war.

The war has been the catalyst for self-determination, the mobilization of resources and the consolidation of those who are unified against their common enemy. The memory of the war, in certain social groups, will remain lucid. This characteristic may in the future become critical and lead to situations of conflict. The Media have an important role in the search for a social consensus and in establishing dialogue between publicists and broadcasters of differing points of view.

Nonconflicting memories and experiences of participants, primary observers and witnesses of war, i.e. those who are bearers of a «living» memory, are resistant to the constructs of hostile propaganda thus providing an effective protective barrier against adversary disinformation. But, increasing the amount of information flow with individual testimonies about the war, blur the big picture. It comes to resemble a collage, and without clear, analytical dissemination of individual memories it is difficult to create an understanding of the processes of global change and a strategy for future development.

Key words: texts about the war, «places of memory», the politics of memory, historical memory, mass-media, propaganda.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 52–59 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9984>

УДК 316.77:07:32.019.51]-049.2(470:477)“20”

ГІБРИДНІ ВІЙНИ ХХІ СТОЛІТТЯ: НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ МЕДІАПРОСТОРУ

Оксана Левантович

*Український Католицький Університет,
вул. І. Свенціцького, 17, 79000, Львів, Україна
e-mail: oksana.levantovych@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4263-8542>*

У статті розкрито явище гібридної війни, в якій в умовах ХХІ ст. успішно використовують нові інформаційно-маніпулятивні засоби, зокрема, пропаганду через ЗМІ, з метою дискредитувати суперника. Як наслідок, головне протистояння відбувається не на фізичному полі бою, а в головах людей.

Ключові слова: інформаційне суспільство, пропаганда, маніпуляція свідомістю, російсько-українська війна.

Сьогодні ледь не з кожного ЗМІ, соціальних мереж чи будь-якого іншого майданчика лунає твердження, мовляв, ми живемо у світі пост-правди, де межі між правдою та вигадкою розмиті і це створює відверту загрозу для людства у ХХІ ст. Втім у свої найновішій праці «21 урок для 21 століття» Ювал Ной Харарі слушно зауважив, що «насправді люди завжди жили в епоху пост-правди. Homo sapiens – це вид пост-правди, чия сила залежить від створення вигадок і вірування в них. Від Кам'яної доби самопідтримувані міфи слугували для об'єднання людських колективів» [1, с. 290]. Тобто схильність людей використовувати неправдиву інформацію в своїх цілях є чимось абсолютно природним для людини, яка живе у спільноті з іншими людьми, і не дивно, що цей принцип у майбутньому поширюється на стосунки між країнами.

Те, з цим зіштовхується світ сьогодні, – це, радше, абсолютно новий рівень маніпулятивних технологій для пропагування вигідної інформації, стереотипів чи міфів, які стають елементом гібридного протистояння в умовах війни, яке, між іншим не обмежується інформаційними впливами: «Сьогоднішня гібридна війна розгорнута на всіх можливих напрямках, це не лише інформаційна війна. Це однозначно війна економічна, репутаційна, смислова, людська... На неї повинні працювати всі, хто має вплив на населення: актори, співаки, письменники, режисери. Воєнні дії створюють лише фон для більш масштабної війни в людському розумінні» [1, с. 264].

Сьогодні перед нами протистояння, для яких перемога на полі бою є лише однією з бажаних, але точно не найголовніших перемог. Внаслідок стрімкої еволюції

воєн, одні механізми впливу змінюють інші, і час, за який відбуваються ці зміни, стає щораз коротшим. Війни, які колись були відкритим та теоретично зрозумілим явищем, сьогодні перетворилися на незрозумілі офіційно неоголошені дії – «війни-мутанти», «гібридні війни», які важко окреслити певними рамками. У широкому значенні «гібридна війна» – це прагнення однієї держави нав'язати іншій свою політичну волю через комплекс заходів політичного, економічного, інформаційного характеру і без оголошення війни, відповідно до норм міжнародного права» [3].

Зрозуміло, що «гібридна війна» – це не винахід сьогодення. Адже схожі комбінації інформаційної, психологічної, економічної та військової боротьби використовувалися і раніше. Але в сучасних конфліктах набагато більша кількість факторів, від яких залежить успіх, в рази сильніша і пропаганда через ЗМІ. «Гібридну війну досить часто тлумачать не як щось нове, оскільки більшість її складових траплялися й раніше. Новим стало об'єднання цих складових у єдине ціле, а також додаткова особлива роль інформаційного компоненту, який на різних рівнях забезпечує функціонування і створює умови для того, щоб справедливість війни визнало власне населення, без чого не буває сучасних воєн» [4]. Так би мовити «справедливість» стає ключовим фактором, адже так чи інакше перемогу здобувають ті, що які виглядають справедливими у очах своїх. Прикладів в історії безліч, один із яскравих – війна в Іраку/Афганістані. Коли вона стала аж надто затяжною, влада вирішила проводити різноманітні конференції на цю тему, метою яких було пояснити населенню, що правда на їх стороні. Зрозуміло, що тільки справедливу, благородну війну може підтримати більшість. Подібно і з квазіреферендумом у Криму, його метою було отримання схвалення від суспільства встановлення російської влади на півострові [2, с. 125].

Сучасні «гібридні війни» із тривимірного простору (суходіл, море, повітря) поступово перейшли у четвертий вимір – психіку воюючих сторін. Більше того, вони, як правило, починаються зненацька. Тому військовим вкрай важко вчитися протистояти неочікуваними загрозами, адже час працює проти тих, хто орієнтується на старі моделі війни. Базові знання класичних воєн потрібні, але сьогодні одні вони не допоможуть дати гідну інформаційну відсіч, адже її доведеться вводити на різних рівнях.

Так чи інакше світова карта сьогодення переповнена гібридними протистояннями, мова і про невеликі конфлікти, і про масштабні війни, з'являється потреба розробляти асиметричну, гібридну відповідь. Система безпеки, яку розробило міжнародне право після 1945 року, сьогодні не може відповісти на загрозу нового виклику, а провідні світові організації, як, скажімо, ООН, будують свою роботу, керуючись доктринами, прийнятими після Другої світової війни. Відповідно, сучасні типи конфліктів потребують зовсім іншого правового трактування. Звісно, це зробити не так вже й легко, адже важко визначити місце «гібридної війни» у міжнародному праві, оскільки досі немає чітких рамок, які окреслювали б поняття «гібридної війни».

Френк Г. Хоффман, колишній офіцер морської піхоти, науковий співробітник міністерства оборони США, наголошував, що у майбутньому «конфлікти будуть мультимодальними (тобто такими, що ведуться різними способами) та багатоваріантними, що не входять в межі простої конструкції ведення збройного конфлікту чи війни. А майбутні загрози можуть більшою мірою бути охарактеризованими як гібридне співвідношення традиційних та нерегулярних стратегій і тактик, це децен-

тралізоване планування та виконання, участь недержавних акторів з використанням одночасно простих та складних технологій» [5].

Тобто «гібридна війна», яка до певної міри є логічним наслідком глобалізації, включає у себе низку складних операцій, що розмивають традиційні уявлення про війну. На думку колишнього секретаря РНБО Володимира Горбуліна, «поєднання традиційних і гібридних методів уже тепер є характерною рисою будь-якого збройного конфлікту. При цьому, якщо другі можна використовувати і без відкритого застосування військової сили, то класичні бойові дії без гібридних – уже ні» [6].

Ще Сунь Цзи зауважував: «як вода не має постійної форми, так вода не має постійних умов» [3, с. 14]. Війна у багатьох моментах стає метафізичною, ніби скрізь, але водночас ніде, вона дуже непередбачувана і непостійна, тоді як людство звикло функціонувати за певними шаблонами. В умовах нового протистояння жодних шаблонів не існує, адже гібридна агресія вимагає і гібридної оборони, а не застосування класичних відповідей на сучасні запитання. Слід перестати вважати, що війна – це коли воюють, а мир – коли не воюють, адже можна перебувати в стані війни без воєнних дій. Річ у тім, що сучасна форма війни – це змова, заколот, синтез різних методів: звичних і незвичних, відвертих і прихованих, регулярних і нерегулярних, які повинні ефективно впливати на маси.

Успіх у «гібридній війні» буде на боці того, хто вміє працювати з масовою свідомістю. Сторона, що атакує, повинна доводити справедливість своїх дій і власному народові, і народу, на який націлена атака. А для атакованої сторони доволі важко давати відповідь такій неоголошеній війні, тому передовсім потрібно будувати міцну та новітню пропагандистську підтримку. «По-перше, є потреба постійних інтерпретацій і реінтерпретацій, оскільки під час «гібридної війни» відбувається доволі швидка зміна подій. По-друге, реальні події відрізняються від пропагандистських картинок, котрі потребують постійного посилення пропагандистського супроводу. По-третє, в «гібридній війні» багато чого потрібно приховати, підсилити, наприклад, є чіткий поділ на свій/чужий» [7].

Довго втримувати інтенсивність гібридного протистояння важко, і рано чи пізно воно переростає у перманентний стан. Це вигідно для посттоталітарних країн, зокрема, для Росії, яка веде неоголошену «гібридну війну» проти України. Річ у тім, що при авторитарних режимах безперервна мобілізація населення працює на користь влади, а не надто інтенсивні воєнні дії знесилюють, руйнують країну, проти якої ведеться «гібридна війна» зсередини.

Отже, яскравим прикладом сучасної «гібридної війни» є російсько-українська війна на Сході України, що розпочалася у 2014 році і триває досі, перерісши у перманентний стан. Спершу події на Євромайдані, початок Революції Гідності, далі – анексія Криму і розвиток воєнних дій на Донбасі і створення лжеутворень так званих «ДНР» та «ЛНР». Мета Росії очевидна: підірвати структуру управління України, інфраструктуру, посіяти хаос та дестабілізацію. Але все розпочалось не з класичного плану прямих воєнних дій, а з інформаційного протистояння, пропаганди через ЗМІ. У випадку з Кримом та Донбасом, на думку британських експертів, спершу відбулись такі інформаційні втручання з боку Росії: «створення у «російських співвітчизників» т. зв. м'якої лояльності до Росії через акцентування культурних, мовних та ідеологічних зв'язків та поширення страху, що їхні уряди почнуть працювати проти них?» [4].

Для характеристики та сучасного протистояння на Сході України, окрім «гібридної війни», використовують також інші поняття, такі як «неконвенційна війна», «нерегулярна війна», «змішана війна». Яким би не було означення, у всіх випадках воно вказує на певну розмитість, нечіткість військового конфлікту та залучення до нього невійськових засобів.

Сучасні технології перебувають на такому високому рівні, що це дає змогу уникати гострої фази. На думку українського політолога Костя Бондаренка, російсько-українська війна на 80% складається з інформаційних і економічних дій і лише 20% – з бойових, яких може взагалі і не бути. «Україна, насправді, не є учасником війни. Вона є полем битви, на жаль, а українці є таким собі «гарматним м'ясом» у цій «гібридній війні». Війна ведеться між великими гравцями, геополітичними гравцями – між Заходом і Росією. Що стосується України – вона, як і Сирія та інші арабські держави, є полігоном. На жаль, українці цього не розуміють» [8].

Україна вперше зіштовхнулася з війною, яку дуже важко розпізнати, через специфіку ведення. А воювати з «невійною» насправді нелегко, тим паче що на початковому етапі не було воєнних дій, а те, що відбувалося довкола, можна охарактеризувати як маніпулювання чинниками довіри та недовіри. Постає питання у відсутності реального захисту інформаційного (новини) та віртуального (література, культура, ідеологія) просторів країни. Г. Почепцов наголошує, що «за роки незалежності власного конкурентного продукту так і не було створено, адже використання чужого продукту – значно полегшений і дешевший спосіб їх заповнення. Кошти потрібно вкладати не лише в прямі воєнні завдання, але й у ті, що опосередковано впливають на них» [9, с. 464].

Відтак, в умовах гібридної російсько-української війни формується новітня російська пропаганда, інструментом якої стають ЗМІ. Отож, медіа і пропаганда стають тотожними. Попри те, що військовий складник об'єктивно залишається головним, важливість інформації невпинно зростає. Про масштаби інформаційної війни Росії проти України влучно сказав головнокомандувач об'єднаних Збройних сил НАТО в Європі Ф. Брідлав: «Це найбільш дивовижний інформаційний бліцкриг, який ми коли-небудь бачили в історії інформаційних воєн». [10]. Таке порівняння справді влучне, адже російські медіа розгорнули свою пропагандистську діяльність одразу на декількох фронтах: серед населення у зоні конфлікту на Сході, серед населення країни, не охопленої конфліктом, але проти якої здійснюється агресія, серед громадян країни агресора, а також серед міжнародного співтовариства.

У випадку російсько-української війни маємо розуміти, що йдеться не лише про ворожу пропаганду, а про так звану «війну смислів» з метою створення образів, яких насправді не існує, наприклад, «фашисти в Києві», «звірства каральних батальйонів», «розіп'яті хлопчики»... У статті «Україна і початок нелінійної війни» Майкл Вайс і Пітер Померанцев наголошують: «У Росії та на сході України, де російське телебачення користується популярністю, кремлівським політтехнологам вдалося створити паралельну реальність, у якій «фашисти» захопили владу в Києві, етнічні росіяни в східній Україні перебувають у смертельній небезпеці, а ЦРУ веде війну з Москвою» [11].

Такі вигадки майстерно пропагували російські медіа, не відчувши достатнього спротиву з боку українських медіа, тим паче, перше, що зробили ополченці на Схо-

ді – це відключили українські телеканали і підключали російські з метою створення контрольованого інформаційного простору.

Далі розпочалось активне просування пропаганди, і для її результативності Росія використовує широкий спектр методів гібридної війни: «перекручування, пересмикування фактів та дискурсів; використання особи колишнього президента Віктора Януковича для тиску та потенційного піддання сумнівам легітимності нинішньої влади; викривлення фактів українсько-російської історії; створення видимості відсутності агресії; умисне створення зростання панічних настроїв, намагання створити проросійську коаліцію на Заході, лобювання проросійських інтересів; інформаційна кампанія спрямована на формування позитивного образу Росії в Європі» [12].

Один із фронтів інформаційної війни знаходиться, звісно ж, в самій Росії, більшість населення сліпо підтримує імперські амбіції Росії і вірить усього, що лунає з телеекранів. У певному сенсі справді можна сказати, що росіяни першими впали під тиском власного телебачення. Втім, не менш важливий для «гібридної війни» зовнішній фронт, на який поширює пропагандистські меседжі російська пропаганда. І тут мова не лише про Україну, стратегічним напрямком є Європа та світ: «масштаби діяльності «фондів», «культурних товариств», «аналітичних центрів» і просто «експертів» проросійської спрямованості в Європі, а також діяльність каналу «RT» справді значні. Однак навіть тут загальна концепція «гібридної війни» «по-російськи» дається взнаки: частину таких експертів просто вигадують, а від їхнього імені публікують потрібні коментарі та висновки» [10].

Але чому Росія вигадує експертів, пропагує очевидну неправду, невже вона не розуміє, що світ бачить цю відверту брехню? Річ у тім, що сьогодні вже не відбувається боротьба за правду, не важливо на чиєму вона боці, важливо лише – у чийх руках кермо. Мета Росії – показати, що правда не існує, що реальність є дуже гнучкою і абсурдною. Саме така ідея і лягає в основу новітньої пропаганди у контексті «гібридної війни» і чинить велику загрозу для Заходу.

Європейські медіа часто не розуміють, що іноді самі грають на користь Кремля, використовуючи неперевірені факти: «кореспонденти німецької газети «Der Tagesspiegel» писали про чеченських бойовиків у проросійських батальйонах в Україні, які «воюють на боці сепаратистів, за повідомленнями західних медіа, і на боці українських збройних сил, за заявами Москви». У статті повторювалися неперевірені заяви російських посадовців про зв'язок української міліції з чеченськими ватажками. У відповідь на цю статтю кореспондент журналу «Focus Magazine» Боріс Райтшустер саркастично заявив: «Немає нічого поганого в тому, щоб повторювати кремлівську пропаганду. Але слід зазначити, що це пропаганда» [11].

Такі помилки, яких припускаються західні журналісти, можуть стати фатальними і мова навіть не про перемогу чи поразку суто в інформаційній війні, а про геополітичну долю Європи. Доречними у цьому контексті будуть слова президента Литви Д. Грібаускайте, котра зауважила, що «Україна зараз бореться заради всього світу, заради всіх нас. Якщо терористичну державу, яка веде відкриту агресію проти свого сусіда, не зупинити, вона пошириться на Європу і далі» [10]. Це припущення не можна ігнорувати, адже «гібридна війна» – це метод агресивного вирішення Росією власних геополітичних цілей, які, звісно ж, не обмежуються Україною.

Існує хибна думка про те, що Росія за своїми методами пропаганди залишилась у далеких радянських часах. Історик Тімоті Снайдер спростовує таку тезу, на-

голошуючи, що «подобається нам чи ні, але вони (російська влада) найкращі пропагандисти у світі. Психологічні методи, які вони застосовують, впливають на розум. Вони точно у XXI столітті, радше вони змушують нас виглядати як із XIX століття» [13]. Тобто насправді російська пропаганда є постмодерною, байдужою до протиріч, і може дозволити собі відверту брехню, наприклад, назвати українців фашистами, тобто брати будь-яке явище з історії та інтерпретувати його по-своєму. Т. Снайдер зіставляє використання фактів історії Європою та Росією: «Наприклад, ми вивчаємо уроки Холокосту, намагаємось пересвідчитись, що таке більше не повториться. Це дуже повільний процес. Євразійці дивляться на історію як на контейнер цікавих речей, які ви можете вихоплювати як завгодно – і ми ніколи не передбачимо, що вони вихоплять наступним» [13].

Таке ситуативне трактування історії та створення на її основі «паралельної реальності» стають сьогодні ознаками новітньої «гібридної війни». Українській владі та суспільству залишається ледь не утопічний спосіб вирішення проблеми російської агресії та пропаганди: з одного боку, не піддаватися на нав'язування зовнішньої, деструктивної політики і при цьому вести активні воєнні та інформаційно-пропагандистські дії, котрі б виснажували противника, а з іншого боку, забезпечити домінування української влади в окупованих регіонах. Звісно, це доволі ідеалістичний сценарій, адже, де-факто, контролювати територію, охоплену противником, сьогодні здається нереальним. Втім вкрай важливо сьогодні – попри все боротися за чистий інформаційний простір і велика відповідальність, у цьому контексті, лежить саме на ЗМІ.

Висновки. Ми свідомі того, що у XXI столітті пропаганда знайшла універсальне втілення у системі нового типу протистояння – «гібридних воєн». Війна, яка може існувати без прямих воєнних дій, яка синтезує усі можливі класичні та новітні методи боротьби, яка, радше, обирає перманентний стан, аби якомога більше виснажити ворога і на тлі якої будується нова пропагандистська медіареальність, стає війною нового тисячоліття. Яскравим прикладом втілення пропаганди «гібридної війни» є інформаційне протистояння у сучасній російсько-українській війні. Завдання Росії у цій боротьбі – продемонструвати світові, що існує нова реальність, в якій правда – доволі відносне поняття.

REFERENCES

1. Харарі Ювал Ной. 21 урок для 21 століття. К. : BookChef, 2018. С. 290-264.
2. Почепцов Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. С. 125.
3. Магда Є. Гібридна війна: вижити і перемогти / Є. Магда. Х. : Віват. 304 с.
4. Почепцов Г. Г. З історії поняття гібридної війни в США і Росії [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов // Media Sapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/z_istorii_ponyattya_gibridnoi_viyni_v_ssha_i_rosii/
5. Власюк В. В., Карман Я. В. Деякі основи поняття «Гібридна війна» в міжнародному праві [Електронний ресурс] / В.В. Власюк, Я.В. Карман. – Режим доступу: <http://lclslaw.knu.ua/index.php/item/207-deyaki-osnovy-ponyattya->

6. Горбулін В. Гібридна війна: все тільки починається [Електронний ресурс] / В. Горбулін // Дзеркало тижня. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-vse-tilki-pochinayetsya-.html>
7. Почепцов Г. Г. Гібридна війна: інформаційна складова [Електронний ресурс] / Г.Г. Почепцов // Media Sapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/gibridna_viyna_informatsiyna_skladova/
8. Гібридна війна в Україні: думки експертів [Електронний ресурс] / Polonews. – Режим доступу: <http://polonews.in.ua/aktualnosci/polityka/gibridna-vijna-v-ukrajini-dumki-ekspertiv.html>
9. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Г. Почепцов. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 497 с. <https://www.questia.com/read/14143465/a-chronology-and-glossary-of-propaganda-in-the-united>
10. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу [Електронний ресурс] / В. Горбулін // Дзеркало тижня. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-yak-klyuchoviy-instrument-rosiyskoyi-geostrategiyi-revanshu-.html>
11. Вайс М., Померанцев П. Україна і початок «нелінійної» війни [Електронний ресурс] / М. Вайс, П. Померанцев // Критика. – Режим доступу: <http://krytyka.com/ua/articles/ukrayina-i-pochatok-neliniynoyi-viyny>
12. Магда С. Виклики гібридної війни: інформаційний вимір [Електронний ресурс] / С. Магда. – Режим доступу: [file:///C:/Users/home/Desktop/Nzizvru_2014_5_29%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/home/Desktop/Nzizvru_2014_5_29%20(1).pdf)
13. Тімоті Снайдер: Російській пропаганді байдуже до протиріч – історію ХХ століття вона презентує у постмодерний спосіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/timoti_snyder_rosiyskiy_propagandi_bayduzhe_do_protirich_istoriyu_khkh_stolittya_vona_prezentue_u_postmoderniy_sposib/

HYBRID WARFARE IN THE 21ST CENTURY: THE CHALLENGES IN THE AREA OF SOCIAL INFORMATION MEDIA

Oksana Levantovych

Ukrainian Catholic University,

I. Sviatsitskoho Street, 17, 79011, Lviv, Ukraine

e-mail: oksana.levantovych@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4263-8542>

The article dwells on the phenomenon of hybrid warfare in the 21st century, the one that utilizes all the information-manipulative means simultaneously. This primary feature makes it different from the wars of the past centuries. Consequently, one should understand that the contexts of hybrid confrontations pose a challenge for media space as well. This article aims to highlight some of them. First. People have always lived in a post-truth era. It is only a matter of technology that makes the difference nowadays. Thus the human tendency to exploit fake information is something absolutely natural for one living within a society. However, the 21st century provides an entirely new level of manipulative technologies.

Second. Hybrid wars are waged on all fronts. Today we face a confrontation in which victory on the battlefield is just one of the desired outcomes rather than the top priority. Hybrid warfare also implies economic, reputational, semantic, and human aspects... Anyone with the means of influencing the population ought to be engaged: actors, singers, writers, directors, etc. Nowadays, investments are made both in direct military tasks and those affecting them indirectly.

Third. A hybrid war declares itself above board, creating an image of a just war, the one acknowledged by the local population. This so-called «justice» serves as a key factor because, at the end of the day, those who look just in the eyes of their own people emerge victorious.

Fourth. Modern hybrid warfare has gradually outgrown its three dimensions (land, sea, air) and spread to the fourth one - the psyche of the belligerents. Due to the influx of propaganda, an average person is easily exposed to apt and usually untrue information. Nowadays, social networks have a particularly potent impact as it is easy to end up in an information bubble or in a vacuum, and thus to become even more susceptible to false messenger bots or corrupt media. Fifth. People ceased to struggle for the truth, regardless of the side it is on. The only thing that matters nowadays is whose hands are steering the wheel. Russia's goal in the modern Russian-Ukrainian war, so to speak, is to demonstrate that there is no truth as such, proving the reality utterly flexible and absurd. This very idea lays the basis for modern propaganda in the context of hybrid warfare.

Key words: information society, propaganda, manipulation of consciousness, Russian-Ukrainian war.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 60–66 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9985>

УДК 070.19

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В НОВИННОМУ ВІДЕОКОНТЕНТІ: МАРКЕРИ ТА МЕТОДИ РОЗПІЗНАВАННЯ

Аліна Лісневська

*Київський університет імені Бориса Грінченка,
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, 04053, Київ, Україна
e-mail: a.lisnevsk@kubg.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-8368-5062>*

У статті досліджено процеси протидії дезінформації в сучасному медіапросторі та особливості впливу новинного відеоконтенту. Дезінформація є складником інформаційно-психологічної агресії Російської Федерації проти України. Для ефективного маніпулювання громадською думкою дезінформація поширюється одночасно через різні ЗМІ, телебачення залишається популярним каналом отримання інформації в найемоційнішій аудіовізуальній формі. Шлях уникнути впливу на підсвідомість глядачів за допомогою специфічної мови екранного видовища – це жорстка позиція редакції телевізійної служби новин щодо дотримання журналістських стандартів.

Ключові слова: дезінформація, відеоконтент, новинний відеосюжет, медіапростір, аудіовізуальна комунікація, екранне видовище.

Сучасна людина кожного дня витримує потужний натиск інформаційних повідомлень, медіапростір, в якому вона перебуває кожної секунди, складається з величезної кількості каналів інформації. Перевага інформаційної складової над всіма іншими формами діяльності людини наразі є очевидним фактом. В такій ситуації все складніше відрізнити правдиву інформацію від дезінформації, особливо в медіа, які за своєю природою мають потужний вплив на свідомість мільйонів, а саме – в аудіовізуальних. З цієї об'єктивної причина, яка базується на суто психологічних особливостях сприйняття людиною аудіовізуального контенту, телебачення відіграє особливу роль у процесі розповсюдження дезінформації як складника інформаційно-психологічної агресії. *Метою нашої статті* є моніторинг та аналіз особливостей використання новинного відеоконтенту в розповсюдженні дезінформації під час гібридної війни.

З 2016 року 43 країни світу вже реалізували низку заходів для боротьби з дезінформацією. Видання «EUvsDisinfo» оприлюднило звіт NATO Strat Com COE, в якому мова йдеться про нові підходи до подолання дезінформації, тому що спроби маніпулювати громадською думкою стають потужною проблемою в усьому світі. До прикладу, Ірландія, Італія та Австралія серед країн, які вводять штрафи за продукування та поширення дезінформації, Хорватія нещодавно запровадила нову іні-

ціативу з медіаграмотності, Конгрес США розслідує російські втручання у вибори [1]. У Швеції та Фінляндії випускники шкіл під час державної підсумкової атестації обов'язково мають проаналізувати медіатекст та відрізнити факти від судження, визначити – чи є неупередженою ця інформація.

29 січня 2019 року в Брюсселі було представлено доповідь єврокомісара М. Габріель щодо імплементації Плану дій з дезінформацією та Кодексу поведінки з протидії дезінформації. «Цей Кодекс є добровільною платформою, він охоплює три головні напрямки – контроль за політичною рекламою, блокування ботів та ліквідацію рейкових акаунтів» [2]. Google, Facebook, Twitter, Mozilla та рекламні компанії [ухвалили Кодекс](#), в якому взяли на себе зобов'язання вживати заходів та інвестувати у нові технології для боротьби з поширенням онлайн-фейків у країнах ЄС.

З 2011 року в Україні розпочався експеримент з медіаосвіти, за умовами якого у старших класах викладають предмет «Медіакультура», а в 2018 році медіаграмотність включено у стандарт початкової школи. Також запрацював проєкт «Вивчай та розрізняй (Learn to Discern)», під час якого проходять апробацію навчальні матеріали, що згодом інтегруються в наявні навчальні програми 50 загальноосвітніх шкіл [3, с. 60].

Перемога в інформаційній війні сьогодні неможлива без створення власного якісного контенту. На думку Є. Головахи, заступника директора Інституту соціології НАНУ з наукових питань, процес підвищення медіаграмотності населення через освітню систему триватиме десятиліттями. Однак паралельно має відбуватися ще формування «елітарної медіаграмотності» тиском на тих, хто приймає рішення, на «агентів впливу» – владу, медіа та інтелектуальну спільноту [4]. Проте сьогодні більшість українських і «агентів впливу», і пересічних користувачів інформації ще не володіють інструментами виявлення дезінформації у потужному інформаційному мейнстрімі, окремо це стосується аудіовізуальної форми.

Прямим інформаційним атакам притаманним є спотворення інформації без суттєвої зміни її змісту, а дезінформація є складовою частиною інформаційно-психологічної агресії. Це один із способів протистояння двох держав, що відбувається в мирний час. Саме в такому протистоянні перебуває Україна, вже п'ятий рік витримуючи натиск інформаційних атак та меседжей з дезінформацією у протистоянні з Російською Федерацією. Поряд зі збройними силами і громадянським населенням об'єктами впливу є суспільство в цілому, його державні адміністративні системи, інфраструктура виробництва, наука, культура. Для ефективного маніпулювання громадською думкою дезінформація поширюється одночасно через друковані ЗМІ, радіо, телебачення, мережу Інтернет, чутки та ін., проте саме телебачення сьогодні залишається популярним каналом отримання інформації в найемоційнішій та найвпливовішій аудіовізуальній формі. Це також стосується новинного відеоконтенту, адаптованого до конвергентних медіа для розповсюдження за допомогою платформ YouTube та соцмережу Facebook, Instagram та ін.

Телебаченню та онлайн-журналістиці притаманна симультантність – одночасність фіксації події і трансляції його передачі, що забезпечує особливу достовірність і переконливість. Симультантність має велике значення для психології глядацького сприйняття, як би нагадуючи про достовірність дії, що відбувається на екрані. Зазначена характеристика телебачення створює ефект присутності глядача на місці подій, надає телевізійному сюжету (репортажу) в програмі новин особливої реаліс-

тичності, що забезпечує телебаченню винятковість в галузі інформаційної політики серед інших ЗМІ [5]. Ю. Шаповал акцентував увагу на таких особливостях природи телевізійного зображення, як його алеаторичність в русі, що дає можливість транслювати найбільш достовірну інформацію багатомільйонній аудиторії. «Оперативність отримання інформації засобами аудіовізуальності телебачення дає можливість побачити об'єкт в певній фазі діяльності (існування) і встигнути осмислено закодувати зі швидкістю, характерною для його руху, враховуючи алеаторичність (в момент відображення), тобто непередбачуваність розвитку події чи явища в розмаїтій ситуації» [6, с. 31]. Цікаво відзначити, що В. Горпенко до найбільш характерних ознак телебачення також відносить симультантність, «лаконізм і контурність образотворчих структур, індивідуально-особистісний, довірчий характер спілкування, програмність» [7, с. 5].

Телевізійні новини – один з уніфікованих продуктів глобальних медіа, які сьогодні працюють в режимі інформаційних агентств. Стрімка трансформація світового інформаційного ринку та розвиток глобального телебачення стало можливим в умовах геополітичних, економічних і соціальних катаклізмів кінця 20-го століття, а також з виникненням нових технічних можливостей передачі інформації. Формування системи глобальних новинних потоків, що передаються різними медіа, розвиток і вдосконалення інформаційних технологій та Інтернету призвели до утворення нового комунікативного простору, в якому всі сфери людської діяльності тісно взаємопов'язані [8].

Українські ЗМІ, зокрема телебачення, продовжують формувати інформаційну політику на власний розсуд та залежать від вимог власників. Враховуючи, що в Україні більшість телеканалів є комерційними, їх власниками є люди, які використовують інформаційні ресурси у власних, здебільшого недержавних інтересах. Можливості держави протистояти впливу пропаганди та поширенню дезінформації зменшуються, незважаючи на власний канал Перший: UA та процес розбудови Суспільного: UA, який, до речі, останнім часом дуже ускладнився. Серед великої кількості інших медіа в рейтингу, який опублікував Інститут масової інформації, є два, що поширюють інформацію та виробляють аудіовізуальний продукт згідно зі стандартами, – hromadske.ua та radiosvoboda.org [9].

Сучасне комерційне телебачення позбавлене суспільно значущої ідеології, як, власне, взагалі позбавлене смислового навантаження. Воно орієнтоване на комерційний успіх, тобто на рейтинг. «Телебачення потурає смакам маси з метою завоювання ще більшої аудиторії і пропонує телеглядачам спрощений для сприйняття різноформатний продукт – різноманітні ток-шоу, естрадні концерти, інтелектуальні ігри, розважальні програми, реаліті-шоу. Кожна з програм має власні «гачки», на які підхоплюють глядача, але мета завжди залишається спільною – привернути увагу найширшого загалу і якомога довше утримувати в будь-який спосіб» [10, с. 38].

З одного боку, українське телебачення отримує все більшу владу у суспільстві, з іншого, – воно підпадає під постійно зростаючий контроль як політики, так і економіки. «Якщо звернутися до українських реалій, то історія формування комерційних і незалежних від держави мас-медіа на початку 1990-х років дає нам багато прикладів, які ілюструють «основне протиріччя», за визначенням Бурд'є, «поля журналістики»: високі професійні вимоги і визнання серед освіченої публіки та й самих журналістів (символічний капітал) протистоїть вимогам ринку з його прагненням прибутку (еко-

номічний капітал). Рейтинги давно вже стали телевізійними «божками», заради яких телевізійники часто йдуть на великі жертви» [10, с. 37].

З цієї причини потенціал технологій створення екранного видовища та його феноменальна сутність активно використовується виробниками відео. Монтажна природа, керування сприйняттям людини за допомогою збільшених планів, звуку, драматургії сьогодні, на превеликий жаль, використовується не лише у виробництві розважального контенту. Більшість українських телевізійних каналів використовує зазначені технології у процесі створення новинних відеосюжетів та повідомлень, що надає безмежні можливості для розповсюдження дезінформації та маніпулювання громадською думкою. Д. Бойд, дослідниця у Microsoft Research, засновниця Data&Society і гостьова професор Нью-Йоркського університету, визначила складові стратегії маніпуляції за допомогою екранного видовища: «створювати видовище (spectacle) та використовувати соціальні мережі, щоб потрапити у новини, адаптувати «видовище» таким чином, щоб нова аудиторія змогла легко його відшукати за допомогою алгоритмів пошуковиків, стати «цифровою жертвою», щоб радикалізувати інших» [11].

До специфічних аудіовізуальних маркерів виявлення дезінформації та недотримання журналістських стандартів є особливі прийоми створення відеосюжету в телевізійній програмі новин. Наприклад, використання лише закадрового тексту, відсутність синхронного звуку (live, hererund), вилучений за допомогою монтажу з контексту коментар спікера. Наявність журналіста в кадрі під час прямих або фіксованих репортажів надає довіру до інформації, але інколи репортажна стилістика використовується як ширма для просування неправдивих повідомлень. Характерний для творення екранного видовища вчасно використаний крупний план-деталь також підсвідомо впливає на сприйняття аудіовізуальної інформації. Красномовні деталі, які досить часто не вимагають додаткового коментаря або тлумачення (міміка, жести учасників подій) із синхронним звуком навпаки додають достовірності інформації на екрані. Класичним прикладом є репортажі в стилі по comment («BBCWorld», «5 канал» та ін.), в яких саме синхронний звук переконує глядача в правдивості події.

Порушення принципу орієнтації у просторі в побудові монтажної фрази дезорієнтує глядача у просторі, йому некомфортно сприймати інформацію, таким чином можливо спалахами подавати ті візуальні образи, які сформують упереджене ставлення до події. Також деякі заангажовані медіа під час інформаційно-психологічного впливу використовують кадри вибухів, відео документи воєнних дій та інших яскравих «свідчень» резонансної події з інших матеріалів, які не мають жодного збігання із подією, що висвітлюється. Проте «напівправа», місце поруч з реальним відео-документом, може ввести в оману глядача. Для протидії таким технологіям впливу інформаційна спільнота, зокрема Google, розробила програми виявлення таких «фото-, відео документів». Плагін InVID створено у межах проекту, започаткованого європейськими розробниками у 2016 році. Призначенням програми є допомога журналістам у процесі знаходження та перевірки на достовірність новинного відеоконтенту у соцмережах.

Ще одним маркером маніпулювання свідомістю є дуже емоційна подача інформації ведучим або журналістом в кадрі, зайва пантоміміка, пластика, використання певної стилістики побудови речень та їх послідовність. Також порушенням, суб'єктивним ставленням до події та трактування інформації є емоційно забарвлені інтер-

текстуальні назви сюжетів у вигляді титрів в кадрі на початку сюжету (на кшталт заголовків друкованих повідомлень).

Що стосується вербальної складової новинного відеоконтенту, то розпізнавати дезінформацію та фейки стало можливо за допомогою штучного інтелекту. Отже, існують певні маркери якості першоджерела в новинах. Особливу увагу система приділяє не самим фактам в новинах, а лінгвістичним прийомам, які використовуються для написання фейків. Наприклад, у фейкових новинах часто використовуються слова з сильним емоційним забарвленням чи гіперболізацією. А в новинах із заангажованим політичним спрямуванням повторюються слова «справедливість», «взаємність», новинах з консервативним ухилом – «влада», «недоторканність». Нейромережа змогла навіть встановити зв'язки між автентичністю сайту та його сторінкою у Вікіпедії. Система ще не готова до широкого використання, оскільки виявляє фейки з ефективністю в 65%, а упереджені новини з 70%. Штучному інтелекту також потрібно вивчити 150 новин аби встановити чіткі взаємозв'язки в текстах на сайті [12].

Тонкий психологічний розрахунок, технічні нюанси створення новинного відеоконтенту з урахуванням технологій творення екранного видовища дають можливість керувати підсвідомістю мільйонів глядачів, що порушує прийняті світовою спільнотою та провідними державами правила розповсюдження інформації та боротьби з дезінформацією. Єдиний можливий шлях уникнути впливу на підсвідомість глядачів з використанням технологій створення екранного видовища – це жорстка позиція редакції новинної служби щодо дотримання журналістських стандартів в інформаційних матеріалах суспільно-політичної програми новин, яка є візитівкою будь якого телеканалу.

REFERENCES

1. 43 країни вжили заходів для боротьби з дезінформацією. *Media sapiens / Медіа-просвіта*. 23.01.2019. URL : https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/z_2016_roku_43_kraini_vzhili_zakhodiv_dlya_borotbi_z_dezinformatsieyu/
2. Єврокомісія презентувала кодекс протидії фейкам. *Укрінформ*. 21.01.2019. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2629474-evrokomisia-prezentovala-kodeks-protidii-fejkam.html>
3. Муліка К.М. Медіаосвіта : проблеми та досягнення навчальних закладів в Полтавській області. *Постметодика*. 2014. № 14 (119). URL : http://www.aup.com.ua/ml/Mulika_PM4_119.pdf
4. Дорош М. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції. *Media sapiens / Медіаосвіта*. 23. 04. 2018. URL : https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_rozvivaetsya_mediagramotnist_v_ukraini_visim_visnovkiv_zi_schorichnoi_konferentsii/
5. Гоян О., Гоян В. Журналістська телерадіоосвіта : сучасні тенденції – Електронна бібліотека Ін-ту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – URL : <http://www.journ.univ.kiev.ua>
6. Шаповал Ю. Г. Феномен журналістики – проблеми теорії : монографія. Рівне : ВВП «Роса», 2005. 248 с.
7. Горпенко В. Г. Виразальні можливості монтажу. К. : ДІТМ, 1999. 61 с.
8. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.: РИП-холдинг, 2003. URL : <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>
9. Бега В. Рейтинг українських медіа (дослідження Інституту масової інформації). hromadske.ua.org. 23.10.2018 . URL : <https://hromadske.ua/posts/rejting-ukrayinskih-media-yaki-najbilshe-vishayut-lokshini-doslidzhennya-imi>
10. Побєдоносцева І. Є. Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.04. / Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. Київ, 2005. 196 с.
11. Danah Boyd. Media Manipulation, Strategic Amplification, and Responsible Journalism. Sep 14, 2018. – Points <https://points.datasociety.net/media-manipulation-strategic-amplification-and-responsible-journalism-95f4d611f462> (Last accessed: 17.01.2019).
12. Штучний інтелект навчили знаходити фейкові новини. *Media sapiens / Онлайн-медіа*. 4.10.2018. URL : https://ms.detector.media/web/online_media/shtuchniy_intelekt_navchili_znakhoditi_feykovi_novini/ (дата звернення 2.01.2019).
13. У мережі з'явився новий плагін для виявлення фейкових відео. *Media sapiens / Онлайн-медіа*. 26.07.2017. URL : https://ms.detector.media/web/online_media/u_merezhi_zyavivsyia_noviy_plagin_dlya_viyavlennya_feykovikh_video/ (дата звернення 5.01.2019).

MISINFORMATION IN A VIDEOCONTENT RELATING TO NEWS: MARKERS AND METHODS OF RECOGNITION

Alina Lisnevska

*Borys Grinchenko Kyiv University
Department of journalism and new media
18/2 Bulvarno-Kudriavska Str, 04053, Kyiv, Ukraine
e-mail: a.lisnevska@kubg.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-8368-5062>*

The advantage of the informational component over all other forms of human activity is now an obvious fact. In such a situation, it is increasingly difficult to distinguish truthful information from misinformation, especially in the media, which by their nature have a powerful influence on the consciousness of millions, namely, audiovisual ones. The European Parliament and the US Government are taking measures to combat distortion of information. Measures are being taken in Ukraine also at the legislative level and in the field of education and upbringing of children. However, today, most Ukrainian and «agents of influence», as well as ordinary users of information, do not yet have tools for detecting misinformation in a powerful information flow, especially for audiovisual communication.

Direct information attacks are characterized by distortion of information without significant change in its content, and misinformation is an integral part of the hybrid war. To effectively manipulate public opinion, misinformation can be distributed simultaneously through print media, radio, television, the Internet, rumors, etc., but the television is still a popular channel for receiving information in the most productive and most influential audiovisual form.

Today, the potential of technologies for creating a screen performance is used: the nature of the installation, the management of human perception with the plurality of plans, sound, drama to create news content on many television channels, which provides endless possibilities for the expansion of misinformation and manipulation of public opinion.

The only existing way to avoid exposing on audience's subconscious with the help of screen performance technologies is to harsh position of the news service editorial staff to adhere to journalistic standards for filing informational materials of the socio-political news program, which is the calling card of any TV channel.

Key words: distortion of information, videocontent, TV news, audiovisual communication, performance technologies.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 67–73 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9986>

УДК 07:32.019.51]:16

ЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ

Ігор Огірко

*Українська академія друкарства
вул. Під Голоском, 19, 79020, Львів, Україна
e-mail: ogirko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1651-3612>*

Зіновій Партико

*Житомирський державний університет ім. І. Франка
вул. Велика Бердичівська, 40, 10008, Житомир, Україна
e-mail: partyko@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-2315-5887>*

Метою статті є розроблення логічного апарату, який давав би мас-медійним теоріям змогу враховувати різну істинність одних і тих самих тверджень залежно від «контексту» повідомлення під час проведення інформаційних воєн. У літературі з логіки моделлю твердження, яка враховує «контекст» повідомлення, що змінює істинність твердження, є так звана ситуативна логіка. У статті запропоновано для тверджень в рамках ситуативної логіки обрати три перемінні: час, місце та умови. Така модифікація логіки названа логікою відносності. Запропонована модель твердження перевірена й проінтерпретована на прикладах.

Ключові слова: інформаційні кампанії, інформаційні війни, логіка, ситуативна логіка, логіка відносності.

Постановка проблеми. В інформаційних просторах держав часто мають місце ситуації, коли, наприклад, під час інформаційних воєн одна держава на рівні закону вважає якусь організацію терористичною, а інша – ні; коли воюючі сторони взаємно звинувачують одна друга в агресії, вважаючи себе миротворцем; коли одну й ту ж особу одна держава вважає героєм, а інша – злочинцем (терористом) тощо. Те саме (постійно!) маємо і в релігійному житті: який із богів є істинним (якщо він існує)? Схожі ситуації і в мистецтві, коли одні й ті ж твори мистецтва критики оцінюють діаметрально протилежними оцінками.

Дещо відмінну, але схожу за результатом ситуацію маємо й тоді, коли, маючи за вікном гарну днину, напишемо істинне твердження: *Сьогодні в місті N є гарна погода*. Проте через кілька днів, коли дощитиме, це твердження стане хибним, хоча саме твердження зовсім не змінилось, залишившись таким, як і було в момент написання.

Аналогічний приклад можна подати й щодо опису якоїсь ідентичної події, істинність якої змінюється залежно від її місця (просторових координат).

У всіх цих ситуаціях виникає питання щодо істинності тверджень, які описують ці ситуації.

З урахуванням сказаного, проблема, яка буде досліджуватися в цій статті, – це проблема істинності тверджень у повідомленнях мас-медіа (з позиції логіки).

Відповідно до визначеної проблеми, *об'єктом* у нашому дослідженні будуть твердження, а *предметом* – істинність цих тверджень у різних логічних можливих світах.

Мета дослідження. З урахуванням сказаного, перед дослідженням була поставлена мета розробити логічну теорію, яка давала б мас-медійним теоріям змогу при визначенні істинності враховувати «контекст» події, описаної у твердженні. Такий «контекст» (або: парадигма) є змінним і впливає на істинність твердження, тобто, кажучи іншими словами, істинність твердження залежить від цього «контексту». Таку теорію, яка враховує контекст твердження, називатимемо далі логікою відносності.

Для досягнення вказаної мети перед дослідженням було поставлено такі завдання:

- проаналізувати «контексти» в різних логічних можливих світах, які щодо істинності викликають неоднозначності;
- запропонувати формальний апарат (аксіоми, закони), який давав би змогу описувати вказані неоднозначності, враховуючи при цьому незаперечність критеріїв істини та, відповідно, існування як істинних, так і хибних тверджень;
- проінтерпретувати запропонований формальний апарат на прикладах різних ситуацій у логічних можливих світах;
- зіставити отриманий формальний апарат з іншими чинними логічними теоріями;
- визначити способи й можливість використання запропонованого формального апарату в мас-медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наш час у науці постульованими є поняття абсолютної та відносної істини. Зв'язок між ними реалізується в такий спосіб: абсолютну істину трактують як «недосяжний» ідеал, а відносну істину – як значення істинності твердження на певних етапах розвитку науки. При цьому ця відносна істина в часі все ближче й ближче наближається до ідеалу, або, кажучи іншими словами, ймовірність істинності такого твердження зростає. Проте логічного апарату, який реалізував би цей філософський постулат, зокрема відносність істини, логіка поки що не розробила.

На нашу думку, до проблеми відносності істини частковий стосунок має так звана ситуативна логіка, про яку свого часу писали К. Поппер [4], Н. Кортж [3] та інші західні дослідники [1; 6]. Зокрема Н. Кордж запропонував такі шаблони (схеми) розкриття суті ситуацій:

Суб'єкт А був у ситуації типу С. [Цю ситуацію далі аналізують].

У ситуації типу С належить виконати дію Х. [Тут для дії Х використовують механізм аргументування, зокрема й у формі обґрунтування].

Суб'єкти в ситуації типу С завжди виконують дію Х. [Узагальнюють виконання дії Х в часі й просторі].

Ось чому А зробив Х. [Пояснення дій суб'єкта А].

Ідеї ситуативної логіки свого часу інтерпретував також російський логік А. А. Зінов'єв [10], який запропонував вважати ситуацією непорожню упорядковану множину сумісних станів предметів. При цьому ситуації різні, якщо різна упорядкованість станів; ситуації несумісні, якщо несумісним є хоча б один їх стан.

Термін *ситуативна логіка* поміщено також в одне з довідкових видань [13].

Деякі цікаві міркування стосовно поняття відносності висловлені також у публікаціях, які охоплюють ділянку, що поєднує фізику, математику й логіку [2; 5; 7; 9; 14; 15].

Пошук перелічених вище джерел було проведено: а) в каталозі журналів та продовжуваних видань Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського за ключовими словами *логіка відносності, відносна логіка*; б) в каталозі Російської державної бібліотеки (*логіка относительности, относительная логика*); в) в каталогах Бібліотеки конгресу США й Британській бібліотеці (*logic of relativity, relative logic*).

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Виходячи з аналізу літератури (див. список), закономірно припустити, що внаслідок існування в філософії понять абсолютної та відносної істини спроби створити апарат логіки відносності були здавна [8; 11; 12]. Проте виявити довершені й вагомні результати таких розробок, як засвідчив пошук літератури, нам не вдалось. Отже, розроблення теорії, а також створення апарату логіки відносності належить до актуальних завдань сучасної логіки.

Звертаємо увагу на те, що, називаючи нашу теорію логікою відносності, ми зовсім не маємо на увазі, що істини начебто не існує або що будь-яку істину можна перетворити на хибу. Обравши таку назву, ми лише акцентуємо увагу на тому, що істинність тверджень, крім них самих, залежить від ще кількох типових перемінних, які всі підрозумівають, але про які, як правило, не говорять, вважаючи їх очевидними, а тому й не потрібними для врахування. Ми ці очевидні перемінні будемо намагатися лише явно зафіксувати.

Методи дослідження: а) абстрагування – для виокремлення ознак істинності від досліджуваних об'єктів, що існують у логічних можливих світах; б) аналіз (традиційний) – для отримання даних з літературних джерел; в) синтез – для укладання теорії та апарату логіки відносності; г) формалізація – для запису речень природної мови у формі тверджень мовою символічної логіки; г) моделювання – для створення логічної моделі твердження; д) логічний метод – для перевірки несуперечності запропонованої теорії (внутрішньої та зовнішньої).

Поняття ситуації. Оскільки до проблеми відносності явний стосунок має поняття ситуації (М), дамо цьому поняттю таке означення: ситуація М – це дві обставини (час Т і простір L), а також умова (U), які створюють контекст (парадигму) твердження, тобто

$$M = (T, L, U) \quad (1).$$

Параметр часу Т може набувати таких значень (оцінок): *завжди, у деяких відрізках часу, у деякій відрізку часу, у деяких точках часу, в деякій точці часу, ніколи.*

Параметр простору L може набувати таких значень (оцінок): *усюди, у деяких фрагментах простору, в деякому фрагменті простору, у деяких точках простору, в деякій точці простору, ніде*.

В якості умови U в логіці відносності можна використовувати твердження різних модальних логік, наприклад акціональної (логіки дії) з предикатом *бажає* (має намір, хоче, планує) тощо. Можливою є й така ситуація, коли якесь твердження є істинним за будь-яких умов, крім обставин.

Загалом, якщо час розглядати як один вимір, простір – як три виміри, то умову можна розглядати як п'ятий вимір.

Запис тверджень у логіці відносності. Твердження в логіці відносності збудуємо на основі тверджень традиційної двозначної логіки з додаванням до нього оператора модальності. За такої будови логіка відносності належатиме до різновиду модальних логік.

Відповідно, мовою логіки предикатів будову модального твердження D $\{D = Q [P (s, o_1, o_2, o_3 \dots o_n)]\}$, що враховує наявність ситуації M , запишемо так:

$$M Q [P (s, o_1, o_2, o_3 \dots o_n)], \quad (2)$$

де M – оператор модальності, що містить опис ситуації $M = (T, L, U)$;

Q – квантор кількості твердження;

P – предикат твердження;

s – суб'єкт твердження;

o_i – об'єкти твердження ($i = 1, 2, 3 \dots n$).

З урахуванням сказаного, твердження (2) можна переписати у повній формі:

$$(T, L, U) Q [P (s, o_1, o_2, o_3 \dots o_n)]. \quad (3)$$

Умова U , представлена як твердження, разом зі самим основним твердженням D , ситуацію якого вона формує, утворює імплікацію:

$$U \rightarrow D, \quad (4)$$

або:

$$U \rightarrow Q [P (s, o_1, o_2, o_3 \dots o_n)], \quad (5)$$

Така імплікація відповідно до таблиці істинності логіки висловів у традиційній логіці є хибною лише за тих умов, коли твердження U є істинним, а D – хибним (у всіх інших варіантах така імплікація є істинною).

З розгляду умови U випливає, що якщо цілі суб'єктів різняться чи навіть діаметрально протилежні, то для таких суб'єктів істинність одних і тих самих інших тверджень може бути так само різною. Це пояснює наявність різних оцінок одних і тих самих тверджень, які використовують в інформаційних просторах держав, що перебувають у стані війни, зокрема й лише інформаційної. Тому в таких ситуаціях з позиції логіки доречно говорити не про істинність, а про відносну істинність аналізованих тверджень.

Інтерпретація істинності тверджень у логіці відносності. Подамо кілька прикладів.

Приклад 1. Істинність твердження *Земля є пласкою* залежить від часу, коли визначали його істинність: приблизно до XVI-XVII ст. це твердження вважали істинним, а після вказаної дати – хибним.

Таким чином, істинність твердження про те, що *Земля є пласкою* змінювалася залежно від обставин, зокрема момента часу, в який визначали істинність цього твердження.

Приклад 2. Якщо поглянути на площину різностороннього прямокутника з різних позицій, тобто з різних точок простору (зверху, з різних боків у площині прямокутника, під різними кутами поза площиною прямокутника), то ми будемо бачити різні геометричні фігури:

- при погляді зверху й знизу під кутом 90 градусів до площини – прямокутник;
- при погляді з різних боків у площині прямокутника – дві лінії різної довжини;
- при погляді під різними кутами поза площиною прямокутника — паралелограми з різною довжиною сторін і різною величиною кутів.

Таким чином, істинність твердження про те, що *Геометрична фігура має форму* хххххх змінюється залежно від обставин, зокрема позиції спостерігача в просторі.

Приклад 3. Про одного царя розповідають таку притчу.

До царя прийшла жінка й поскаржилася на сусідку за те, що курка сусідки видзьобала все тільки-но засіяне в землю зерно. Жінка за нанесену шкоду поскаржилася з сусідкою.

– *Чи я права, що сварилася через заподіяну мені шкоду?* – запитала жінка в царя.

– *Ти права, – відповів цар.*

Через кілька хвилин до царя прибігла сусідка й сказала:

– *До тебе приходила жінка, в якій моя курка видзьобала на городі зерно. Але хіба я можу прив'язати курку до себе? Чи я повинна прив'язати курку до якогось стовпця? Звісно, що ні, адже так ніхто не робить. А та жінка влаштувала мені через це сварку. Отже, права я, що не прив'язала курки, а не та жінка, еге ж?*

– *Ти права, – відповів цар. – Курей справді ніхто не прив'язує.*

Всі ці розмови чула третя жінка, яка в цей час прибирала царські покої.

– *Але ж, царю, – зауважила третя жінка, коли дві попередні пішли, – те, що ти двом жінкам підтвердив їх правоту, суперечить одне одному!*

– *І ти також права, – відповів цар.*

У цій притчі перша жінка права, оскільки її приватну власність з вини іншої особи було знищено (вона права юридично). Друга жінка також права, оскільки курей на мотузок дійсно ніхто не прив'язує (права за звичаєвими правилами ведення господарства). Третя жінка права логічно, оскільки два протилежні твердження не можуть бути істинними водночас.

Таким чином, істинність твердження для кожної жінки залежить від умови, з позиції якої визначається істинність твердження *Жінка N є правою*.

Приклад 4. Редактор одного американського фармакологічного журналу, який відпрацював у ньому 30 років, виходячи на пенсію, заявив:

– *Якщо переглянути публікації 30-річної давності, то сьогодні приблизно про половину з них можемо сказати, що вони були хибними.*

Висновки. 1. Логіка відносності є розширенням традиційної двозначної логіки. Вона не заперечує і не відкидає жодних напрацювань традиційної логіки.

2. Оскільки істинність тверджень залежить від ситуацій (тобто контексту, чи парадигми), в яких їх розглядають, то в якості параметрів ситуації доцільно використовувати час, простір й умову, які так само мають форму тверджень.

3. Логіку відносності доцільно застосовувати в тих сферах життя суспільства, де вимушено доводиться враховувати переміщення твердження в часі, просторі й середовищі умов. До таких сфер належить інформаційний простір держави.

4. З позиції логіки відносності, якщо цілі суб'єктів різняться чи навіть діаметрально протилежні, то для таких суб'єктів істинність частини одних і тих самих інших тверджень так само може бути протилежною. Тому в таких ситуаціях з позиції логіки доречно говорити не про істинність, а про відносну істинність аналізованих тверджень.

5. Логіка відносності є логічним апаратом, який пояснює різні істинності одних і тих самих тверджень у мас-медіа, а тому її доречно використовувати для пояснень та інтерпретацій у мас-меді.

REFERENCES

1. Barwise, J. The situation in logic. [S. L.] : Center for the Study of Language and Information, 1989. 328 p.
2. Jane I., Wright C. Two articles on «relativity». // Bulletin of symbolic logic. Vol. 11 (2005). № 1. P. 84-88.
3. Koertge, N. Popper's Metaphysical Research Program for the Human Sciences. // Inquiry. Vol. 18 (1975). P. 437-462.
4. Popper, K. The Poverty of Historicism. [S. L.] : Routledge, 1957. 166 P.
5. Prokhovnik S. J. The logic of special relativity. London : CUP, 1967. 138 p.
6. Syverson, P. F.; Fagin, R. An Epistemic Logic of Situations // Proceedings of the conference on theoretical aspects of reasoning about knowledge.; Theoretical aspects of reasoning about knowledge; Pacific Grove; CA, 1994; Mar, 1994. San Francisco : Morgan Kaufmann, 1994. P. 109-121.
7. The theory of relativity : principles, logic and experimental foundation. New York : Nova Science Publishers, 2014. 503 p.
8. Truth // Wikipedia [Electronic resource]. – Mode of access: URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Truth>. Last access: 04.10.2018. Title from the screen.
9. Гулый А. М. Теория относительности – реальность или выдумка при отсутствии логики. Сумы : МакДен, 2006. 138 с.
10. Зиновьев А. А. Основы логической теории научных знаний. – Москва: Наука, 1967. – 156 с.
11. Истина // Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Истина>. Дата доступа: 04.10.2018. Название с экрана.
12. Истина // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Истина>. Дата доступу: 04.10.2018. Назва з екрана.
13. Кондаков, Н. И. Ситуация // Кондаков, Н. И. Логический словарь-справочник. 2-е изд., исправл. и дополн. Москва : Наука, 1975. С. 546.
14. Стрелков, В. Г. Физика и логика эфирной вселенной. Москва : [Б. И.] 2001. 247 с.
15. Штепа, В. И. Единая теория поля и вещества с точки зрения логики : физ. принципы натур. философии. 2-е изд., испр. и доп. Москва : URSS, 2006. 366 с.

LOGIC BASIS OF INFORMATION CAMPAIGNS IN INFORMATION WAR

Ihor Ohirko

*Ukrainian Academy of Printing
Pid Goloskom Str., 19, 79020, Lviv, Ukraine
e-mail: ogirko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1651-3612>*

Zinovii Partyko

*Zhytomyr Ivan Franko State University
Velyka Berdychivska Str. 40, 10008, Zhytomyr, Ukraine
e-mail: partyko@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-2315-5887>*

During the conducting of information wars, it is often arising situations when the same statements are assessed by the warring parties in a diametrically opposed manner. The assessment of such conflicting statements from the standpoint of truth is a problem that is investigated in the article.

The purpose of the article is to develop a logical apparatus that would allow mass media theories to take into account the different truths of the same statements depending of the «context» of the message.

In the literature on logic, the model of the statement that takes into account the «context» of the message, which changes the truth of the statement, is the so-called situational logic. In the article it is proposed to select three variables for statements within the framework of situational logic: time, place and conditions. In the role of such conditions, sometimes there may be goals pursued by actors, that is, the sides of information wars. Such a modification of logic is called the logic of relativity.

The proposed model of the statement is verified and interpreted in the examples.

The conclusions of the article state that the logic of relativity is an extension of the traditional two-valued logic. It is expedient to use it in those spheres of a society's life, where it is compulsory to take into account the movement of the statement in time, space and environment of conditions. Such spheres include, inter alia, information space of states. From the standpoint of the logic of relativity, if the goals of the entities are different or even diametrically opposed, then for such entities the truth of some of the same statements can be the opposite. Therefore, in such situations from the standpoint of logic it is appropriate to speak not about truth, but about the relative truth of conflicting statements.

The logic of relativity is a logical apparatus that explains the different truths of the same statements in the mass media at the time of information wars.

Key words: information campaign, information war, logic, situation logic, logic of relativity.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 74–83 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9987>

УДК 007:304:659.3+621.397.13

РОЗШИРЕНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК НОВІТНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЖУРНАЛІСТИКИ: ВІД ВИТОКІВ ДО СУЧАСНОСТІ

Анна Полісученко

Київський національний університет культури і мистецтв

вул. С. Коновальця, 36, 01133, Київ, Україна

e-mail: polisuchenko@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9179-1017>

Технології розширеної реальності активно використовують в сучасній журналістиці. Вони дають можливість передавати інформацію емоційніше, а глядачам глибше занурюватись у події. Але збільшуються й можливості маніпулятивного впливу на аудиторію. Детальне вивчення нової технології допоможе мінімізувати її згубний вплив і сприятиме використанню у мас-медіа з більшою користю.

Ключові слова: розширена реальність, імерсивна журналістика, віртуальна реальність, доповнена реальність, інтерактивність.

Актуальність проблеми. Дослідження технологій розширеної реальності в журналістиці є достатньо новим не лише для України, але і для світової наукової спільноти. Тема є маловивченою, термінологія продовжує розширюватись і доповнюватись. Цифрові технології надають людству як переваги, так і створюють небезпеки та ризики.

У статті розглядаються як традиційні ЗМІ, так і цифрові медіа (блогери, влогери, стрімери, сайти та інші форми соціальної комунікації), які за широтою охоплення аудиторії часто випереджають традиційні засоби масової комунікації. Різноманітні додатки і сервіси для розширеної реальності також є частиною комунікаційної сфери, допомагають журналістам готувати матеріали і надають додаткову інформацію аудиторії.

Завдання статті –розглянути теорію і практику становлення розширеної реальності у журналістиці, проаналізувати світовий досвід, упорядкувати термінологію, вивчити український досвід і визначити перспективи розвитку.

В наш час для того, щоб перенестись в інше місце – достатньо накласти окуляри віртуальної реальності або VR-шолом. Вперше широка аудиторія дізналась про розширену реальність у 2012 р., після виходу окулярів Google Glass. Одним із перших сервісів, який почав масово використовувати розширену реальність – Snapchat, з інтерактивними фільтрами для обробки фото. Пізніше анімовані маски з'явилися і в інших сервісах: Msqrd, Instagram.

Новий виток розвитку розширеної реальності почався у 2016 р., з масового зацікавлення грою Pokemon Go, яка швидко підкорила світ і показала готовність користувачів виходити на вулиці у пошуках розширеної реальності і нових вражень. У 2017 р. одразу два IT-гіганти презентували відкриті ресурси для розробки додатків і контенту з використанням доповненої реальності: ARKit від Apple та ARCore від Google.

Журналістику з використанням розширеної реальності називають «імерсивною» (журналістикою занурення, від англ. immersive). Викладення історій із заглибленням аудиторії в сутність події завжди була основною метою журналістики. Журналістика занурення дозволяє аудиторії від першої особи побачити і почути все, що відбувається, за допомогою доступу у віртуальну версію подій, в якій точно відтворюються об'єкти, люди, передаються звуки і відчуття.

Розширена реальність позначається поняттям XR (від англ. extended reality). Вона, у свою чергу, поділяється на 3 напрямки.

VR – Virtual Reality – віртуальна реальність – комп'ютерна симуляція реальності. За допомогою технічних засобів вона відтворює світ, який передається користувачу через його відчуття: зір, слух, нюх, дотики тощо. Занурення у віртуальну реальність досягається за допомогою різноманітних гаджетів (шоломів, окулярів). Основні цілі VR: створити і покращити уявну реальність; покращити якість життя, дати можливість підготуватись до певної події, створюючи імітацію реальності, де люди можуть практикувати певні навички (наприклад, авіасимулятор для пілотів).

AR – Augment Reality – доповнена реальність – запускається на смартфонах, через камеру накладає цифровий контент поверх реального світу. Це середовище, яке у реальному часі доповнює фізичний світ цифровими даними за допомогою програмного забезпечення і різних пристроїв: планшетів, смартфонів та ін.

MR – Mixed Reality – змішана реальність – запускається у смарт-окулярах, відображає голограми поверх реального світу.

Ще нещодавно ці технології здавались науковою фантастикою. Зараз штучні світи оживають і розкриваються перед користувачами, які можуть їх контролювати. Стала досяжною глибока взаємодія з віртуальним світом.

Доповнена реальність збільшує досвід шляхом додавання віртуальних компонентів, таких як цифрові зображення, графіка чи відчуття, як новий шар взаємодії з реальним світом. На відміну від неї, VR створює власну реальність, повністю згенеровану і керовану за допомогою комп'ютера.

Гаджети поєднують людину з віртуальною реальністю, дозволяючи контролювати і керувати своїми діями у середовищі, імітуючи реальний світ. Доповнена реальність більше використовується у мобільних пристроях, щоб змінити вигляд реального світу, це взаємодія цифрових зображень і графіки.

Існує багато пристроїв для використання розширеної реальності: від високотехнологічних шоломів до картонних окулярів. Їхня цінова політика дуже різноманітна: від Google Cardbords (кілька доларів) до Microsoft HoloLens (\$3000). Середній ціновий діапазон VR-окулярів – кілька сотень доларів. Всі шоломи і окуляри віртуальної реальності мають тенденцію до здешевлення – зростає конкуренція, збільшується ринок і кількість контенту [1]. Вартість камер, які створюють 360° відео, також варіюється у межах кількох сотень доларів: Insta360 Nano/Air (\$130-\$200), Samsung Gear 360 (\$230), Kodak SP360 4K (\$900) та ін. Але є моделі і преміум-сегменту: GoPro

Omni (\$1 500-\$5 000), Nokia Ozo (\$45 000). Основні програми для створення розширеної реальності: AutoDesk Maya, Cinema 4D (3D моделювання).

Віртуальна реальність бере початок на зорі людської цивілізації – у легендах і міфах, казках і притчах, в релігійних ритуалах. Автори книги «New media. A critical introduction» пишуть: «Що в християнській традиції є вино, як не віртуальний аналог крові Ісуса?». Т. А. Кирик пише, що в Середньовіччі схоласти називали віртуальним все, що відрізнялось від норми. Термін використовував Августин Блаженний, а шотландський філософ І. Д. Скот розширив сенс – «віртуальним» стало називатись будь-яке уявлення людини про фізичні явища. Поняття «virt» сприймалось як інформаційна копія світу. Це пояснює, чому віртуальність є головною властивістю метафори, адже вона заснована на подібності.

Першим прикладом застосування віртуальної реальності вважається використання стереоскопічних окулярів у кінотеатрах. Ця технологія була запатентована ще у 90-х рр. XIX ст. – британець В. Фриз-Грін подав патентну заявку на метод виробництва стереоскопічного фільму. Установку для стереозйомки було запатентовано у 1900 р. Ф. Ю. Івом: камеру з двома об'єктивами, розставленими на відстані 1,75 дюйма (4,44 см). Ефект об'ємності досягався за рахунок створення різних зображень для різних очей, знятих з різних точок. Для того, щоб бачити об'ємні предмети, необхідно використовувати обидва ока, т. з. біноклярний зір.

У 1900 р. на Всесвітній виставці у Парижі було реалізовано ідею кругорамного кінотеатру, в якому демонструвались перші панорамні фільми. Тоді під Ейфелевою вежею побудували круглий павільйон, стіни якого слугували циліндричним екраном.

Художник Майрон Крюгер – піонер розширеної реальності. У кінці 60-х рр. XX ст. він увів поняття «штучна реальність», під яким мав на увазі метод накладення рухомого зображення людини на комп'ютерну графіку. Ще будучи студентом він мріяв створити штучне середовище, яке дозволяло б глядачу переміщатись, без громіздких окулярів і перчаток з сенсорними датчиками. У 1975 р. він створив «Відеомісце» – творчу лабораторію, в якій цей метод реалізовувався за допомогою проєкції на стіну. Його апарат міг відображати просте зображення – кубик, який розвертався різними гранями в залежності від ракурсу. За функціоналом це більше нагадувало AR.

Віртуальна реальність, у яку занурювалась людина, описується письменником-фантастом Станіславом Лемом. Він продовжив тему альтернативного простору, в якому може існувати людина, запущену М. Крюгером. У 1964 р. в Кракові вийшов філософсько-футурологічний трактат «Сума технології» (назва з алюзією на «Суму теології» Фоми Аквінського), в якому цілий розділ було присвячено «Фантоматиці» – галузі знань, яка вирішує проблему створення дійсності і для розумних істот нічим не відрізнялась від реальної, але підпорядковувалась би іншим законам.

Лем сформулював прообраз сучасної віртуальної реальності. Також С. Лем передбачив наукові розробки доповненої реальності, розмірковуючи над можливістю операційного втручання у людське око для модифікації зору. Така перспектива біоінженерії навіть зараз здається лякаючою, це відображає і масова культура (телесеріали «Чорне дзеркало», «Хроніка параноїка», короткометражка «Віртуальна реальність» та ін.). Разом з тим, вже почались розробки цифрового чіпу для введення у людський мозок, тому така перспектива не надто далека від реальності.

У 1957 р. кінорежисером Мортонем Хейлігом було створено, а у 1962 р. представлено перший в історії мультисенсорний симулятор «Sensorama», який об'єднав одразу кілька функцій, прообраз 8D. Крім об'ємної картинки на широкому екрані, прилад міг відображати стереозвук, оберти, аромати, подих вітру, вібрацію. Це був певною мірою експериментальний театр. Винахід являв собою кабінет зі стереодисплеєм, динаміками, віброючим сидінням, ароматичними сумішами для передачі запахів і феном, який імітував вітер, що б'є в обличчя – і все це на ручному управлінні, без комп'ютера (який на той час ще не було винайдено).

У 1965 р. комп'ютерний розробник А. Сазерленд випустив перший шолом віртуальної реальності «Дамоклів меч». Використання пристрою передбачало нерухомість глядача у сидячому положенні, проте вже в 70-ті рр. піонери віртуальної реальності задумались про можливість рухатись в альтернативному просторі. Результати своїх досліджень він виклав у роботі «Ідеальний дисплей», яка сприяла початку технічних і технологічних розробок у галузі обробки і виведення зображень.

У кінці 70-х рр. починається виробництво перших персональних комп'ютерів – технологія віртуальної реальності отримує нову платформу для подальшого розвитку, і до неї одразу ж проявляють цікавість розробники відеоігор та індустрії розваг. У 1970 р. компанія МІТ створила перший концепт програми штучної реальності. У 1977 р. за даним концептом було реалізовано прототип – прообраз сучасного Google Map. На трьох моніторах відображався різний інтерфейс, їх можна було обертати.

У 1984 р. В. Гібсон опублікував роман «Neuromancer», в якому вперше увів поняття «кіберпростір» – галюцинацію, яку щодня відчують мільйони людей в усьому світі. Це графічне представлення банківських даних, які знаходяться у світовій мережі, підключених до мозку людини. Після виходу роману кіберпростором почали називати простір, створений світовою телекомунікаційною системою та іншими системами зв'язку та комунікацій.

У 1989 р. Д. Ланьєр вводить поняття «віртуальна реальність» і починається розмежування її із доповненою реальністю. Ланьєр сформулював основні принципи віртуальної реальності та перерахував пристрої, необхідні для занурення людини в віртуальний світ – як мінімум, потрібен головний дисплей і кишеньковий пристрій для управління віртуальними об'єктами. Для повного занурення необхідний ще й сенсорний костюм, що передає рухи людини у комп'ютер. Разом з головним дисплеєм можна використовувати навушники, що підсилять занурення.

Вже у 1995 р. компанія Nintendo випустила у продаж прилад VR Boy, хоча вже у 1996 р. був знятий з виробництва. В цьому шоломі були лише червоні світлодіоди. Вартість пристрою була дуже високою на той момент – один шолом коштував як 2-3 приставки. Він міг працювати і без кабелю.

Дев'яності роки стали часом стагнації індустрії розширеної реальності, що не витримала конкуренції з інтернетом. Дослідниця Б. Лорел, яка працювала в компанії Atari разом з Д. Ланьєром, у 1993 р. написала книгу під назвою «Віртуальна реальність тепер: після того, як галас скінчився».

Наприкінці 90-х рр. минулого століття розширена реальність майже на 10 років зникає зі споживчих ринків. Згадування про неї з'являються лише в художніх творах: кінофільмах «Джонні Мнемонік», «Газонокосильник», «Нірвана», «Термінатор», «Матриця»; у книгах «Віртуальна реальність (Г. Рейнгольд), «Вірт» (Д. Нун), «Лавина» (Н. Стівенсона) та ін.

Для ЗМІ розширена реальність – можливість здивувати аудиторію, збільшити рівень занурення у матеріал, надавши доступ до всієї цифрової бази даних навіть виданню невеликого формату. Формула якісного контенту для медіа, які використовують розширену реальність, позначається трьома «І»: інформативність, інтрига, імерсивність. Завдяки імерсивності глядач більше вірить у те, що дивиться і більше співпереживає [2].

Ще у 2003 р. в США було розроблено і запущено проєкт Second Life – тримірний віртуальний світ з елементами соціальної мережі, у якому нині зареєстровано понад 1 млн. активних користувачів. Це не відеогра, а віртуальний простір, де можна обрати спосіб віртуального існування: участь у спільнотах, створення віртуальних товарів, будівництво, спілкування в чаті, подорожі віртуальним світом та ін. Second Life надає можливість слухати музику та інтернет-радіо, дивитись фільми і відео та ін.

Середовище у журналістиці розширеної реальності конструюється за допомогою графічних зображень у тримірних онлайн віртуальних світах, за моделлю Second Life. Глядачі у 3D-окулярах або за допомогою 3D-моніторів можуть вільно переміщатись по плану, обирати точку огляду і місце, в якому вони хочуть знаходитись, але не можуть вплинути на послідовність сцен та підсумок сюжету. У системі учасники зазвичай представлені у вигляді цифрових аватарів, вони можуть бачити власні частини тіла, тіні, відображення. Рухи віртуального тіла при цьому повністю співпадають з рухами реального людського тіла. Для підсилення ефекту присутності розробники запроваджують звуковий і відео супровід. Наприклад, у Gone Gitmo, віртуально відтвореному прототипі тюрми Гуантанамо, були використані звуки і зображення, записані в реальній тюрмі.

Facebook – одна із компаній, що найбільше інвестують у технології розширеної реальності, тестує їх на своїй великій базі користувачів. Google Maps та Google Earth також є інструментами для журналістики розширеної реальності. За їхньою допомогою можна переглянути у 3D міста, місця, тури.

Twitter достатньо повільно реагував на можливість розширеної реальності, але наприкінці 2016 р. представив прямий потік 360° відео через сервіс Periscope. Разом з тим, великі відеохостинги, такі як YouTube 360° і Vimeo 360°, вже зараз відображають відео, зняті для віртуального середовища. Глядач навіть без спеціальних окулярів чи шоломів може на екрані комп'ютера чи телефона переглянути тримірні відео з можливістю самостійно обрати кут перегляду.

Від розвитку розширеної реальності вирає не лише сфера розваг, але й медіаіндустрія. Ще у листопаді 2015 р. американське видання «The New York Times» презентувало перший фільм «Переміщені», створений для перегляду у найдоступніших окулярах віртуальної реальності Google Cardboards. Сюжет складається з відеофрагментів, знятих на камеру 360°, без використання комп'ютерної графіки, інфографіки, а також без стендапів, які, зазвичай, пов'язують елементи фільму або пояснюють подію. Протягом всього відео присутній лайф зі звуками навколишнього середовища, голосами інших людей. Це створює ефект залучення. Протягом усього відео грає депресивна і напружена фонова мелодія.

В Україні одними із піонерів журналістики розширеної реальності стали О. Фурман та С. Полежака, які запустили VR студію по виробництву відео 360° під назвою New Cave Media. Це перша українська медіакомпанія, яка розповідає журналістські історії у форматі відео 360°/VR. Першу VR-історію New Cave Media в Укра-

їні зняли у Львові для «Радіо Свобода» – відео про Романа Кисляка, переселенця з Макіївки (Донецька обл.), який мав ДЦП і працював у Львові таксистом. Також було опубліковано серію відео про одеський сквот та історію про табір «Азовець» у Києві, яку було опубліковано у *New York Times Daily 360°*. Команда досі шукає нові формати і підходи. Наприклад, щоб зібрати якісний матеріал, вони поїхали у Арктику та відзняли багато сферичного контенту. Зараз вони працюють над розробкою енциклопедії 360° VR з отриманих відео.

Восени 2018 р. студія *New Cave Media* запустила збір коштів на ресурсі *Kickstarter* на документальний VR-фільм про події на Євромайдані, «*Aftermath VR: Euromaidan*». Команда збрала \$10 000, як і планувала. Фільм розповідає про трагічні події 20 лютого 2014 р. Автори проекту відновили в віртуальній реальності місці тих подій: Майдан Незалежності і вул. Інститутську. «Глядачі пройдуть шляхом, яким йшли протестувальники. Вони дослідять історію завдяки архівним кадрам, відеороликам з очевидцями у форматі 360° і відсканованим артефактам», – говорить у описі проекту. «*Aftermath VR: Euromaidan*» є одночасно інтерактивним документальним фільмом і віртуальним музеєм під відкритим небом.

Компанія *MonticolAR* при підтримці кіностудії *FILM.UA* та анімаційної студії *Animagrad* запустила перший масштабний AR-квест у Києві на основі мультфільму «*Викрадена Принцеса: Руслан і Людмила*». Для участі необхідно було завантажити додаток, після чого на Facebook-сторінці гри з'являлось повідомлення про розташування міток з героями, які треба було знайти і поділитись фото з героєм, що «ожив», у себе на сторінці у Facebook чи Instagram. Переможець отримував грошовий приз.

Ще один вид соціальної комунікації за допомогою розширеної реальності – імерсивний театр (театр занурення). Його ще називають театром-бродилкою, він схожий на екскурсію з аудіогідом. Глядач там – не пасивний учасник, який може задрімати у кріслі, а повноправний герой. Дрес-код в імерсивному театрі відрізняється від традиційного: зручне взуття і одяг замість громіздких помпезних вечірніх нарядів.

Імерсивна вистава-променад нового формату «Час» починається у Києві, біля Пішохідного мосту через Дніпро. Формат імерсивної вистави має на увазі повне занурення в процес; тут не вийде відсидітись у кріслі і відвідати буфет, але можна по-іншому подивитись на Київ і на себе. Між глядачами і сценою стираються межі, вони стають одним цілим. Акторами стають випадкові перехожі, а сценою – все місто. Глядачам потрібно лише вчасно з'явитись у потрібному місці, взяти з собою документи, що засвідчують особу, надягти зручне взуття, навушники і довіритись голосу.

Восени 2018 р. компанія «*Uzhvati*», що поставила виставу «Час», презентувала ще одну виставу-променад, «*Діалоги*». Кожен гість опиняється в епіцентрі того, що відбувається і сам створює свою власну виставу, на годину занурюючись в атмосферу, лишаючись наодинці з собою (хоча навкруги багато людей). «Лише навушники, прекрасна музика Д. Саратського, твої думки, питання і відповіді, красива пластика акторів, і все це в надзвичайному місці з сильною енергетикою – в національній парламентській бібліотеці ім. Я. Мудрого», – говорить одна з учасниць події.

Разом з тим, звичайні театри починають застосовувати технології розширеної реальності. Наприклад, Національний театр Лондона планує використовувати окуляри доповненої реальності, щоб зробити вистави доступними для всіх: під час

вистави на екрані будуть показуватись субтитри із фразами акторів для людей із проблемами слуху, і ця технологія вже показує гарні результати. Смарт-окуляри транслюють титри у режимі реального часу через wi-fi, а спеціальне програмне забезпечення відстежує репліки акторів, звук і світло, а потім синхронізує із ними субтитри. Ці окуляри замінять оренду звичних біноклів у театрах.

Ще у 2017 р. телеканал М1 використав під час прямиотрансляції церемонії нагородження «M1 Music Awards» голографічні 3D-титри, вид доповненої реальності. Пізніше інші центральні українські телеканали використовували цю технологію для реконструкції подій у новинах. У 2019 р. телеканал «Наш» вперше серед інформаційних каналів запустив технологію доповненої реальності з трекінг-системою у прямиотрансляції мовлення під час ток-шоу. Це були голографічні динамічні 3D-титри. На ТБ доповнена реальність допомагає глядачу взяти безпосередню участь у подіях, диктор може читати новини персонально для глядача, а самого диктора можна обрати, або намалювати будь-яку форму телевізора [3].

Непідготовлена аудиторія занадто вразлива і не завжди може відрізнити віртуальний об'єкт від реального. Негативні історії можуть стати дуже важкими для людей з порушеннями вестибулярного апарату. Пристрої мають здатність відслідковувати погляд і чи дивиться людина взагалі – цим можна маніпулювати, наприклад, забороняючи перегляд контенту, якщо глядач не перегляне рекламу.

Розширена реальність не повністю замінює традиційні новинні формати – вона наближує до історії, яка зацікавила. Для створення успішної історії з використанням XR, журналісти мають дати можливість глядачам взаємодіяти з нею і зберігати контроль над ходом розповіді.

Новим трендом у використанні 3D-технологій у журналістиці стала об'ємна зйомка (volumetric capture). Об'єкт можуть знімати одразу кілька камер з різних боків, після чого зображення зводяться у єдиний тримірний образ. Ця технологія дає можливість журналістам переосмислити розповідь історій. 360° відеоролики – чудовий спосіб проведення дозвілля, але багато фахівців не визнають їх справжньою віртуальною реальністю, оскільки з нею не можна взаємодіяти і переміщатись всередині.

Експерти Associated Press прогнозують, що 3D-контент стане звичним вже дуже скоро, оскільки технологія розвивається і стає доступнішою, в майбутньому вона може набути несподіваних форм та ідей застосування. Сюжети з імерсивним ефектом будуть створюватись з використанням традиційних журналістських методів верифікації, але будуть представлені таким чином, що глядачі зможуть долучитись до вивчення теми.

Перепонами до розповсюдження розширеної реальності у журналістиці можуть стати високі витрати на підготовку і навчання журналістів та інвестиції в обладнання – хоча воно й дешевшає щороку. Також зростають ризики створення упередженого сюжету, де журналісти повністю контролюють і моделюють навколишнє середовище. Тому журналістам потрібно розробити редакційні стандарти й етичні норми, оскільки розширена реальність стає вже мейнстрімом у створенні новин [4].

XR-додатки у соціальних мережах пропонують приблизно одні й ті самі функції: маски і переміщення персонажів у просторі. Але є й більш утилітарні додатки, які приходять на допомогу журналістам. Наприклад, AirMeasure – віртуальний вимірник відстаней і розмірів у 3D-оточенні; Google Translate дозволяє перекладати

текст, який бачить камера, у реальному часі; Sun Seeker допомагає побачити траєкторію Сонця на місцевості в будь-який день року; Google Sky Map розпізнає, які саме зірки зараз видно на небі. У мобільному сегменті зараз сконцентровані найцікавіші AR-стартапи: YouAR, 6D, Selerio, Ubiquity6 тощо.

Нині існує чимало медіа-додатків із використанням віртуальної реальності, серед яких Life VR, NYT VR, Within, The Guardian's 6x9, Jovrnalism, YouTube, ARTE360, RYOT і багато інших. Крім додатків, існують також веб-ресурси і браузерери, що базуються на розширеній реальності.

Хоча VR, вірогідно, завжди буде нішевою частиною розповіді, у AR є шанс стати частиною звичного споживання контенту. Накладання відео у реальному світі – це лише початок потенціалу AR. Весь контент може бути використаним на ходу за допомогою гарнітури, із записом довгих форм.

Метою якісної журналістики є створення тісного зв'язку між аудиторією та історією. Спроби комбінувати аудіо, відео і зображення в інтернеті створили те, що деякі журналісти називають «розповідь із зануренням», це призведе читача і глядача «ближче до правди» [5].

Імерсивний репортаж можна супроводжувати звуками, запахами, смаками і навіть тактильними відчуттями – саме ці деталі і супроводжують подієву атмосферу. При цьому може виникати ряд психологічних ефектів, таких як відчуття присутності, проникаючого спілкування, участі в інтерактивному середовищі [6].

Дослідження показують, що користувачі реагують на віртуальну реальність так, ніби вона відбувається насправді, не дивлячись на те, що вони знають, що це лише імітація реальності. Дослідники відзначають, що для повного занурення віртуальне середовище не обов'язково має бути фотореалістичним: ефект присутності спостерігається навіть у віртуальних середовищах, які в двовимірному просторі нагадують набір абстрактних ліній і фігур. Розширена реальність відкриває перспективи руйнування «четвертої стіни» між автором і глядачем, допомагає йому відчувати себе на місці події, можливість обрати, коли і на що йому звернути увагу.

Висновки. Використання розширеної реальності в журналістиці досі знаходиться на початковій стадії, медіа не поспішають інвестувати в ці технології. Але, як показують дослідження і практика, споживач вже готовий до сприйняття контенту такого типу, тому неминучий його подальший розвиток. Тематична направленість сюжетів говорить про орієнтацію технології на міленіалів і роботу з рекламодавцями.

Інтерес користувачів і розробників до технології зростає. Найбільшого стрибка варто очікувати тоді, коли технології дозволять створити високоякісні окуляри доповненої реальності, або навіть AR-лінзи.

AR і VR у майбутньому скоріш за все зіллються в одному пристрої за прийнятною ціною. Відео 360° стане ще доступнішим – кількість пристроїв, що знімають і відтворюють збільшується. Журналістика розширеної реальності стає дешевшою й технічно доступнішою, і скоро подібні проекти зможуть готувати все більше редакцій, тематичний спектр розшириться.

Технологія розширеної реальності вже в найближчому майбутньому радикально змінить вигляд журналістики. В медіа все глибше проникає досвід віртуалізації і принципи технологій з конвергентних галузей інформатики: відеоігр, інтерактивного кіно, відеоінсталяцій.

Однією із найбільших проблем XR є недостатня виробнича здатність і доступність гаджетів. Досі шоломи страждають від поганої графіки і низької роздільної здатності. Одна з технологій рендерингу передбачає максимальну деталізацію по центру дисплея, куди направлено погляд.

Реалізму XR може додати технологія передачі ароматів, але і тут є багато проблем. Наприклад, у людей може виникнути алергія. Або що робити з неприємними, чи навіть шкідливими запахами?

Експерти відзначають, що глядачі швидко втрачають інтерес до віртуальних проєктів, якщо творці не дають їм більше свободи дій. Ще одним трендом розвитку технологій стане збільшення можливостей глядача у віртуальних історіях: вони стануть більш гіпертекстуальними (нелінійними), даватимуть більше поглядів на одну тему. Незабаром з'явиться нова модель VR-проєктів: не разові спеціальні матеріали, а «пакекти», доступні на різних мультимедійних платформах.

Треба враховувати час, проведений у віртуальності, інакше можна повністю втратити відчуття реальності. З допоміжного елементу вона стає правлячим фактором. За допомогою новітніх технологій певні групи людей можуть контролювати масову свідомість, впливати на неї і маніпулювати. Медіа і гаджети не завжди є благом для людства, інколи вони можуть шкодити: відбирають бажання жити в реальності, любити, проводити час із близькими без додаткових пристроїв.

В найближчі 5 років XR сильно не зміниться: стане мобільнішим, якіснішим, хмарним, дешевшим. Пристрої для прийому стануть глобальними. Буде не потрібен телевизор для прийому зображення, воно буде повсюди. Розширена реальність має великий потенціал у модернізації.

До піку розвитку сучасної електроніки ще далеко. Більшість творців контенту визнають, що хоча повноцінної XR в журналістиці ще немає, але вона з'явиться найближчим часом. Вірогідно, що відео 360° стануть кроком у напрямку до справжнього VR. Наступний крок – масовий вихід розширеної реальності з розважальної сфери у інформаційний сектор.

REFERENCES

1. Пять идей доклада по виртуальной реальности, подготовленного центром цифровой журналистики Тоу / Международная журналистская сеть. 2015. – Режим доступа: <https://ijn.net.org/ru/story/пять-идей-доклада-по-виртуальной-реальности-подготовленного-центром-цифровой-журналистики-тоу>
2. Бирюков В. А. Использование технологии дополненной реальности при конструировании контента средств массовой информации. М., 2016.
3. Федоришин Л. Доповнена реальність змінює світ: нові можливості та нові ризики // Медіакритика. 2018. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/dopovnena-realnist-zminyuye-svit-novi-mozhlyvosti-ta-novi-ryzyky.html>
4. Як віртуальна реальність вплине на журналістику – дослідження Associated Press // Mediasapiens. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/yak_virtualna_realnist_vpline_na_zhurnalistiku_doslidzhennya_associated_press/
5. Замков А.В. О виртуальном расширении медиареальности // Медиаскоп, 2017. Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2351>

6. Малинка В. Світ 360: чому ЗМІ закохуються в цей формат / Mediasapiens. 2016. – Режим доступу: https://ms.detector.media/web/online_media/svit_360_chomu_zmi_zakokhuyutsya_v_tsey_format/

EXTENDED REALITY AS A NEW INSTRUMENT FOR JOURNALISM: FROM CURRENT TO MODERN

Anna Polisuchenko

*Kyiv National University of Culture and Arts
36 Ye. Konovalts Street, 01133, Kyiv, Ukraine*

e-mail: polisuchenko@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9179-1017>

Extended reality technologies are actively used in modern journalism. They give the opportunity to transmit information more emotionally. But the possibilities of manipulative influence on the audience also increase. A detailed study of the new technology will help minimize its harmful effects and make the use of the media more useful.

The article investigates the theory and practice of the formation of extended reality in journalism, analyzes the world experience, organizes terminology, examines Ukrainian experience and determines the prospects of development.

Both traditional media and digital media (bloggers, vloggers, streamers, sites, and other forms of social communication) are considered, which are often ahead of the traditional media of the broader reach of the audience.

The extended reality in the near future will radically change the look of journalism. In the media both the terms of production of content and its consumption change simultaneously, which transforms the journalism of extended reality into one of the most important branches of the media industry.

The media is increasingly penetrating the virtualization experience and the principles of creative technologies from convergent branches of computer science: computer simulation, video games, interactive cinema, video installations. Although these technologies have indirect implications for extended reality journalism, they are involved in the production of extended media reality, and their impact is increasing rapidly.

One of the biggest problems with XR is still the lack of gadgets. By the peak of the development of modern electronics is still far. Most creators of the content admit that although full XR in journalism is not yet, but it will appear soon. It's likely that the 360° video will be a step towards the true VR. The next step is mass exodus of extended reality from the entertainment sector to the information sector.

Key words: extended reality, immersive journalism, virtual reality, augmented reality, interactivity.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 84–89 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9988>

УДК 070.1:355.01]:316.66-054

ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПОЗИЦІЯ ГРОМАДЯНИНА ЧИ ОБ'ЄКТИВНИЙ ПРОФЕСІОНАЛІЗМ

Ярослав Сиваківський

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Ген. Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: syvakiivskiyaroslav@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1008-6229>

В статті розглянуто питання професійного позиціонування журналіста в умовах активної збройної агресії проти його країни. Зокрема, проаналізовано основні стандарти роботи журналістів у мирний час, їхня відповідність до воєнних реалій.

Було вивчено попередні дослідження науковців стосовно проблеми, проведено аналіз їхніх висновків та співставлення з роботою українських журналістів з початку збройної агресії Росії.

Доведено, що ніякі професійні стандарти у час нападу країни-агресора не можуть бути важливішими за громадянську позицію.

Ключові слова: стандарти ВВС, стандарти журналістики, професійна етика, збройний конфлікт.

Анексія Криму та вторгнення Російської Федерації на території Донецької та Луганської областей поставило нас перед новою реальністю – життя в умовах війни. Українські громадяни зіштовхнулися з проблемами, до яких не були готові – швидка мобілізація населення, спрямування ресурсів на допомогу армії, намагання не стати жертвою інформаційних атак тощо.

І якщо суспільство доволі швидко пристосувалося до нових умов, то українська журналістика не була готова до таких змін. Репортери просто не зрозуміли, як діяти – залишатися «нейтральними професіоналами» чи бути насамперед громадянами своєї країни.

Виникли відверті дискусії, про які мало хто згадував раніше, як відкрито протистояти відвертій і свідомій брехні російської журналістики, як зробити ефективними українські інформаційні кампанії [1]. Постає етична проблема – чи може журналіст, до якого за замовчуванням прислухається велика кількість людей, використовувати свій вплив значно ширше професійного призначення. Проте разом з тим хіба не безпека Батьківщини та співгромадян є найпершим завданням журналіста?

Упродовж останніх років доволі часто можна почути про «необхідність дотримуватися стандартів ВВС»: балансу думок та точок зору, оперативності, достовір-

ності, відокремлення фактів від коментарів, точності подачі інформації та повноти представлення фактів. Але чи можемо ми у час інформаційної війни, яка триватиме ще довгі роки, керуватися лише професійними стандартами іноземного видання? Хіба не варто коригувати усі стандарти під ті умови та виклики, які постали перед нами? Що має бути першим для жителя країни, на яку здійснили воєнний напад: професія чи громадянська позиція?

Усі ці запитання зумовлюють **актуальність** нашого дослідження. Дати на них об'єктивну відповідь важливо бодай тому, що агресія Росії на Сході нашої держави триватиме ще довго, позаяк передумов для ствердження зворотного наразі немає.

Журналісти – чи не найважливіші суб'єкти в інформаційній війні. Саме від них залежить, які терези переважають – нашої правди чи солодких обіцянок легкого шляху, який нав'язує нам ворог.

Аналіз досліджень. У роботі було проаналізовано праці С.А. Костя, Г.Г. Почепцова, М.О. Мацуки, О.В. Прудникової та інших авторів. У своїх дослідженнях науковці сходяться на думці, що при нападі агресора на країну журналіст перестає бути об'єктивним передавачем інформації та по суті стає бойовою одиницею інформаційного фронту, який є не менш важливий, аніж військовий.

Мета дослідження полягає у визначенні професійної позиції українського журналіста під час збройної та інформаційної агресії проти його країни. Як вирішити дилему: професійні стандарти чи інтереси держави? Втім, слід критично розглянути це питання – проблема насправді існує чи нав'язана кимось зі сторони?

Вивчення попереднього досвіду, аналіз впливу журналістів на суспільство під час агресивних інформаційних атак Російської Федерації, розгляд журналістських стандартів та вимог воєнного часу є завданням нашого дослідження.

Завданням дослідження є вивчення попередніх праць науковців, присвячених цій проблематиці, проєкція їхніх висновків на сьогоденні реалії та дослідження етичного позиціонування журналістів в період збройної агресії проти України.

Незалежна журналістика та свобода слова – головні атрибути демократичного суспільства. Медіа диктують інформаційну повістку дня, контролюючи таким чином владні органи, намагаються зробити суспільство більш поінформованим про важливі події.

Етичні кодекси, спираються на «стандарти ВВС», адже це видання вважається прикладом неупередженості, об'єктивності та професіоналізму. Про які ж стандарти йде мова? Інститут масової інформації (ІМІ) називає 6 стандартів, яких повинен дотримуватися український журналіст згідно з Етичним кодексом [2]:

1. *Баланс думок і точок зору.* Відповідно до п. 10 Етичного кодексу українського журналіста, точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів.

2. *Оперативність.* Пункт 1 Кодексу професійної етики українського журналіста визначає, що головний обов'язок журналіста – сприяти забезпеченню права громадян на одержання оперативної інформації.

3. *Достовірність* (посилання на джерела). Пункт 6 Етичного кодексу українського журналіста визначає, найпершим обов'язком журналіста є повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події. Будь-яка тема потребує максимально повного набору фактів і думок. Тому завдання журналіста все

це знайти в компетентних джерелах. Міжнародна декларація принципів поведінки журналістів закріплює, що журналіст зобов'язаний подавати інформацію, посилаючись на факти, походження яких він/вона знає.

4. *Відокремлення фактів від коментарів.* Пункт 9 Етичний кодекс українського журналіста встановлює, що факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного.

5. *Точність подачі інформації.* Пункт 1 Кодексу професійної етики українського журналіста встановлює, що журналіст поширює і коментує лише ту інформацію, у правдивості якої переконаний. Він уникає неповноти або неточностей чи викривлень інформації, які могли б завдати моральної шкоди честі та гідності людини, неприпустимі з його боку недостовірні повідомлення. Міжнародна декларація принципів поведінки журналістів закріплює, що повага до істини та права громадськості на правду – перший обов'язок журналіста.

6. *Повнота представлення фактів та інформації з проблеми.* Згідно з п. 6 Етичного кодексу українського журналіста, найпершим обов'язком журналіста є повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події. Будь-яка тема потребує максимально повного набору фактів і думок. Тому завдання журналіста все це знайти в компетентних джерелах.

Але чи реально (припустимо?) дотримуватись цих стандартів у час активного збройного протистояння? Наприклад, екс-шеф-редактор «Нового каналу», а нині редактор «Телевізійної служби новин» Ігор Куляс вважає, що журналіст мусить це робити. На його думку, журналіст «має давати точку зору двох сторін, а не тільки проукраїнської» [3]. Чи можемо ми з ним погодитися? Навряд.

Позиція Ігоря Куляса – це стандарт «баланс думок та точок зору», що в мирний час є обов'язковою вимогою для подачі інформації. Але чи можна розглядати збройну та інформаційну агресію Росії проти України як звичайний конфлікт? Чи можемо ми надавати платформу для висловлювання тим, хто хоче нас захопити або знищити? Який Етичний кодекс виправдає таку діяльність? Дослідники етики журналістики стверджують, що «при висвітленні подій у зоні АТО головним для ЗМІ є відображення позицій обох сторін конфлікту або максимальне прагнення до об'єктивності» [4], але яка в цьому потреба? Якою є мета трансляції позиції ворога у широкі маси? Демотивувати власне населення? Знівелювати усі спроби подолати ворожу пропаганду? Це суперечить будь-якій логіці. Можемо запитати: «На кого працюють стандарти у час війни?».

Також доволі цікавою виглядає необхідність наявності «незалежних експертів», проте як ми перевіримо їхню незалежність? Ні для кого не секрет, що в Україні майже немає незалежних та неупереджених ЗМІ. То перевірка яких критеріїв дозволить нам говорити про те, що експерт незалежний, а не працює на ворога або внутрішнього противника? Цікаво, що сам термін «незалежний експерт» передбачає «відповідальність за неправдивість наданих даних». Але у наших реаліях жоден «експерт», який прогнозував занепад України, інфляцію, відтік кадрів та поразку нашої армії, не поніс ані найменшої відповідальності за злочинну у час війни дезінформацію.

Наступний пункт – достовірність інформації. З цією вимогою не можливо не погодитися, але потрібно робити наголос на запитаннях «А як саме потрібно подавати цю інформацію?», «Які наслідки це матиме?». Воєнний час вимагає не лише точності інформації, аби запобігти впливу ворога на маси, але й прогнозувати вплив

трансляції певної інформації у широкі маси. Теж саме стосується «повноти» подачі інформації – треба розуміти, що кількість жертв, позиції наших військових тощо апіорі не можуть подаватися.

Очевидно, що збройна агресія проти рідної країни впливає на весь устрій життя, і на професійні журналисти вимоги теж. Інформаційний порядок денний – надзвичайно важлива річ у час збройного протистояння ворогу, проте українська журналістика прогнала цей плацдарм, і сприяли цьому «стандарти ВВС», які скомпрометували себе, ставши зручним інструментом для маніпуляцій, коли правда й відверта брехня помилково зрівнюються між собою, залишаючи вакуум невизначеності, коли журналіст хоче показати, що він «над битвою», осторонь процесів, що відбуваються [5].

При більш глибокому вивченні стає зрозумілою «нейтральна» позиція більшості журналістів. Усіма найвпливовішими українськими ЗМІ володіють олігархи, пов'язані з Росією, тому й аудиторію вони хочуть зробити або проросійською, або «нейтральною». Зокрема, за інформацією відповідних державних установ (Державної статистичної служби України, Книжкової палати ім. І. Федорова) та органів (Державний комітет телебачення і радіомовлення, Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення) галузь масової інформації характеризується високим рівнем пов'язаності з політичними партіями та фінансово-промисловими групами [6: 105].

Але повернемося до стандартів. Доволі сумнівною у час війни виглядає вимога «повноти подачі інформації». Наприклад, втрати на лінії фронту – це прерогатива військових, тому журналісти можуть подавати лише ту інформацію, яку почули на брифінгу представника РНБО. Потрібно розуміти, що військові ідентифікують загиблих, повідомляють рідним та близьким цю жахливу звістку, і лише потім дають цю інформацію у суспільство. Неприпустимо, щоб здогадки журналістів посяли паніку у суспільстві. Також не має права повідомляти про локацію розташування та напрям пересування українських військ. Хоча власне з цією вимогою журналісти погоджуються без обговорення, адже розуміють, що у разі витоку цієї інформації ворог завдасть удару, внаслідок якого можуть загинути люди. Втім потрібно, аби журналісти розуміли, що не лише це правило потрібно порушувати задля безпеки країни.

Те ж саме стосується оперативності подачі інформації. Якщо журналіст зняв сюжет на лінії фронту – він мусить дати його на перевірку військовим, аби упевнитися, що в кадр не потрапило нічого зайвого, а у його словах немає жодного натяку на локацію підрозділу, під охороною якого він перебуває.

Цивільні журналісти також повинні обачніше ставитися до того, що поширюють. Справа в тім, що зараз інформаційні портали працюють конвеєром: на сторінці сайту свіжа новина має з'являтися кожні 10 хвилин. Це неабияк грає на руку ворогу, адже журналіст просто не має часу перевірити інформацію – він публікує новину, вказуючи джерело, таким чином перекладаючи відповідальність за правдивість даних на нього.

Ми вже бачили прецеденти, коли ЗМІ мусили вибачатися за недостовірність інформації. Проте такі випадки поодинокі, а порушень етичного кодексу власне у перевірки даних набагато більше. Негативна риторика засобів масової інформації є притаманною більшості суспільства. Цікаво, що є відсоток людей, які власне фінансове благополуччя ставлять понад безпеку та суверенітет держави. У цьому можна

звинувачувати як Міністерство інформаційної політики, яке не зуміло створити чітку програму дій для протистояння з ворогом на інформаційному полі, так і журналістів, які у погоні за високими рейтингами та піаром власних персон забули про свою місію та завдання.

Висновки. Війна встановлює нові правила. Коли ззовні державу атакує ворог, потрібно робити усе, аби відбити його напад. Кожен, хто намагається відмежуватися від ситуації різноманітними професійними стандартами та етичними кодексами – створює для ворога чисельну більшість, адже може й несвідомо, але допомагає йому.

Кожен журналіст повинен розуміти, що збереження територіальної цілісності держави – його першочерговий обов'язок, і саме ідею боротьби за соборність та незалежність, особливо в час війни, він має транслювати широкій аудиторії.

Мас-медіа визначають «інформаційний порядок денний» та розставляють акценти на інформаційному полі країни. І якщо війна перестане бути головною темою для журналістів – вона втрачатиме вагомість і для громадян, що створить ворогу сприятливий плацдарм для поширення дезінформації та демотивуючих гасел.

Коли журналіст вирушає у відрядження висвітлити збройний конфлікт інших країн – він може дозволити собі бути нейтральною стороною. Якщо агресор напав на його країну – журналіст стає солдатом інформаційного фронту і насамперед має керуватися не професійними стандартами і етичними нормами, а ідеєю збереження незалежності своєї країни.

REFERENCES

1. Журналістика і війна: навч. посібник / С.А. Кость. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. 414 с.
2. Журналістські стандарти : інформаційна довідка [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. 2011. 31 трав. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistski-standarti-informatsiy-na-dovidka/>
3. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни [Електронний ресурс] // MediaSapiens. 2014. 29 жовтня. – Режим доступу: https://ms.detector.media/ethics/standards/standarti_y_etika_zhurnalistiki_v_umovakh_neogoloshenoj_viyini/
4. Портрет українського журналіста в умовах неоголошеної війни на Сході України / С.В Бірюков // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Морально-етичний дискурс сучасних ЗМІ в координатах викликів доби: (Буча, квітень, 2016). К.: Міленіум, 2016. 160 с.
5. Журналістські стандарти та протидія інформаційним атакам Кремля: як поєднати [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. 2018. 20 січня. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28985834.html>
6. Державна інформаційна політика як механізм реалізації інформаційної функції сучасної держави / В. М. Вакулич, О. Є. Бухтатий // Публічне управління: теорія та практика. 2014. Вип. 1. С. 97-107. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2014_1_17

JOURNALISTIC STANDARD SIN WARFARE: CITIZEN'S POSITION VERSUS OBJECTIVE PROFESSIONALISM

Yaroslav Syvakivskyi

*Ivan Franko National University of Lviv
Gen. Chuprynky street, 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: syvakivskiyaroslav@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1008-6229>*

The issue of professional positioning of a journalist in the conditions of active armed aggression against his country is considered in this article. The following position of the previous scholass is studied: not only during the war, but also in peacetime, the journalist should first of all be a citizen of his country and act in favor of his state, and only then follow the standards of journalism.

Also, the study analyzed in detail such «BBC standards» as the balance of opinions and points of view, efficiency, reliability, separation of facts from comments, accuracy of information, completeness of presentation of facts. Since the purpose of the study was to determine the position of a journalist in a war against his country, we dwelt on explaining each standard, in particular as well as its interpretation according to the Ethics Code of a Ukrainian journalist.

In our work, examples are given when compliance with journalistic standards was at the expense of the Ukrainian Army and the state as a whole. Thus, the question arose: can the activity against the state in the time of armed attack on its territory from the Russian Federation justify the desire to adhere to professional journalism standards the answer is «no».

Since the journalist is an important unit of information warfare, which necessarily accompanies any armed attack, he must do everything to win his party. Clearly, no one will force him to manipulate or provide false information. However, his activities should be focused on the successes of his army and country, because otherwise he can demotivste the military and the population. That is why any standards in journalism should be adjusted according to the requirements of wartime.

A journalist should do everything to make his material, albeit small, but a positive achievement for his state, which opposes the aggressor. It is necessary to understand that the enemy spends very large resources on information attacks, and if it does not get a clear response – it will be extremely difficult to withstand this war.

Key words: BBC standards, journalistic standards, professional ethics, armed conflict.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 90–99 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9989>

УДК 007 : 304 : 001

МАНІПУЛЯЦІЯ У ФОТОЖУРНАЛІСТИЦІ ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Ярослав Табінський

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Ген. Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: tabinskyi@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5122-4253>

Описано поняття маніпуляції та її місце у сучасній фотожурналістиці. Охарактеризовано приклади маніпулятивної пропаганди під час інформаційної війни. З'ясовано принципи ілюстрування фейкових матеріалів, які створюють пропагандивні редакції. Визначено умови та способи протидії маніпулятивним технологіям у фотожурналістиці.

Ключові слова: маніпуляція у фотожурналістиці, фейки, інформаційна війна, «Міна Муравського», маніпулятивна пропаганда.

Медіадослідження, які стосуються маніпуляції, є особливо актуальними в час інформаційної, психологічної, економічної та військової агресії Російської Федерації проти України. У сучасному медіапросторі реципієнт сприймає візуальну інформацію, якою максимально наповнені не лише друковані шпальти, але й інформаційні агентства, веб-портали, а особливо соціальні мережі, які дуже часто виконують маніпулятивну функцію. Насамперед це вплив на емоції, внутрішній духовний та моральний стан людини задля досягнення конкретної мети – переважно розчарування, недовіри, сумніву та навіть страху. Завдяки вдалим образам, символіці та деталям, які найкраще передає фотографія, медіа й впливають на громадськість, формують суспільну думку, створюють певні візуальні шаблони, які використовують для пропаганди.

Мета дослідження зумовлена потребою наукового осмислення сучасних маніпулятивних технологій та полягає у з'ясуванні особливостей маніпуляції у фотожурналістиці в умовах інформаційної війни.

Серед завдань, які необхідно виконати для досягнення мети, – визначення поняття та основних характеристик маніпуляції в медіа, виявлення та аналіз випадків маніпулятивної пропаганди, якої досягають за допомогою впливу фотоілюстрації, окреслення основних способів протидії маніпуляції у фотожурналістиці.

Для окреслення теоретичної складової дослідження використано праці українських науковців Василя Лизанчука, Юрія Шаповала, польського дослідника зобра-

жальних медіа Казімежа Вольного-Зможинського, американського теоретика Кеннета Кобре.

Визначення «маніпуляція», за словниковим тлумаченням, означає дію з об'єктами із певними намірами або ж цілями. З латинської мови слово *manus* – рука, *manipulus* – пригорща, жменя, від *manus* і *ple* – наповнювати. У переносному значенні в більшості випадків маніпуляцію трактують як метод чи спосіб впливу на людей або ж управління ними.

Поняття маніпулятивної пропаганди розглядає професор Василь Лизанчук у своєму підручнику «Інформаційна безпека України: теорія і практика». Автор з'ясовує, що маніпуляція – це вид духовного, психологічного впливу, який потребує значної майстерності і знань. Переважно мішенню дій маніпулятора є дух, психічні структури людської особистості. Ідеологічна машина використовує особливі формати маніпулятивної пропаганди такі як метод «гнилого оселедця», тобто медіа підбирають брехливе звинувачення і спрямовують на те, щоб викликати широке публічне обговорення [1, 592].

Часто, задля досягнення особливого впливу на реципієнта, ЗМІ використовують фото для ілюстрування матеріалів, що стосуються суспільно значущих подій, зовнішньої та внутрішньої політики, життя представників влади, шоу-бізнесу тощо.

У 20-их роках ХХ століття маніпулювання фотографією було не лише стандартною процедурою, але й сферою мистецтва. У своєму виданні «Прес-фотографія. З об'єктивом за кулісами надзвичайних подій» професор Сан-Франциського університету, дослідник фотожурналістики Кеннет Кобре характеризує зображальну маніпуляцію, яка розпочалась саме з розвитком друкованих медіа. Сучасні редактори шукають нові способи зацікавлення читачів і підживлюють їх увагу, маніпулюючи фотографіями на екранах комп'ютерів, так само охоче, як їх попередники, що використовували ножиці і клей, 90 років тому [2, 390]. Американський науковець описує випадки маніпуляції фотографіями у дуже авторитетних виданнях: *Time*, *Newsweek*, *New York Times*, *National Enquirer*, *National Geographic* та інших.

Дослідник фотожурналістики професор Юрій Шаповал зазначає, що фотографія має велику силу переконання, яка полягає в тому, що глядач вірить фотографії як документальному зображенню. Елементи зображальності фотожурналістики зумовлюють нові якості фотографії, зокрема «ефект присутності» та історичну цінність. Ще однією особливістю є вплив на свідомість завдяки зв'язку між відчуттями (зором людини) та почуттями (емоції, які виникають через сигнали мозку) [3, 81].

На думку польського теоретика зображальних медіа Казімежа Вольного-Зможинського, фотографії, які є відображенням реальності, зберігають не лише пам'ять про навколишній світ, але й допомагають його бачити та краще розуміти. Кожне зображальне повідомлення швидше доходить до одержувача, який без сумніву вірить в щось, що йому показують, а не лише розповідають про щось. Малюнок був однією з найстаріших форм передачі новин. З давніх часів заміняв слово, і чим більше містив значень і символів, тим більше впливав на уяву одержувача [4, 31].

Небезпечним явищем є маніпуляція фотозображенням задля досягнення пропаганди. Щоправда, в цьому випадку завжди потрібно відмежовувати постановку та реальність – зрежисовані сцени та документальне свідчення подій, що відбуваються особливо в місцях воєнних конфліктів. У 2016 році неприємний випадок навколо фотоілюстрацій зі сходу України серйозно змінив ставлення світових медіа до

українських журналістів. Було порушено межу маніпуляції зображенням. Тоді українські фотожурналісти оскаржили спробу радника міністра оборони видати пропаганду за документальне фото із зони воєнних дій. Це явище журналісти та дослідники зображальних медіа з того часу називають «міна Муравського».



«Вибух... Двоє українських бійців несуть третього на плечах. Позаду – стовп диму, зліва – дитячий візочок. Ще лівише – руїни незакінченої війни...» [5]. 4 червня 2016 року Дмитро Муравський, радник міністра оборони, бізнесмен та волонтер, публікує в своєму Фейсбуці фото трьох бійців, які біжать на тлі диму від вибуху. Це зображення Дмитра Муравського «облетіло» світову мережу миттєво. Головний редактор видання «Цензор.нет» Юрій Бутусов зазначив, що цей знімок необхідно зробити знаменитим як еталон військової фотожурналістики, адже в цьому кадрі: біль, страх, ненависть до ворога, жаль до зруйнованого миру... Фото справді вдалося зробити знаменитим. 14 тисяч вподобань (лайків) та 6 тисяч поширень – так розтиражували картину з фронту. Світлинку опублікували міжнародні видання, поширили в офіційних сторінках авторитетні політики Європи та США [6]. Але згодом Україна отримала не підтримку, співчуття чи розраду щодо інформації з фронту, а протилежне – відчай та недовіру до засобів масової інформації.

Фотокореспонденти, які по-справжньому працюють на передовій, а деякі з них ледве залишились живими після Іловайського котла, не змогли пропустити таку постановку, яка протидіє обличчю української журналістики, принципам правдивості та об'єктивності. Близько 20 авторитетних фотожурналістів, які висвітлюють події на сході України, звернулись із заявою щодо професійного інциденту. Деякі тези із заяви-звернення: «На жаль, виникла небезпечна ситуація для української фотографії в цілому і журналістики зокрема. По-перше, це новий стимул для РФ зайвий раз розповісти про те, що українці імітують військові дії. По-друге, пильні авторитетні ЗМІ вже порівнюють ці фото зі стилем подачі інформації Lifenews. По-третє, історія з цими фото може призвести до того, що українське суспільство та авторитетні закордонні медіа частково втратять довіру до української журналістики та фотожур-

налістики. Наголошуємо, що єдине, в чому ми зараз виграємо у конфлікті з РФ – це безкомпромісна та правдива подача інформації із зони ведення бойових дій» [7].

За чіткими професійними критеріями Макс Левін, Єфрем Лукацький, Сергій Лойко, Олександр Гляделов та інші вияснили, що ніякого артобстрілу в Широкіному на той момент не було, а підриг був дистанційний. Зауважили також характер вибуху – насичений дим, розліт уламків, неприродна поведінка військових. Щоправда, у міністерстві зазначили, що фото в жодному разі не є постановкою.

В інтерв'ю для *Ukrainske.ua* фотокореспондент Олександр Гляделов зазначив: «Я належу до тих, хто переконаний, що без правди – нікуди. Основна проблема в тому, що немає розуміння на державному рівні, наскільки правда важлива. Не можна естетизувати війну, це один з найгірших проявів існування на нашій планеті. Має з'явитися розуміння в Адміністрації президента, що треба міняти ставлення до того, як все це показується» [5].

Автор фото Дмитро Муравський, керівник інформаційно-координаційного центру української армії, також був радником міністра оборони, волонтером. Після скандалу навколо відомого фото він захищав власну честь та намагався довести, що фото не зрежисоване, постановки не було і все насправді реальне.

Ситуація принесла загрозу для репутації українських ЗМІ. Виникла проблема довіри до України, адже створювати постановки та маніпуляції там, де насправді відбувається захист національних інтересів, дуже недоречно. Автора звільнили з Міністерства оборони, проте негативні наслідки тривають і донині, а явище постановки в українській журналістиці тепер називають «міною Муравського». Чому саме міною? Тому що ця зброя може зірватися в найбільш неочікуваний момент та нашкодити найбільше. Такою інформраційною «міною» й стала фотографія Дмитра Муравського в 2016 році.

Після рішення Міністерства оборони щодо звільнення Дмитра Муравського з посади радника міністра, журналіст Мустафа Найєм прокоментував цю складну ситуацію: «Питання не в тому чи дозволено, чи заборонено знімати постановочні фото, чи ефективно це, чи ні. Такий жанр існує і очевидно спрацьовує. Особливо в рекламних постерах або в сюжетах *Russia Today*. Проблема в іншому – називати конкретні постановочні кадри документальними – це приниження і обезцінення роботи тисяч інших фотокореспондентів, які ризикують своїм життям заради відтворення реальності» [6].

Українські журналісти в умовах інформаційної агресії з боку Російської Федерації у жодному разі не можуть допускати порушення основних стандартів та професійних правил задля видовищності картинки. Коли йдеться про інформаційну безпеку, важливо розуміти, що Росія через свої агресивні дії не відмовиться від спроб контролю над інформаційним простором, а через нього – над цінностями, настроями та поведінкою жителів підконтрольних територій.

На думку професора Василя Лизанчука, ґрунтовний аналіз діяльності ЗМІ в Україні дає підставу стверджувати, що всі принципи журналістики повинні ґрунтуватися на засадах україноцентризму, тобто україноцентризм має виконувати роль інтегративного принципу формування журналістського професіоналізму і функціонування ЗМІ [8].

З цього приводу британський фотожурналіст та засновник Оксфордського фестивалю Робін Лоранс вважає, що всі майстри медійних маніпуляцій відчувають силу фотографій і використовують її, щоб, наприклад, виставити політиків в

певному ракурсі. Іноді, щоб отримати на виборах більше голосів, вони готові зайти надто далеко. Фотографія є свідченням історії, так як колись був живопис. Ми віримо фоторепортерам, як художникам. «Проблема маніпуляцій в тому, що вона підриває авторитет фотожурналістики. Іноді, повернувши камеру на десять градусів, ми можемо отримати зовсім іншу історію. Завдання фотожурналіста – документувати те, що відбувається, а не інтерпретувати його» [9].

Один з найвідоміших українських фотокореспондентів Єфрем Лукацький в інтерв'ю для порталу Ахіос розповів про умови праці фотожурналістів з огляду на морально-психологічні аспекти професійної діяльності: «Бували моменти, коли поряд зі мною були зруйновані приміщення, з яких долинали крики про допомогу. Та все, що я міг зробити, – сфотографувати їх. Але чи може фото зупинити кровопролиття? Це питання, яке лишатиметься без відповіді завжди. Зусилля – це не запорука успіху. Фотожурналісту потрібно бути в правильному місці в правильний час» [10].

Команда порталу StopFake працює над перевіркою фактів з березня 2014 року. Саме після трагічних подій на Майдані в Києві, особливо після анексії Криму та початку бойових дій на Донбасі, розпочалась маніпулятивна пропаганда не тільки на окуповані території, але «рупор агресора» максимально спрацював і для Європи, адже трансляції з фейковими новинами поширювали майже на всіх мовах Європейського союзу. Такого інформаційного тиску ніхто не очікував, а держава ніколи не створювала бар'єрів недовіри, а тим паче не було розроблено концепції інформаційної безпеки та протидії ворожій пропаганді, особливо в інших країнах.

Журналісти, редактори, програмісти, перекладачі сайту StopFake визначають та перевіряють неправдивість фактів кремлівської пропаганди, які щодня з'являються в медійному просторі. Протидіяти такому явищу складно, проте спроби активістів не є марними. Відомо, що на підсвідомість людини найперше впливає зображення, а тоді вже звук чи прочитаний текст. Саме за допомогою зображальної маніпулятивної пропаганди твориться потрібна картинка, з якої й розпочинається новина. Так для прикладу найяскравішим випадком штучно створених пропагандистських новин є фото маленького хлопчика з Донбасу, який в образі сироти розшукує своїх батьків на тлі зруйнованого українського села. Інформацію подають кремлівські медіа наче «что мальчик ищет свою мать среди развалин разбомбленного ВСУ дома». Лише завдяки зображенню дитини, що суперечить будь-яким нормам журналістської етики, та тексту про розбомблену домівку українськими військовими, пропагандисти отримали емоцію. Саме це почуття, яке розглядають науковці-теоретики, допомагає реципієнтові повірити у зображення, адже фото – документальне. Жаль, біль, розпач, але й ненависть до тих, хто завдав дитині цих жахів – це перше, що на підсвідомому психологічному рівні відчуває глядач. А далі текст: «После очередного обстрела со стороны украинских освободителей»... Згодом медіаексперти з'ясували, що фотографія – це кадр з відеокліпу «Ангел. Песня о детях Донбасса», в якому діти шукають батьків серед руїн. Насправді батьки хлопчика живі та здорові, сім'я проживає в селі Нікішиному, яке перебуває під контролем російсько-окупаційних військ. Щоправда фотоінформація отримала десятки тисяч репостів, а особливо перепублікацій з антиукраїнським підтекстом у світових медіа. 4 жовтня 2017 року цей пост поширили близько 2000 користувачів у Швеції [11].

У мережі дуже багато зображень, які використовують як інструмент пропаганди. Це підриває довіру суспільства до журналістів та редакцій засобів масової інформації, але працює на користь антиукраїнських сил.

Під час візиту віце-президента Джо Байдена в Україну в 2015 році в соціальних мережах та проросійських інформаційних сайтах публікували фото, на якому тисячі людей стоять на колінах на вулиці Грушевського. Підписи до фотоілюстрації абсурдні та принизливі: «києвляне, которые «просят Байдена «спасти» их от Яценюка». Насправді фото зроблене під час поминальних заходів 18 січня в День пам'яті Героїв Революції Гідності [12].

Неодноразово пропагандистські медіа використовують не лише помилкові чи завідома неактуальні зображення, але й застосовують технологію ілюстративного монтажу за допомогою спеціальних програм, технічних редакторів тощо. Саме таким способом створюють фотомонтажі, на яких додають потрібні деталі для особливого інформаційного навантаження. У російських соцмережах стало популярне фото, на якому зображено занурення в ополонку чоловіка під час свята Водохреща. Заголовок новини надто провокативний: «Полк «Азов» окунувся в прорубь в виде свастики». Ополонка на змонтованому фото – у вигляді свастики, а в оригіналі – хрест. Крім цього світлину зроблено в російській Тулі ще в 2014 році [13].

Ще одне фейкове фото підтверджує маніпулятивну пропаганду в проросійських медіа. У соціальних мережах з хештегами: #Украина фашистская, #Хунта, #Каратели, #Гражданская война поширюють зображення з підписом «Марш УПА в Краматорске». На фото діти тримають банер із портретами Шухевича, Бандери і Гітлера. Нижче підпис: «Бог і Україна понад усе!». В Краматорську дійсно відбувались заходи до річниці створення УПА, щоправда фото зроблене 14 жовтня у Львові і замість Гітлера – портрет Коновальця. Пропагандисти вміло здійснили монтаж та ретуш і максимально поширили зображення в мережі [14].

Маніпуляцію використовують також і в географічному вимірі, коли «героями Донбасса» стають мешканці ізраїльських міст, які потерпають від ракетного обстрілу терористів з міста Газа. Російські ЗМІ видають фейкові новини, в яких «картинка» впливає на емоції найбільше, адже на фото діти, яких своїми тілами прикривають перехожі в Донецьку [15].

Український журналіст, медіаконсультант Олександр Піддубний провів дослідження «Біженці, яких нема, або маніпуляції з одним знімком» [16]. Тема, яку рапортують кремлівські медіа, стосується українських біженців, яким начебто Росія створює умови для комфортного життя на території Ростовської області. Жодних доказів цього Росія не має, натомість головною ілюстрацією для дискредитації України стала фотографія Андрія Петрова з агентства Associated Press, на якій зображена дівчинка крізь віконну шибу автобуса. Її українська влада евакуювала зі Слов'янська ще 6 червня 2014 року. Вперше фото з'явилося на сторінці видання Los Angeles Times 10 червня з повідомленням про розпорядження Петра Порошенка про евакуацію дітей. Далі фото підхоплює сербський проросійський сайт Politika, а вже потім працювали кремлівські пропагандисти. Лише один новинний портал Pravda.ru цією світлиною ілюструє більше п'яти матеріалів з такими заголовками: «В Новороссии гуманитарная катастрофа», «Новоросов ждут фильтрационные лагеря», «Дешифрация требует у Лаврова, чтобы Россия вернула детей-сирот, вывезенных из-под бомбежек», «Украинские военные обстреляли автобус с детьми на границе с Россией».

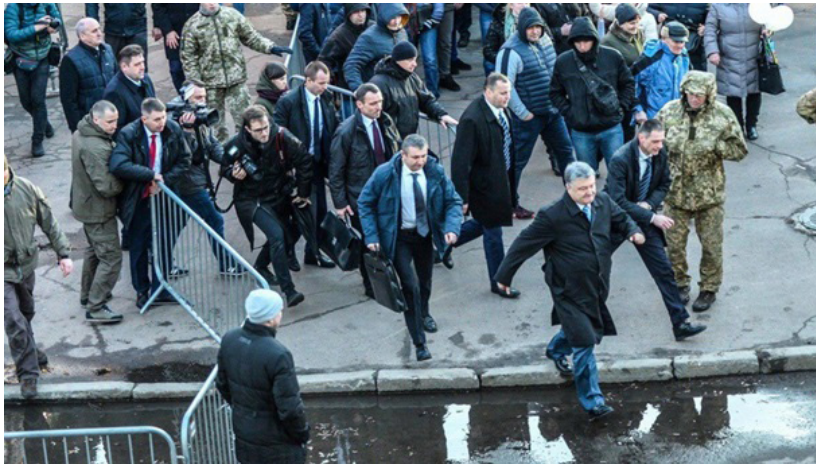
Пропагандисти готують чимало матеріалів англійською мовою, зокрема: «At least 500 Ukrainian refugees flee to Crimea daily» («Щонайменше 500 українських біженців щодня прибувають до Криму»). Не залишається осторонь конфлікту «русское православие», адже на російському християнському порталі Pravoslavie.ru вищезгадане фото української дівчинки в автобусі ілюструє текстівку з заголовком: «Митрополит Ростовский Меркурий: церковь делает все возможное, чтобы помочь беженцам». У тривожній новині російських церковників йдеться про надзвичайну ситуацію з «беженцями с Украины» в Ростовській області. Звісно, церква робить все можливе, щоб допомогти людям «избавиться от страха и оцепенения». Очевидно, фото маленької дівчинки, яку евакуювала українська влада подалі від проросійських терористів, мало проілюструвати цей «страх».

Дослідник Олександр Піддубний проводить паралелі та звертає увагу, що сайт Pravoslavie.ru також доступний і сербською мовою. А, як видно з початку дослідження, саме сербський сайт Politika використав фото дівчинки як антиукраїнський пропагандистський інструмент.

Автор переконаний, що з цієї історії можемо чітко виокремити інформаційні стовпи, на які опирається російська пропаганда. Насамперед це сербські прокремлівські медіа, які постійно описують підтримку донецьких ополченців та участь бойовиків із Сербії. Не обійшлося без підтримки російської православної церкви з усією агентурною мережею в Україні. Щоправда, медіадослідник не має відповіді на питання – чим завинила бідна дівчинка на фото, яку так жорстоко використали, відправляючи в кращому випадку в Крим, а в гіршому – у фільтраційний табір. Олександр Піддубний зазначає, що готовий надати докази в суді, а саме знімки з екранів та публікацій, а батьки дівчинки можуть спокійно позиватися до Європейського суду з прав людини проти антиукраїнських пропагандистів щодо захисту честі і гідності, а особливо використання фото їхньої дитини з корисливою політичною метою [16].

Використання фотографії для досягнення маніпулятивної пропаганди відбулось в час президентської виборчої кампанії навесні 2019 року. Одним з яскравих прикладів стало фото Леоніда Шевчука, фоторепортера агентства УНІАН, який висвітлював мітинг за участі Президента України Петра Порошенка в Житомирі. Як тільки фото з'явилось в мережі, російські пропагандистські медіа максимально поширили скадроване (обрізане) фото для ілюстрації новин із заголовками: «Побег Порошенко с митинга в Житомире». Ця світлина стала основою для маніпуляцій з інформаційним приводом «президент убегает из своего предвыборного митинга, после того, как местные жители довольно холодно его встретили» [17].

На фото чітко видно як Порошенко переступає широким кроком калюжу, а за ним услід поспішає охорона. Перспективи для руху об'єкта на фото немає, тому все, що залишилось поза цим кадром, для реципієнта російських медіа стає невідомим. Russia Today проілюструвала інформаційний матеріал з посиланням на портал Strana.UA [18]. Тисячі перепостів новини з фотографією президента-втікача, десятки тисяч вподобань у соцмережах, а в коментарях суцільні глузування, бруд, ненависть, інформаційна агресія та ворожнеча. Ефект від фото очевидний: інформаційним пропагандистам вдалось вразити ціль якнайточніше. Щоправда, відповідь прес-секретаря Президента України була миттєвою. Святослав Цеголко у своєму Фейсбуці завантажив серію оригінальних фото та повідомив: «Класичний фейк, коли фото підрізають. Сподіваюся, у тих, хто його поширив, вистачить сміливості подати спро-



стування. Ні сміливості, ні совісті не вистачить лише пропагандистам з РФ та їхнім посіпакам» [19].

Реакція автора фото з мітингу у Житомирі фотокореспондента Леоніда Шевчука стосувалася спростування: «Я – автор фото з Президентом, який йде до народу! Він не втік, не залишає, а переходить до натовпу з тисячі людей, в тому числі опонентів. Кадри зроблені перед мітингом, коли Президент тільки виходить до людей» [20]. Автор під цією публікацією подає також усі фото з події без будь-якої корекції.

Описаний приклад є один із зразків очевидної маніпуляції за допомогою потрібного ракурсу чи звичайного кадрування фотографії. Таку просту, але результа-

тивну технологію для досягнення інформаційної провокації пропагандистські ЗМІ використовують досить часто.

Зважаючи на описані маніпулятивні технології, українським журналістам необхідно найкраще співпрацювати з прес-службами та діяти на випередження, вміло протидіяти схожим технікам завдяки публікаціям з правдивим змістом, а фото та відеоматеріали використовувати як документальне свідчення подій, які відбулися. Серед можливих шляхів вирішення проблеми із загрозою російської пропаганди є створення спеціальних державних інституцій, які б контролювали використання маніпуляцій та створювали контрпропагандистські матеріали з поширенням на світові медіа.

REFERENCES

1. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика: підручник / В. Лизанчук. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 728 с.
2. Kobre K. Fotografia prasowa. Z obiektywem za kulisami niezwykłych wydarzeń. / K. Kobre // Polish language edition published by Helion S.A. 2011. P. 512.
3. Шаповал Ю. Феномен журналістики: проблеми теорії / Ю. Шаповал. Рівне : РВП «Роса», 2005. 248 с.
4. Wolny-Zmorzyński K. Fotograficzne gatunki dziennikarskie / Kazimierz Wolny-Zmorzyński. Warszawa. 2007. S. 136.
5. Тохмахчі А. «Міна інформаційної дії». Чим шкодять Україні постановочні фото з передової [Електронний ресурс] / А. Тохмахчі // Hromadske.ua. 2016. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/JQVz4d>
6. Сетевой П. Міна Муравського: в Україні розгорівся один з найгучніших мережевих скандалів [Електронний ресурс] / П. Сетевой // Apostrophe.ua. 2016. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/6dJvx5>
7. Заява українських фотожурналістів щодо ситуації з фотографіями Дмитра Муравського [Електронний ресурс] // LB.ua. 2016. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/ojtkK4>
8. Лизанчук В. Україноцентризм – інтегруючий принцип формування журналістського професіоналізму [Електронний ресурс] / В. Лизанчук // Journ.lnu.edu.ua. 2014. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/jFkRd9>
9. Гоші Т. Робін Лоранс: Головне завдання фотожурналістики зараз – вижити [Електронний ресурс] / Т. Гоші // Birdinflight.com. 2014. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/vTQqR7>
10. Фарисей А. Інтерв'ю з фоторепортером Єфремом Лукацьким [Електронний ресурс] / А. Фарисей // Axios.ua. 2017. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/uLpaGj>
11. Как фотофейк о мальчике из Донбасса «мигрировал» в Швецию [Електронний ресурс] // Stopfake.org. 2015. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/m169Zz>
12. Фотофейк: киевляне стали на колени перед Байденом [Електронний ресурс] // Stopfake.org. 2015. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/gN3U5X>
13. Фотофейк: Полк «Азов» окунувся в прорубь в виде свастики [Електронний ресурс] // Stopfake.org. 2015. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/bSi9NF>
14. Фотофейк: портрет Гитлера на плакате украинских националистов [Електронний ресурс] // Stopfake.org. – 2014. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/w6G6Nq>

15. Фотофейк: обстрел в Израиле представили как события в Донецке [Електронний ресурс] // Stopfake.org. – 2015. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/a2N2hH>
16. Піддубний О. Біженці, яких нема, або маніпуляції з одним знімком [Електронний ресурс] / О. Піддубний // Piddubny.com. 2014. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/uRJdV7>
17. В сети появилось фото спешно покидающего митинг в Житомире Порошенко [Електронний ресурс] // Russian.rt.com. 2019. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/mLyp8y>
18. Скандальное фото Порошенко. От кого и куда на самом деле бежал президент в Житомире [Електронний ресурс] // Страна.ua. 2019. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/КаA2T8>
19. Цеголко спростував фейк про «втечу» Порошенка з мітингу у Житомирі [Електронний ресурс] // Ukrinform.ua. 2019. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/icD4zE>
20. Шевчук Л. Репортер [Електронний ресурс] / Л. Шевчук // Facebook.com/leoztr. 2019. Режим доступу до джерела: <https://goo.gl/vZDLRr>

MANIPULATION IN PHOTOJOURNALISM AT THE TIME OF THE INFORMATION WAR

Yaroslav Tabinskyi

*Ivan Franko National University of Lviv
Gen. Chuprynky street, 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: tabinskyi@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5122-4253>*

In this article the author compares the manipulative technologies that are very active in the media. The topic is relevant during the Russian aggression on the territory of Ukraine. The concept of manipulation is described, examples of photography in the media are used, where manipulative propaganda is carried out. «Bomb of Muravski» is an important example in Ukrainian photojournalism. This phenomenon is associated with the creation of staging photos and the distribution of them as a documentary image. Explored fake news that distributing by Russian media. Propaganda is the basis of their work, and photography is an instrument. The truth is the most important weapon against manipulative propaganda.

Ukrainian journalists should work with press services, publish only true texts, photos, videos. A special role is played by the state in controlling manipulation and creating counterpropaganda. Russia's undeclared war against Ukraine urges an in-depth analysis, to understand functions, methods and forms of propaganda in current conditions. Extremely important to inform citizens of Russia and Europe about what is going on in Ukraine. To sum it up we may say that presence of Russian propaganda in Ukrainian media environment is possible due to certain habits, attitudes and stereotypes about Russia shared by certain part of Ukrainian society. Consequently, politicians and politically managed media are tempted to repeat foreign hostile propaganda and use it for their goals.

Key words: Manipulation in photojournalism, fakes, information warfare, «Bomb of Muravski», manipulative propaganda.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 100–107 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9990>

УДК 355.4:[316.6+159.9]:004.77(470+571+477)

ІСТОРИЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В НОВИХ МЕДІА ПІД ЧАС ПРОТИСТОЯННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ З УКРАЇНОЮ

Роман Хардель¹

Віталій Виздрик²

Національна академія сухопутних військ ім. гетьмана П. Сагайдачного

вул. Героїв Майдану, 32, 79026, Львів, Україна

e-mail: spantamano@ukr.net, v.vyzdryk05@gmail.com

¹ <https://orcid.org/0000-0002-2243-9722>

² <https://orcid.org/0000-0001-5427-5825>

В статті проаналізовано можливості та ефективність використання засобів масової інформації та засобів масової комунікації у глобальній мережі Інтернет як інструменту впливу на історичну свідомість у ході ведення інформаційного протистояння Російської Федерації з Україною. Розкривається сутність історичної свідомості як складової суспільної свідомості, а також інтернет-засобів масової інформації (далі – Інтернет-ЗМІ), засобів масової комунікації як інструмента інформаційного протистояння. Визначено особливості використання відеохостингів, соціальних мереж, інтернет-видань при здійсненні інформаційного впливу. Окреслено можливі шляхи протидії загрози національній безпеці у цій сфері.

Ключові слова: інформаційне протистояння, історична свідомість, інтернет-засоби масової інформації, інтернет-засоби масової комунікації, відеохостинги, соціальні мережі.

Постановка проблеми. Національна безпека будь-якої держави у першу чергу залежить від своєчасного виявлення актуальних загроз та вироблення ефективних та реальних стратегій протидії таким загрозам. Аналіз ведення сучасних гібридних війн засвідчує, що інформаційне протистояння у сучасному світі є однією з найважливіших складових стратегії застосування «м'якої сили». При цьому така складова одночасно використовується як елемент підготовки до застосування, а також як один з елементів всебічного забезпечення застосування «жорсткої сили».

У свою чергу, одним з найбільш ефективних методів досягнення визначених цілей, який намагається реалізувати Російська Федерація в ході інформаційного протистояння з Україною, є застосування заздалегідь спланованого, комплексного, гнучкого, масованого впливу на такий елемент суспільної свідомості як історична свідомість. У якості одного з найбільш ефективних інструментів, що використовуються для реалізації цього методу інформаційного впливу, широко використовують ЗМІ, в тому числі такий сегмент як Інтернет-ЗМІ.

Таким чином, агресивні дії Росії, що здійснюються у формі фальшування української історії, формування альтернативної до дійсності викривленої інформаційної картини світу визначено однією з актуальних загроз національній безпеці України, що зафіксовано у Стратегії національної безпеки України, яку затверджено Указом Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015. У свою чергу, протидія маніпуляціям суспільною свідомістю і поширенню спотвореної інформації, захист національних цінностей та зміцнення єдності українського суспільства визначаються як один з напрямків державної політики національної безпеки України [1].

Таким чином, аналіз використання історичної свідомості в якості об'єкта інформаційного протистояння, у тому числі із використанням ЗМІ, є одним з першочергових завдань, що постали перед сучасною науковою спільнотою України.

Метою статті є аналіз використання Російською Федерацією сучасних Інтернет-ЗМІ для здійснення впливу на історичну свідомість різноманітних цільових аудиторій.

Аналіз попередніх досліджень. Історична свідомість як складова суспільної свідомості виступала об'єктом дослідження таких відомих світових філософів як М.Блок, М.Вебер, К.Поппер, К.Ясперс, класиків української історії як М.Аркас, В.Винниченко, М.Грушевський, В.Липинський. Серед сучасних дослідників варто назвати В.Андрущенка, В.Вашкевича, А.Землянського, В.Пержуна. Питання Інтернет-ЗМІ та їх ролі в інформаційному протистоянні у своїх працях розглядали С.Квіт, В.Курбан, А.Пелешишин, Г.Почепцов, О.Юрків. Водночас питання методів, що використовуються для здійснення впливу на історичну свідомість із використанням Інтернет-засобів масової інформації та масової комунікації, потребує подальшого дослідження.

Виклад основного матеріалу. Загалом історична свідомість як важлива складова суспільної свідомості є для народу ресурсною базою – саме в ній необхідно черпати інформаційні ресурси при прийнятті в будь-який спосіб вагомих рішень, ресурси імунної системи народу при загрозі ураження його організму шкідливими вірусами згубних тенденцій, ресурси для об'єднання народу у формі колективної ідентифікації (Р.Х). За визначенням В.Вашкевича, історична свідомість є узагальненим уявленням про людину і суспільство в їх спільній еволюції на конкретних історичних етапах. Вона відтворює історичні знання соціуму – відомості про власне походження, головні події, життя та діяльність видатних людей і є неодмінними духовними цінностями певної спільноти [2, с. 71].

Водночас, як зазначає А. Землянський, у переломні періоди в історії людства роль історичної свідомості як одного з регуляторів соціальної поведінки значно підвищується. Під впливом об'єктивних і суб'єктивних процесів історична свідомість трансформується, ламається. У такій історичній свідомості переважають ригоризм і популізм, домінують пристрасті й афекти. Вона все більше піддається трансформаціям і маніпуляціям [3, с.40]. Очевидно, що настільки важлива складова суспільної свідомості не може не стати об'єктом застосування інформаційних впливів у ході ведення інформаційного протистояння.

Одним з найбільш ефективних інструментів, що використовують фахівці в сучасних стратегіях застосування інформаційних впливів, є Інтернет-ЗМІ. З огляду на надзвичайну ефективність застосування зазначеного інструменту у сфері інформаційного протистояння, необхідно детально розглянути основні засоби, що вико-

ристовуються у мережі Інтернет, з метою здійснення масованого, гнучкого, структурованого впливу на суспільну свідомість, в тому числі історичну свідомість.

Розпочнемо з формулювань. Вже на цьому етапі, з метою ілюстрації засобів впливу на суспільну свідомість, скористаємося одним з найбільш популярних та ефективних ресурсів, що реалізують для такого впливу – багатомовної онлайн-енциклопедії «Вікіпедія». Так, її україномовний розділ пропонує наступне трактування поняття Інтернет-ЗМІ: «Інтернет-ЗМІ (інтернет-видання, інтернет-газета) – інформаційний сайт, який регулярно оновлюється і виконує функцію засобу масової інформації, користується певною популярністю і авторитетом (має свою постійну аудиторію)» [4]. У свою чергу, російськомовний розділ Вікіпедії переадресовує запит «Інтернет-СМИ», а також адресує зі сторінки «Інтернет-ЗМІ» україномовної Вікіпедії при обранні російської мови у розділі «Іншими мовами» на сторінку «Інтернет-издание» (тут і далі – мовою оригіналу), вочевидь ототожнюючи ці поняття.

У згаданій статті вміщено наступне визначення: «Інтернет-издание, интернет-СМИ – веб-сайт, ставящий своей задачей выполнять функцию средства массовой информации в сети Интернет. Как и печатные издания, интернет-издания руководствуются принципами журналистики». Крім цього, наводиться наступне уточнення: «Інтернет-изданием (интернет-СМИ) может считаться не любой сайт. В соответствии с законом «О средствах массовой информации», принятым в последней редакции Государственной Думой РФ 3 июня 2011 года, интернет-сайт может быть зарегистрирован как СМИ только в случае, если от его владельцев поступило соответствующее заявление. Новостные сайты, не имеющие регистрации Роскомнадзора, юридически к СМИ не относятся. Напротив, сайт, зарегистрированный как СМИ, может пользоваться всеми правами, предоставляемыми средствами массовой информации: получать аккредитации на мероприятия, запрашивать информацию от органов государственной власти и местного самоуправления, может пользоваться льготами при уплате страховых взносов в фонды социального страхования, получать государственную поддержку» [5]. Відповідно, маємо наступні відмінності у концепції поглядів на Інтернет-ЗМІ: російська пропагандистська машина інформаційного протистояння розглядає в якості Інтернет-ЗМІ лише інтернет-видання, при цьому офіційно зареєстровані. Саме таким інформаційним «акторам», які діють в мережі Інтернет, державний апарат Росії надає різноманітну (необхідно відзначити – у певних випадках доволі значну) підтримку.

В якості джерела для отримання визначень ми не випадково використовуємо «Вікіпедію». Очевидно, що багатомовна онлайн-енциклопедія сама по собі виступає надзвичайно потужним, дієвим засобом масової інформації, а також засобом масової комунікації, із використанням якого здійснюється інформаційний вплив на інтернет-аудиторію. Більшість сучасних інтернет-користувачів довіряють інформації, що містять відповідні статті «Вікіпедії», вважають таку інформацію правдивою, наводять її в якості аргументу у різноманітних дискусіях. Окрім цього, маємо можливість здійснювати порівняльний аналіз поглядів на аспекти масової інформації, що розглядають у статті. При цьому, однак, необхідно враховувати, що розподіл Вікіпедії на сегменти («українська Вікіпедія», «російська Вікіпедія») проводиться саме за мовною, а не державною ознакою – авторами й редакторами україномовних статей, окрім громадян України, є також представники чисельної української діаспори, а російськомовних статей – представники пострадянських держав.

Якщо оперувати мовою статистики – у вересні 2018 року загальна кількість переглядів української «Вікіпедії» сягала 50,2 млн. При цьому 23,9% відвідувань «Вікіпедії» з України припадало на українську «Вікіпедію», 56% – на російську, 17,7% – на англійську, 2,4% – на інші [6]. Отож, російськомовний сегмент «Вікіпедії» на даний час усе ще користується значним попитом в українському суспільстві.

Якщо розглядати інтернет-ЗМІ як інформаційний сайт, який виконує функцію засобу масової інформації, необхідно також окреслити поняття ЗМІ взагалі. Україномовна «Вікіпедія» пропонує наступне визначення: «Засоби масової інформації (ЗМІ), мас-медіа (Mass media) – преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Всім цим засобам притаманні якості, що їх об'єднують – звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва і розповсюдження інформації. Термін мас медіа застосовується також до організацій, які контролюють ці технології, наприклад, телевізійних каналів або видавництва» [7]. Російськомовний розділ пропонує наступне визначення: «Средства массовой информации, в отличие от средств массовой коммуникации – совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств; до сих пор более употребительное в русском языке (по сравнению с термином «средства массовой коммуникации») обозначение средств повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям» [8].

Наступним важливим поняттям є засоби масової комунікації. Україномовна «Вікіпедія» розглядає масову комунікацію, як фундаментальний стан сучасного суспільства, в якому складна, функціонально диференційована соціальна структура втілена у символічних формах і образах, які здатна сприймати і розуміти корпоративна, масова й індивідуальна свідомість. Також зазначено, що некоректним є отождошення масової комунікації з масовою інформацією, оскільки перша орієнтована на діалог, полілог та взаємодію, тоді як остання направлена на зміну установок, атитюдів та трансляцію зразків поведінки» [9]. Водночас «Філософський енциклопедичний словник» пропонує наступне визначення масової комунікації: «Комунікація масова (від англ. *mass communication*) – систематичне поширення інформації серед великої кількості людей за допомогою друку, радіо, телебачення, аудіо-, відеозапису та через комп'ютерні мережі. За допомогою К.м. відбувається поширення важливих інформаційних повідомлень, що зумовлює єдність регіону, нації, людства». Також у згаданій статті зазначено, що масова комунікація може бути використана для тиску на свідомість і підсвідомість та маніпуляції людьми а також відзначається, що доступність та серійність інформаційних потоків у мережах породжують «інформаційну наркоманію» – внутрішній стан людини, коли продукція масової комунікації стає важливішою за події власного життя» [10, с.291].

Російський варіант виглядає наступним чином: «Массовая коммуникация (англ. *mass communication*) – процесс производства и воспроизводства массового сознания средствами массовой коммуникации (СМК) – сначала периодической печатью, радио и телевидением, а затем и другими средствами электронной коммуникации. Массовая коммуникация предполагает производство сообщений, рассчитанных на массовое сознание, и их передачу соответствующими техническими средствами» [11].

Таким чином, сучасні засоби масової комунікації не лише мають вплив на суспільну свідомість, а фактично створюють її. При цьому особливість інтернет-засобів масової комунікації полягає в тому, що вплив на масову свідомість, який вони здійснюють, складно обмежити адміністративними методами (хоча спроби такого обмеження мають місце, в тому числі в РФ). З іншого боку, існують інші засоби впливу – державна підтримка підконтрольних інтернет-ресурсів, дискредитація ресурсів, які не дотримуються визначеної ідеологічної лінії, створення «інформаційного мейнстріму» (Р.Х). Привабливість інтернет-засобів масової комунікації полягає у величезній аудиторії, практично безмежному просторі можливих операцій для здійснення необхідних впливів, миттєвому зворотному зв'язку, який дозволяє оперативно оцінювати результати інформаційного впливу і, як наслідок, ефективно корелювати інформаційний контент.

На сьогодні найбільш ефективними засобами масової комунікації, які використовуються для здійснення інформаційного впливу, є відеохостинги, насамперед найбільш популярний з них – *YouTube*. По суті, *YouTube* являє собою електронну енциклопедію, тільки у відеоформаті. На сьогодні всі інтернет-ЗМІ в той чи інший спосіб будуть представлені в цьому сервісі: чи то онлайн-телебачення, чи то онлайн-преса, навіть більшість літературних новинок презентовані в *YouTube*, часто й авторами. *YouTube* не має певної редакційної політики, хоча дотримується визначених правил спільноти – матеріали, що не відповідають визначеним правилам, можуть бути вилучені. Фактично, редакційний апарат в цьому випадку заміняє алгоритм контекстного пошуку – сервіс сам запропонує користувачу низку відеоматеріалів з урахуванням його попередніх запитів, а також наявних відеосюжетів з урахуванням їхньої популярності. Існує низка інших відеохостингів (*Vimeo*, *RuTube*, *MetaCafe* та ін.), але *YouTube* на сьогодні є абсолютним лідером в цій інформаційній площині.

Особливе значення має можливість миттєвого зворотного зв'язку, що є характерною рисою сучасних онлайн проєктів формату Web 2.0 – відеосервіси надають користувачам можливість коментувати матеріали, коментувати коментарі інших користувачів, що тягне за собою розвиток дискусії різного ступеня емоційності. «Наявність у користувача можливості висловити власну думку у віртуальному суспільному просторі створює психологічний клімат взаємозв'язку та причетності» [12]. Аналіз розвитку таких обговорень на важливих (з позиції інформаційного впливу) сторінках надає можливість оцінювати ефективність запланованого інформаційного впливу, приймати відповідні рішення та вносити корективи в подальшому, а також просувати необхідні ідеї безпосередньо у процесі обговорення із залученням спеціально підготовлених фахівців. У якості основних форм, за допомогою яких здійснюється інформаційний вплив через відеосервіси, можна назвати відеоблоги, спеціальним чином підібрані відеосюжети телевізійних каналів, аналітичні сюжети (шоу) із залученням різного роду фахівців – істориків та ідеологів. Окремо необхідно виділити відеоролики, що трактують важливі для соціуму (а також для формування суспільної свідомості) питання в максимально доступному, спрощеному форматі – у якості коротких, простих тез, із використанням сучасного сленгу, у супроводі також максимально спрощеної анімації, на зразок «Краткой истории Украины на пальцах» [13].

Наступною групою інтернет-засобів масової комунікації, із використанням яких здійснюється інформаційний вплив на різноманітні цільові групи, є соціальні мережі. В ході планування інформаційної війни, при виборі певної соціальної ме-

режі або кількох з них, в якості поля бою, необхідно звертати увагу на дві позиції. Перш за все, які цільові групи є найбільш активними користувачами певної соціальної мережі та яку їх кількість вона охоплює. Також необхідно чітко розуміти, які комунікаційні механізми ця соціальна мережа може запропонувати [14, с. 101].

Основними соціальними мережами, що використовуються в якості «акторів» інформаційного впливу на сьогодні є: *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Instagram*, українська *Druzi.org*. Також, незважаючи на блокування на території України, яке нескладно обійти, залишаються актуальними російські проекти *Odnoklassniki* та *Vkontakte*. Соціальні мережі будуються за подібними принципами, основними їхніми функціями є промоція об'єктів, ідей, персоналій, організаційних структур.

Так само, як подібні базові принципи всіх провідних соціальних мереж, подібні й їхні базові комунікаційні інструменти. Серед таких визначаються: пост, медіа-реліз, подія, коментар. Кожен з них є базовою одиницею, з яких складаються алгоритми інформаційно-комунікаційних процесів, що будуються в он-лайн мережах відповідно до конкретних завдань [14, с. 111].

Відеохостинги та соціальні мережі є настільки важливими акторами інформаційного впливу у глобальній мережі Інтернет завдяки можливості збирання, структурування та подання інформації з урахуванням специфічних параметрів (інтереси, вподобання, рівень розвитку тощо) цільових груп (інколи навіть і персонально користувачів) (Р.Х.).

Висновки. Сучасні інтернет-ЗМІ, як традиційні (інтернет-видання, телеканали), так і нетрадиційні (відеохостинги, соціальні мережі) широко використовуються в процесі інформаційного протистояння для впливу на суспільну свідомість, у тому числі на таку її складову, як історична свідомість. Такий вплив здійснюється шляхом ретельного підбору, дозування інформації та стереотипів її сприйняття, що доводяться до певних цільових груп, а при масованому та тривалому впливі переходять до розряду переконань. Найкращу стратегію протидії такому впливу окреслює у своїй промові держсекретар США Г.Клінтон: «Деякі вважають, що заради забезпечення толерантності уряд повинен заставити замовкнути деякі ненависницькі ідеї. Ми вважаємо, що зусилля щодо обмеження змісту висловлювань нечасто досягають успіху, натомість часто виступають приводом для обмеження свободи висловлювання думок. Взамін цього, як це було неодноразово історично доведено, найкраща відповідь на образливий виступ – більше виступів. У випадку переведення проблеми у площину дискусій, правда буде лише підсилюватися, а слабкі та неправдиві думки та вислови будуть дискредитовані, можливо не одразу – але в кінцевому підсумку. Такий підхід не одразу дискредитує кожен ненависницьку ідею та не переконує кожного фанатика повністю змінити свої переконання. Але ми, як суспільство, визначили, що він набагато ефективніше будь-якого іншого підходу» [15]. Тобто, на стратегію формування переконань шляхом вибіркового добору інформації і трансляції готових висновків з неї для певних цільових аудиторій необхідно відповідати стратегією набагато ширшого інформування про реальну картину подій, викриттям неправдивої інформації та викривлених причинно-наслідкових зв'язків.

Перспективи подальших досліджень. У подальшому плануємо продовжити дослідження в напрямку визначення цілей, яких намагається досягнути Російська Федерація при здійсненні інформаційних впливів на історичну свідомість різнома-

нітних цільових аудиторій (власне населення, населення України, світова спільнота), а також методів, які при цьому застосовують.

REFERENCES

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
2. Вашкевич В.М. Історична свідомість студентської молоді: ціннісно-світоглядні орієнтири: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ В.М.Вашкевич. К. : Світогляд, 2010. 274 с.
3. Землянський А. Історична свідомість як детермінанта гармонізації розвитку студентської молоді в полікультурному суспільстві // *Versus*. 2014. № 2(4). С. 39-44.
4. Інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ#cite_ref-5
5. Интернет-издание [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-издание>
6. Українська Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_Вікіпедія
7. Засоби масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації
8. Средства массовой информации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Средства_массовой_информации
9. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація#cite_note-10
10. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди; [редкол.: В. І. Шинкарук (голова) та ін.]. К. : Абрис, 2002. VI. 742 с.
11. Массовые коммуникации [Електронний ресурс]. https://ru.wikipedia.org/wiki/Массовые_коммуникации
12. Стихин А. Глобальные Интернет-сервисы в структуре инструментов американской внешней политики // *Международные процессы*. 2014. № 1-2 (36-37). С. 105-116.
13. Краткая история Украины на пальцах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=qnHGrH8X1eI>
14. Курбан О.В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навчальний посібник / О. В. Курбан. К. : ВІКНУ, 2016. 286 с.
15. Clinton H. Internet Rights and Wrongs: Choices & Challenges in a Networked World. Feb. 15. 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.state.gov/secretary/rm/2011/02/156619.htm>

**THE HISTORICAL FACTOR OF RUSSIAN INFORMATION WARFARE
AGAINST UKRAINE. THE HISTORICAL CONSCIOUSNESS
AS INFORMATION IMPACT OBJECT IN INTERNET MEDIA**

Roman Khardel¹

Vitalii Vyzdryk²

*Hetman Petro Sahaidachnyi National Army Academy,
Heroiv Maidanu str. 32, 79026, Lviv, Ukraine*

e-mail: spantamano@ukr.net, v.vyzdryk05@gmail.com

¹ <https://orcid.org/0000-0002-2243-9722>

² <https://orcid.org/0000-0001-5427-5825>

In the article are presented the analysis of the possibilities and effectiveness of using mass media and mass communication in the Internet as an instrument of impact on historical consciousness during the course of Russian information warfare against Ukraine. The essence of historical consciousness is examined as a component of social consciousness, as well as the Internet media and mass communication as an instrument of information warfare. Russian acts of the falsification of Ukrainian history, the formation of an alternative to reality of the world picture is defined as one of the actual threats to the national security of Ukraine.

The role of Wikipedia, the free online encyclopedia, as a means of information warfare is outlined. Comparative conceptual approaches to Internet media and mass communication in the Russian Federation and Ukraine are compared. The main features of mass communication as tools of influence on social consciousness, as well as means of creation of social consciousness are mentioned.

The peculiarities of the use of video sharing website YouTube as means of mass communication in the form of a tool of influence on the historical consciousness are determined. The mentioned advantages of Internet resources of the Web 2.0 format, which is widely used in the information confrontation.

The role of social networks and Internet publications on influence on the historical consciousness is analyzed. Possible ways of counteracting to the threat of national security in this area are outlined.

Key words: Information warfare, historical consciousness, Internet media, Internet mass communication, video-sharing websites, social networking services.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 108–116 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9991>

УДК 070-051:[004:07]

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОФЕСІЇ ЖУРНАЛІСТА В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Вікторія Шевченко

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 02000, Київ, Україна

e-mail: victoryshe@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1642-1283>

У статті розглянуто тенденції трансформації професії журналіста, представлено навички, необхідні для роботи в цифровому середовищі. Сучасність змінює вимоги до підготовки матеріалів, заохочує журналістів постійно розвиватися і шукати нові способи подачі інформації, вимагає нестандартного мислення в опрацюванні теми, висвітленні загальновідомих фактів, знання сучасних технологій.

Ключові слова: цифрова журналістика, навички журналіста, фактчекінг, аналітика, великі дані.

У теперішніх умовах розуміння професії журналіста як фахівця, який вміє написати статтю, взяти інтерв'ю чи зняти відео, проаналізувати масив даних, зробити репортаж, тощо, зазнає суттєвих змін. Сучасний журналіст повинен володіти різноманітними професійними навичками, бути багатофункціональним, готовим для виконання будь-якого завдання, освоїти не лише суто журналістські навички, але і бути технічно обізнаним: вміти монтувати відео, обробити фото, створити інфографіку, перевірити достовірність невербального та вербального контенту, здійснити кількісний та якісний аналіз великого обсягу даних, провести розслідування, зверстати сюжет, створити сайт, вести блог, створити мультимедійний контент, захистити свої дані та акаунти.

Традиційно вважається, що завдання журналіста – працювати з текстом, або ж спеціалізуватися на радіожурналістиці, чи тележурналістиці, чи працювати у газеті. Зараз журналіст має бути готовим одночасно створювати матеріал для онлайн-трансляції, короткі повідомлення-анонси оперативної інформації для соціальних мереж, матеріал сайту, друкованого медіа, телепередачі, радіоефіру, тобто зняти фото чи відео гарної якості, записати на диктофон інтерв'ю, зробити інфографіку, і, звісно, написати текст.

Останніми роками з'явилося чимало статей науковців, викладачів університетів щодо оновлення програми підготовки журналістів. Над оновленою професією журналіста розмірковують журналісти-практики, численні організації, які працю-

ють над проектами з медіаграмотності проводять дослідження, виявляють якості, необхідні сучасному журналісту. Приміром, «Детектор медіа» опублікував серію матеріалів щодо журналістської освіти в різних країнах [1]: «Журфаки Польщі: інноваційні, та чи відповідають потребам ринку?», «Чи вдалося журналістській освіті в Чехії позбутися радянських підходів?», «Журналістська освіта в Німеччині: розмаїття й неакадемічність», «Болонська система «по-українськи»: мімікрія, лінь та відверта маніпуляція»; про суто українські проблеми: «Університети не повинні бути пасивними й чекати, доки держава щось дасть», спеціальний звіт «Актуальні аспекти реформування журналістської освіти в Україні», «У медійної галузі немає запиту на підготовку кадрів» [2] та ін.

Звісно, освіта журналіста не може відставати від практичної діяльності, тому журналісти та редактори залучаються до навчального процесу, ведуть окремі професійні модулі або дисципліни цілком. І це є суттєвим надбанням навчального процесу, зануренням студентів у справжній редакційний колектив, журналістські будні.

Дослідженням нових викликів професії журналіста займаються міжнародні та українські журналістські спільноти й організації. Серед них варто виділити Міжнародний центр журналістів (ICFJ), Training Center of Google News Lab, Investigative Reporters and Editors, Nieman Journalism Lab, Європейську обсерваторію журналістики ЕЮ, Інститут Reuters із вивчення журналістики, Незалежну Медіа-Профспілку України (НМПУ), Незалежну асоціацію теле-радіомовників та інші.

Ми поставили **за мету** виявити головні тенденції трансформації професії журналіста, назвати навички, необхідні для роботи у цифровому середовищі. Відповідно до цього **завданнями** є: вивчити досвід українських та зарубіжних редакцій та медіаорганізацій; проаналізувати склад редакцій і виявити нові посади з їх функціональними обов'язками; скласти перелік компетентностей журналістів, необхідних для роботи в цифрову епоху, здатність їх виконувати покладені обов'язки, обізнаність у технологічних можливостях, а також спрогнозувати напрями подальшого розвитку журналістської професії.

Результати дослідження. Журналісти виробляють набагато більшу кількість контенту порівняно з попередніми роками. Сучасним журналістам важко конкурувати в оперативності подачі інформації з мільйонами людей, які поширюють всі події, свідками яких стають, в соцмережах. Найбільш важливим тут, на нашу думку, є достовірність наведених фактів, надійне перевірене джерело інформації та оригінальний виклад суті. Величезна кількість різномірної інформації з різних джерел ускладнює роботу журналіста, оскільки дані та факти необхідно не лише знайти, але і перевірити на достовірність. Для цього існує низка методик і технічних засобів. Достатньо надрукувати неперевірену інформацію, як репутація медіа може отримати важкий удар. Отже, сучасному журналісту перед опрацюванням інформації та підготовкою матеріалу, потрібно ретельно перевірити факти, отримані фото і відео-матеріали, результати опитувань і рейтинги.

Журналіст одноосібно пише текст, працює за камерою, навіть робить підводки, записує звук для радіо, монтує. Результатом такої роботи стає текстова історія, радіопередача, сюжет для телебачення, фотогалерея, кілька кадрів для онлайн. Але, крім цього, журналіст має бути технічно і технологічно обізнаним – знати програми перевірки та аналізу даних, створення візуалізацій, редагування зображень, монтування відео. Сьогодні журналіст – це не лише гуманітарій, творча особистість.

Як результат трансформації професії журналіста – інший спосіб мислення та звички, знання сучасних технологій збору, верифікації даних, створення інфографіки, відео та аудіосюжетів, опрацювання фото, створення лонгвідів. Журналіст не лише постійно шукає інформацію, він допитливо вивчає все, що стосується теми його публікації, орієнтується в історії питання, знає фахівців та видання, які можуть бути корисні для більш повного розкриття теми, знаходить теми в буденних речах. Як зауважують журналісти *BBC*: «Часом, ідучи з кимось вулицею, він за 500 метрів прогулянки знаходить сотні історій – про кількість сміття, правила паркування, кількість нових машин, дорожніх інспекторів, масове куріння у кафе, оскільки це заборонено на роботі, відкриття чи закриття магазинів, жебраків з цікавою біографією, нове будівництво» [3]. Сучасні умови вимагають не просто зробити сюжет, а й подати його в оригінальному ракурсі, що передбачає ретельну роботу з фактами та даними. Сучасні програмні засоби дозволяють робити цікаві візуалізації, будувати графіки, хмари тегів, наносити на карти потрібні об'єкти. Не надто великих зусиль треба докласти, щоб освоїти програми для створення лонгвідів. Тож журналісти розуміють, що виключно роботи з текстом вже недостатньо.

Журналісти інтенсивно збирають й аналізують дані з усіх можливих каналів, аби не пропустити головного, розумітися в нових трендах, знати якнайбільше в конкретній темі, що, в свою чергу, дає читачам якісний інформаційний продукт. Але не всі вони мають для цього достатньо можливостей й технічних знань. Найскладніша проблема сьогодні – величезні обсяги даних, що виробило термін *Big Data*, пов'язаний не так з даними, як з технологіями їх обробки. Ця технологія стала необхідною складовою діяльності будь-якого ефективного бізнесу, а медіа сьогодні ним стає. Використання їх у сфері комунікацій покращує результати кампаній і, водночас, дозволяє зекономити бюджет. Великим даним передувало поняття «журналістики даних» [4, С.5], описане у 2011 році на семінарі «MozFest» у Лондоні, що дало принципово новий погляд на способи отримання і відображення контенту.

Нові умови роботи вимагають оновлення штату редакцій з урахуванням цифрових технологій, більшість медіа намагаються перебудувати традиційну роботу журналіста на новий лад. У більшості редакцій переважають журналісти та редактори (82%), і лише менше чверті (18%) – це нові штатні працівники з так би мовити цифровими функціями (редактор соціальних мереж, виробник цифрового контенту, фахівець з аналітики та інші). Стають популярними нові гібридні посади, наприклад, редактор історій (створює лонгвіди з інтерв'ю, фото, цитатами, словником, хронологією, відео), інфограф (перетворює дані на інфографіку), контент-менеджер (керує потоком новин, відбирає і впорядковує публікації, моніторить новини і виставляє анонсами короткі повідомлення чи анонси майбутніх матеріалів), редактор коментарів (модерує коментарі читачів, вчасно відповідає, спрямовує у потрібному напрямку, перевіряє інформацію), продюсер впливу (шукає спосіб найефективніше визначити, залучити та інформувати потрібну аудиторію, впливати на неї), SEO-редактори (оптимізують контент, налагоджують зв'язок між відділами менеджменту та технологій), редактори-аналітики (виводять статистику задля оптимізації графіку публікацій і зв'язку з аудиторією), редактори розсилок (перетворюють випадкових читачів на постійних), редактор соцмереж (згуртовує людей навколо сторінки в соцмережах та скеровує їх на сайт), журналісти-кодери (створюють мультимедійні історії з використанням програмованих скриптів) та інші. Гібридні професії вимагають нових

навичок та змінюють культуру медійних організацій, навчаючи журналістів та редакторів розмовляти мовами інженерії, маркетингу та дизайну.

Кожна редакція має власні підходи до організації роботи, задля чого створюють нові посади. Так, *The Washington Post* створила три нові посади в редакції: операційний редактор, редактор продукту та редактор проектів; *The Financial Times* призначила свого колишнього редактора спецпроектів на посаду керівника відділу цифрової доставки, покликаною розширити межі цифрового сторітелінгу та перетворити творче проектне планування на частину щоденної роботи видання. ВВС ще кілька років тому створила відділ *BBC News Labs*, мета якого – поєднувати журналістику, дані та технології.

Випускники факультетів журналістики нерідко більш придатні до сучасних цифрових умов діяльності, ніж досвідчені працівники редакцій. Звісно, їм не вистачає досвіду роботи, але вони швидше адаптуються, розуміють тренди, орієнтуються в сучасних медійних технологіях. Проблему могла б виправити мережа шкіл журналістики, в яких журналісти могли б періодично знайомитись з сучасними трендами і технологіями, можливостями ефективної роботи. Дослідження свідчать, що журналісти прагнуть такого навчання, але не мають змоги через завантаженість на роботі та небажання керівництва скерувати їх на таке підвищення цифрової кваліфікації. Лише 40% служб новин пропонують навчання на власній базі. Старша редакторка з цифрового сторітелінгу *The New York Times* Чаро Енрикес наголошує, що журналісти більше не можуть обмежуватися написанням тексту, мусять навчитись не тільки знаходити та розповідати історії, а й оцінювати потреби аудиторії на всіх етапах виробництва й поширення контенту та вимірювання його ефективності [5]. Отже, редакціям бажано зробити безперестанне навчання та співпрацю складовими редакційної культури й сприймати витрати на професійний розвиток журналістів як інвестицію, яка допомагає зберегти зв'язок з аудиторією у цифрову добу.

Про те, що журналістам доводиться ставати програмістами, пише Безил Саймон, який поєднує ці дві функції у британській *The Times* [6]: «журналісти-кодери вже стали незамінними у висвітленні багатьох важливих тем, цей новий тип працівників постає перед дилемою, схожою на вибір між писанням і редагуванням. Деякі журналісти відмовляються ставати редакторами, бо не хочуть припинити писати, але саме редакторство передбачає більшу відповідальність та вищу зарплатню. Програмісти так само вагаються, чи варто відмовлятися від того, що вони вміють найкраще – програмування». Тобто медіаменеджерам слід створити для журналістів-кодерів можливість кар'єрного зростання без втрати їхньої подвійної професійної сутності, зважаючи на те, що більшість керівних посад у редакціях є традиційно журналістськими, а перед людиною, яка поєднує роботу журналіста і програміста, постає питання кар'єрної перспективи.

Міжнародний центр для журналістів Джорджтаунського університету опитав редакції медіа в 130 країнах на 12 мовах щодо їх технологічної оснащеності та готовності журналістів опанувати технічну складову професії (опрацьовано понад 2700 відповідей) [6]. Виявилось, що лише 5% журналістів у відділах новин мають технічну освіту, а фахівці з аналітики є рідкісними в редакціях (1%). Журналісти користуються обмеженим набором цифрових засобів. З 23 цифрових методів, за якими проводилося опитування, найбільш популярними є публікація або коментар в соціальних мережах (72%), цифрова фотозйомка (61%), залучення аудиторії в соціальних

мережах (58%) і поширення контенту на декількох платформах (56 %) (рис. 1). Цей малюнок цікавий саме своїм переліком цифрових навичок, необхідних для роботи в сучасних медіа.

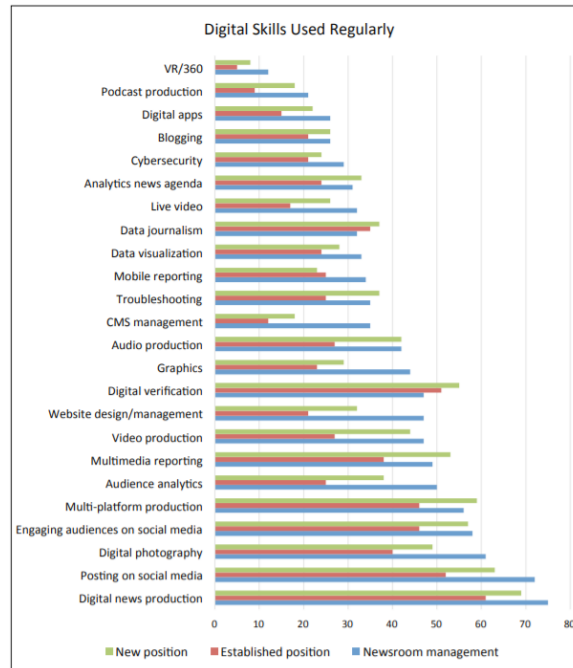


Рис.1. Цифрові технології, які застосовуються у журналістській роботі [7, р. 26].

Небажання або ж незрозуміння необхідності трансформації медійної професії виливаються у передбачення на кшталт «завершення ери друкованих медіа». У більш вигірній ситуації є редакції, які перетворили свої медіа на конвергентні, в яких завдяки інформаційним технологіям і системам комунікацій інтегруються всі види медіаконтенту в єдину систему, чим створюються нові типи медіа і платформи (веб-видання, блоги, розширення для браузерів, соціальні мережі, цифрове відео, інтерактивне телебачення, мобільна телефонія тощо) [8, с. 9]. Конвергентні медіа враховують інтерактивну взаємодію виробника та користувача інформації, який швидко реагує на медіаконтент, у режимі реального часу коментує, пропонує нове бачення проблем. Це має як переваги для виробників контенту, журналістів, фотокорів, редакторів, блогерів, так і підвищує вимоги, що включають специфічний підхід до творчого процесу виготовлення новин, форм управління комунікаційним процесом.

Все більшого значення в редакціях приділяють перевірці достовірності даних. Фактчекінг можна назвати сучасним трендом. При цьому техніки перевірки достовірності даних опановують практично всі журналісти, ця робота передує написанню статті. Адже при використанні недостовірних даних, фото, відео втрачається репутація як журналіста, так і видання. І хоча достовірність даних в соціальних мережах

достатньо низька, більшість медіа (71%) використовує соціальні мережі для пошуку нових сюжетів. На жаль, багато журналістів не ускладнюють себе перевіркою достовірності інформації з соцмереж, через що неправдивий контент швидко поширюється. Не можна сказати, що явище «фейкових новин» нове, адже здавна існує поняття «газетної качки», аналогом якої є навмисно неправдиві статті на базі неправдивих даних. Нині 46% служб новин проводять тренінги з пошуку і перевірки інформації в соціальних мережах, але тільки 22% журналістів вважають це корисним.

Про цифрову безпеку все більше говорять в Україні, оскільки журналісти, які працюють в умовах військового конфлікту, наражаються на небезпеку. Міжнародні організації проводять тренінги та семінари, на яких вчать журналістів захищати інформацію на комп'ютерах і гаджетах, кодувати дані, обирати безпечні паролі, захищати дані, доступні кільком користувачам, вести акаунти в соціальних мережах, вести двофакторну авторизацію тощо. Культура цифрової безпеки журналістської діяльності, на жаль, не набула широкого поширення, багато журналістів не розуміють елементарних правил поведінки в час миттєвого поширення даних. відповідно до досліджень, 54 % журналістів і 52 % служб новин не забезпечують заходів безпеки своїх засобів зв'язку.

Медіа на сьогодні є бізнесом, і журналісти продають новини, редакції думають про шляхи отримання прибутку, знаходять унікальні моделі фінансування. Звичайно, на першому місці як джерело прибутку є реклама (70%), але все більшого значення набуває спонсорований контент (44%), цифрові медіа схильні до генерування доходу з альтернативних джерел (благодійних пожертвувань юридичних і фізичних осіб), виникають краудсорсингові медійні проекти. Журналісти спеціалізуються на вузьких проблемах, наприклад, відвідування всіх судових засідань та інформування про перебіг подій. Адже не кожне медіа може на всі засідання суду відправити кореспондента, самі засідання нерідко переносяться, тривають багато годин. У цьому випадку підписка на сервіс, наприклад, «Судовий репортер», в якому оперативно та об'єктивно переповідається хід процесу, дає можливість вивільнити журналістів від перебування в залі суду.

Враховання даних аналітики відвідуваності ресурсу дає можливість публікувати матеріали в той день і час, коли є найбільше охоплення аудиторії. Хоча, за даними дослідження, менше половини новинних служб щодня перевіряють аналітику. Головним параметром ефективності ресурсу медіа вважають перегляд сторінок (73%), набагато менше уваги приділяється параметрам взаємодії: вторинному поширенню в соціальних мережах (46%), коефіцієнту ефективності реклами (18%) і глибині прокрутки (16%). Аналітики та експерти з даних прийшли в медіа із відділу маркетингу та подекуди називаються редакторами зі зростання. Редактор-менеджер аудиторії *The Philadelphia Inquirer* Кім Фокс наголошував, що у 2018 році медіа мусять створювати команди нового типу, які займаються розбудовою аудиторії, поєднуючи різні тактики – поширення в соціальних мережах, оптимізацію контенту для пошукових машин, аналітику, управління спільнотою та розсилки [9]. Медіа розповідають історії та інформують, бо хочуть допомогти своїй аудиторії зробити кращий вибір, бути обізнаним, змінювати своє соціальне й політичне середовище на краще. Тому питання впливу стає життєво важливим. І цей вплив може посилитись, якщо поєднати зусилля медіа і громадянського суспільства. В редакції такою діяльністю може займатись продюсера впливу, який допомагатиме редакції визначити, до чого

покликаний продукт, який вона створює, наглядатиме за його поширенням, оцінюватиме вплив та шукатиме кошти для нових проектів.

Оскільки журналісти дедалі частіше співпрацюють із менеджерами з продукту, а Knight Center for Journalism в університеті міста Остин у штаті Техас розробив курс менеджменту продукту для журналістів [10].

Наголосимо, що журналістика вже увійшла в еру новин на мобільних пристроях. Зараз розпочинається епоха т. зв. «лінійного візуального сторітеллінга» (англ. – *linear visual storytelling*), в якому наратив та візуальна частина подаються в лінійний спосіб згори донизу, саме так, як ми робимо, коли пишемо повідомлення у месенджерах на телефонах. Помилкою багатьох редакцій є неврахування цієї особливості. Традиційні журналістські історії із заголовком, анотацією і текстом (на зразок друкованої сторінки) не сприймаються на мобільних пристроях. Споживання новин з мобільного для багатьох людей стало нормою. Вони це роблять в будь яку хвилину між іншою активністю (на зупинці, в кафе, під час наради, перед сном, у відпустці тощо). Сам контент і спосіб його подачі відмінний від конвергентних медіа, і трафік тут набагато сильніший, а отже – можливості монетизації за допомогою креативної реклами, в тому числі спонсорського контенту.

Технологія стає визначальним фактором еволюції журналістської професії. Кожна інновація змінює спосіб, у який ми дізнаємося новини, а, отже, змінюється технологія створення новин. Прогнозується, що цю тенденцію продовжить штучний інтелект, що допоможе журналістам позбутися повторюваних завдань і сфокусуватися на дослідженні та репортерстві. Журналісти перейдуть на наступний рівень, вони мають навчитись працювати зі штучним інтелектом і створювати доповнену реальність.

Цифрова журналістика змінює вимоги до написання матеріалів, також заохочує журналістів постійно розвиватися і шукати нові способи подачі інформації, вимагає від журналістів нестандартного мислення в опрацюванні теми, висвітленні загальновідомих фактів. В результаті дослідження ми виявили наступні **ключові тенденції**, пов'язані як з трансформацією роботи журналіста, так і з його особистими навичками і прагненнями:

- перехід редакцій на цифровий формат, як наслідок. нестача кваліфікованих професійних кадрів;
- служби новин не повністю використовують дані і аналітику для формування контенту;
- журналісти більш зацікавлені в опануванні сучасних технологій, ніж редакції медіа;
- підвищення рівня охорони даних, захисту від хакерських атак, виявлення ботів;
- надання значення фактчекінгу;
- опанування технологій роботи з великими даними;
- врахування ролі соціальних мереж як постачальника та розповсюджувача новин;
- медіагалузь розвивається як бізнес, але недостатньо використовує всі можливі важелі;
- лінійність новин на мобільних пристроях, коли за увагу людини змагаються сповіщення, новинні додатки, соціальні платформи та новинні агрегатори;
- орієнтація на подальше впровадження в журналістську роботу віртуальної реальності і штучного інтелекту.

Перспективи подальшого розвитку. Адаптуватись до змін у суспільстві, прилаштуватись до цифрового середовища має допомогти навчання, опанування цифрових технологій. Журналісту мало підготувати матеріал, він має розуміти, чому для розповідання історії краще підходить певний формат, як найкраще використати нові інструменти та допомогти аудиторії сприйняти контент у новому форматі. Трансформується особистість журналіста: інший спосіб мислення і звички, поєднання творчості та знань технологій збору, верифікації даних, програм створення інфографіки, монтажу відео та аудіосюжетів, опрацювання фото. Поступово відбувається перехід від відео до справжнього інтерактивного досвіду, з'являються новинні платформи із використанням доповненої реальності. Важко передбачити трансформацію журналістської професії у майбутньому. Зрозуміло одне: журналіст без знань сучасних мультимедійних технологій працювати не зможе.

REFERENCES

1. Журналістська освіта [Електронний ресурс] // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/>
2. Різун В. У медійної галузі немає запиту на підготовку кадрів [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/education/volodimir_rizun_u_mediynoi_galuzi_nemae_zapitu_na_pidgotovku_kadriv/
3. Оригінальна журналістика [Електронний ресурс] // BBC: Академія. – Режим доступу: <https://www.bbc.co.uk/academy/uk/articles/art20160928165907755>
4. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / Вікторія Шевченко. К.: Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.
5. Henriquez C. Training is an investment, not an expense [Електронний ресурс] // Neiman Lab. – Режим доступу: <http://www.niemanlab.org/2017/12/training-is-an-investment-not-an-expense/>
6. Simon B. We need better career paths for news nerds [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niemanlab.org/2017/12/we-need-better-career-paths-for-news-nerds/>
7. The State of Technology in Global Newsrooms [Електронний ресурс] // ICFJ survey. – Режим доступу: <https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-04/ICFJTechSurveyFINAL.pdf>
8. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : моногр. / Авт. кол.: В. В. Різун, В. Е. Шевченко, Л. П. Федорчук ; за заг. ред. В. Е. Шевченко. К. : ВПЦ «Київський університет», 2018. 319 с.
9. Fox K. Audience teams diversify their approach [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niemanlab.org/2017/12/audience-teams-diversify-their-approach/>
10. Product Management for Journalists [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-18815-take-online-course-product-management-journalists-and-learn-about-new-demand-role-news>

TRANSFORMATION OF THE JOURNALIST PROFESSION IN A DIGITAL MEDIUM

Viktoriya Shevchenko

Institute of Journalism

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Yurii Illienka str., 36/1, 02000, Kyiv, Ukraine

e-mail: victoryshe@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1642-1283>

The article deals with the trends transforming of the profession of journalist, provides the skills necessary for work in the digital environment. Modernity changes the requirements for the preparation of materials, encourages journalists constantly evolve and find new ways of presenting information, requires innovative thinking in exploring topics, covering the known facts, knowledge of modern technologies.

Modern journalist should be multifunctional and work in different genres. He have to master not only strictly journalistic skills but also to be technical ones. Modern journalist have to be able to edit video, photos, create infographics, verify the authenticity of non-verbal and verbal content, carry out quantitative and qualitative analysis of a large amount of data, conduct an investigation, make a story, create a website, blog, create multimedia content, protect his data and accounts.

Digital journalism encourages journalists to evolve continuously and seek new ways of providing information, requiring them to develop non-standard thinking in the elaboration of the topic, covering well-known facts. Among the revealed tendencies should be:

- Shifting editions to digital format, a shortage of skilled professional staff consequently;
- News services do not fully use data and analytics for content creation;
- Journalists are more than media editors interested in mastering modern technologies;
- Increasing of the level of data protection, protection against hacker attacks, detection of bots;
- Providing the value of factchecking;
- Mastering the technology of working with big data;
- Taking into account the role of social networks as a provider and distributor of news;
- The media sector develops as a business, but does not use all possible levers of influence;
- Linearity of visual storytelling on mobile devices, when notifications, news apps, social platforms and news aggregators are competing for human attention.
- Focus on the further introduction virtual reality and artificial intelligence into the journalistic work.

Studying of digital technologies should help to adapt to changes in society, adhere to the digital environment. The identity of the journalist has undergone transformation. He should have another way of thinking and other habits, a combination of creativity and knowledge of the technology, skills of gathering, verification, creating multimedia content etc.

Key words: digital media, journalist skills, faktcheking, analytics, big data.

ІСТОРИЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 117–123 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9992>

УДК 070.32:316.77(477.43/.44)“1918”

ДЕРЖАВОТВОРЧА ДОМІНАНТА В КОНТЕКСТІ ЧАСОПИСУ «ПОДІЛЛЯ» (1918)

Віталій Гандзюк

*Київський університет імені Бориса Грінченка
вул. Маршала Тимошенка, 13 Б, 04212, Київ, Україна
e-mail: v.handziuk@kubg.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-4312-6848>*

У статті проаналізовано публікації Кам'янець-Подільської щоденної демократичної газети «Поділля» (1918 р.), з'ясовано роль видання в культивуванні ідей демократизації українського суспільства, визнанні прав народу на самостійну державу, формуванні серед населення почуття патріотизму, пробудженні національної свідомості, відтворенні реалістичних картин тодішньої дійсності.

Ключові слова: газета «Поділля», самостійна держава, національна ідея, Гетьманат, інформація, демократія, революція.

Преса є одним з найважливіших знарядь пропаганди політичних ідей, формування і вираження громадської думки, поширення наукових та інших фахових знань [7, С. 29]. Усі суспільні класи та їх політичні партії, використовуючи пресу, передусім мають на увазі її інтеграційний характер. Завдання, які виконує періодика, можна поділити на дві групи: довготривалі – зумовлені основними ідеологічними положеннями, інтересами руху в цілому і – такі, що ґрунтуються на особливостях конкретної політичної й економічної ситуації і визначаються тактичними міркуваннями [6, С. 47]. Виходячи з інтересів певної політичної групи, преса інформує читачів про зміни в дійсності, що мають актуальне значення, і показує ставлення до цієї дійсності – позиції, погляди, думки.

У період національно-визвольної революції в Україні народилася щоденна преса газетного характеру [4, С. 75], яка за оперативністю подання інформації перевищувала потенціал газет-щотижневиків. Особливо це стосується повідомлень про події в місті, повіті, губернії, тобто регулярність виходу давала змогу тому чи іншому виданню повніше і різноманітніше відбивати факти політичного, соціально-економічного і культурного життя [3, С. 22].

В умовах Української держави гетьмана П. Скоропадського помітно зросла кількість українських друкованих видань національно-радикального спрямування.

Зокрема, на території Подільської губернії поширювалися видання уряду П. Скоропадського та окремих українських партій і організацій, а також загальноукраїнські газети «Самостійник» (орган ЦК УПСС), «Самостійна Україна» (орган УНП), «Наша думка» (Київ) та ін. Політику уряду в створенні незалежної держави підтримували багато губернських та повітових видань, про що свідчать часописи з інших регіонів України: «Робітнича газета», «Народна воля», «Відродження», «Дніпро», «Трибуна» (Київ), «Український голос» (Тернопіль), «Вільне життя» (Одеса), «Громадянин» (Житомир) та ін.

Однією з важливих функцій преси гетьманської доби було відображення діяльності різних гілок державної влади. Найбільш повну й об'єктивну інформацію з цього питання містять такі офіційні періодичні видання: «Державний вісник», «Вісник Ради Народних Міністрів», «Вісник УНР» та ін. На їхніх сторінках публікували матеріали, що висвітлювали процес становлення органів державної влади, армії, міністерств і відомств апарату державного управління. Відображали часописи і процес українізації, який мав сприяти консолідації української нації.

У цілому легальна преса гетьманської доби відстоювала ідею державності у формі самостійності України [2, с. 150]. Газетні публікації висвітлювали ідею свободи і рівності всіх народів України, невизнання класової влади – чи то буржуазної, чи то робітничої.

До цього масиву періодики віднесемо пресу, що виходила на Поділлі у 1918 році: «Вільне слово» (Жмеринка), «Життя Поділля», «Село», «Поділля», «Подольская мысль», «Подольский край» (Кам'янець-Подільський), «Жизнь Подолии», «Подольский вестник» (Могилів-Подільський), «Нове Слово», «Республіканські вісти», «Свободное слово» (Вінниця), «Промінь» (Балта), «Селянин» (Ямпіль) та ін. [1, С. 65-73].

Прогалини в історії української журналістики періоду української національно-визвольної революції 1917-1920 рр. локалізували такі науковці як Н. Сидоренко, Р. Слободянюк, Я. Малик, М. Нечиталюк, М. Романюк, В. Лизанчук, М. Мартинюк, І. Павлюк, Г. Кривошея, С. Горевалов, О. Богуславський, І. Крупський, Г. Рудий та ін.

Мета статті – розглянути проблематику публікацій щоденної демократичної газети «Поділля», що виходила у 1918 р. в Кам'янці-Подільському під гаслом «Нехай живе українська самостійна республіка!». До №7 часопис називався «Вісник Подільського губернського комісаріату», редакторами були М. Статкевич, С. Карпенко, К. Вегера [5, С. 146].

З перших днів існування головна увага газети була зосереджена на більшовицько-російській небезпеці для подальшого державотворення України. «З того часу, коли німецькі війська почали витіснити більшовиків з української території, у нас з'явилася можливість взятися за творчу роботу на користь трудових народних мас. – писав у передовиці член редколегії Красовський. – Немає чого тепер дивитися на Росію, сподіватися від неї рішучого слова. Там, де панує повне безладдя, не видно ознак якогось просвітку, складно здійснити демократичні принципи. Треба заспокоїти край, перебудувати життя і ввести його в нове русло, адже попереду – боротьба із ворогами демократії, якими все ще залишаються більшовики. Вони не вмерли, а тільки примовкли» (1918, 22 березня).

В іншій статті викривалась авантюризм проводирів більшовизму, які через брак розумових сил, давали недосяжні обіцянки найближчим часом провести національні й соціальні перетворення в Україні. Захоплення мас нездійсненими лозун-

гами з часом привели б до зневіри і викликали реакцію не лише проти більшовизму, але й проти самої революції. Аби не втратити здобутків революції, що посприяла закладенню підвалин демократії в Україні, автор публікації закликав читачів не вірити у примарні ідеали більшовизму, який «має всі підстави для того, щоб невдовзі перетворитися на анархію – цілковитий безлад і хаос» (1918, 22 березня).

Після приходу до влади в Росії більшовиків і їхнього нападу на проголошену IV Універсалом УЦР вже суверенну Україну стало очевидним, що ідеї федерації та «московській орієнтації» настав кінець. Тому похід більшовиків на Україну змусив М. Грушевського далі розвивати ідею федеративного устрою, наповнивши її новим змістом. Про це свідчать статті, надруковані у «Поділлі».

Так, у публікації «Смеркання ідей федералізму» наведено міркування голови Центральної Ради, де він обґрунтовує власне бачення шляхів радикальної ревізії право-політичних концепцій у відносинах між Україною, Московщиною і російським федералізмом. У зв'язку з цим проф. М. Грушевський пише: «Не знаю, як витримає і переживе федералістична ідея той важкий удар, який завдають їй ленінці і троцькісти називаючись федералістами.

Насправді ж, під їхньою більшовицькою маскою ховається терористичний, бандитський централізм. Саме він стояв поблизу всього, що гальмувало мир, підтримувало анархію, спиняло транспорт і товарообмін – вивіз збіжжя до центральних держав, а з іншого боку – підтинало самовизначення народів і охороняло ідею «єдиної-неділимої». Досі, хоч різними тривогами й небезпеками, наша Українська справа плила під попутним вітром загальної революції. Тільки тепер всі сили – революційні і контрреволюційні, зацікавлені в цілісності російської фірми і просто ворожі українству елементи змобілізувались і повстали, щоб дати генеральну битву нашому національному життю. Зрештою, українство виграє цю війну. І розстріляються в ній не тільки люди, але й ідеї...» (1918, 23 березня).

У лютому 1918 року було підписано Брестський мирний договір Росії з Центральними державами, яким встановлено кордони між УНР, Австро-Угорщиною та Польщею, взаємне постачання хліборобських та промислових залишків, обмін полоненими, налагодження дипломатичних відносин, поділ Галичини тощо. Найголовнішим у цій справі, як відзначала газета «Поділля», стало зобов'язання з боку Росії про припинення будь-якої агітації, пропаганди, військових дій проти УНР (1918, 22 березня).

Питання ратифікації мирного договору обговорювалось 14-17 березня під головуванням М.Грушевського на засіданні окремих фракцій Малої Ради. Позицію української соціал-революційної партії висловив п. Солтан, який зауважив, що Україна як самостійна держава мала право заключати цей мир, хоч і сепаратний, але демократичний, без анексії і контрибуцій.

Доповідач Кушнір (УСФП) теж визнав корисним мирний договір для народу і держави, адже його партія в ідеалі бачила федерацію з сусідами, при підтримці яких буде простіше боротися з імперіалістами. Польський демократ-центрист Почентовський виступив проти ратифікації, бо цей договір, на його думку, прилучатиме Холмщину до України. Власні міркування з цього важливого питання також озвучили: Чижевський (меншовик), Садовський (УСДП), Коваль (укр. труд. партія), Степаненко (самост.) та ін. Після тривалих дискусій більшістю голосів мирний договір було ратифіковано (1918, 23 березня).

Формування самостійної республіки безумовно передбачало потребу в створенні власної національної армії, покликанням якої повинна бути не словесна боротьба на ораторській трибуні, а збройний захист інтересів народу від зовнішніх і внутрішніх ворогів. Велику помилку зробили реформатори нової армії, перетворивши її на дослідне поле для експериментальної політики, бо, як вважала редколегія газети «Поділля», вихованці цієї політичної школи можуть із кулеметами та рушницями в руках повстати проти тих, хто втягнув їх у вир революційного життя.

Вдалі кроки із організації здорового дисциплінованого війська здійснило військове міністерство, насамперед було утворено перший боєздатний корпус, скасовано вибірний принцип в армії, налагоджено зв'язок між центром і провінцією. Особливого значення надавалося військовій формі, проект якої розробила Академія мистецтв, України стилізувавши під давню козацьку. Обмундирування відрізняло українських вояків від російських, слугувало чинником дисципліни, виробляло почуття єдності духу (1918, 29 березня).

Парад першої української дивізії, сформованої з полонених українців у Німеччині, відбувся на Софійській площі у Києві. До її складу увійшли полки: 1-ий ім. Т. Шевченка, 2-ий ім. М. Залізняка, 3-ій ім. І. Богуна, 4-ий ім. Б. Хмельницького, а також гарматні і швидкострільні команди.

Про зустріч із першою дивізією стрілецько-козацького війська УНР, що стояло кошем у Володимирі-Волинському розповів на сторінках подільського часопису кореспондент газети «Діло». Автор відтворив будні та передав настрої козаків, які наполегливо оволодівали азами військової справи. На чолі із наказним отаманом Перником, за підтримки капітана генерального штабу Кватерника, сотника Косака стрільці щоденно виконували встановлений режим: зранку неподалік казарми вправлялися й співали, по обіді слухали лекції старшини і знову займалися фізичними вправами, вечір завершувався піснею «Вже воскресла Україна». Нетерпляче всі дожидалися одностроїв (козацького одягу), які мали привезти із Відня (1918, 31 березня).

Серед інших тем, які піднімалися на сторінках газети, були повідомлення генштабу про перебіг військових операцій проти більшовиків, життя і діяльність політичних партій, кадрові перестановки в уряді, звіти із засідань Малої Ради, питання організації посівних земельних площ у зв'язку із проведенням земельної реформи, вісті з-за кордону тощо.

Виходили постійні рубрики «Губерніальна хроніка», «Міські новини», «Вісті з краю», «Офіційно», «Радіотелеграми», «Всякі звістки», «З преси», «Театр і мистецтво» та ін.

У коментарях і передових статтях газета пояснювала важливі історичні документи: Закон про громадянство Української Народної Республіки; Закон УЦР про державну мову та постанову Міністерства внутрішніх справ про українізацію; Закон про випуск Державною Скарбницею нових грошових знаків на суму 100 мільйонів карбованців; проект нового Кабінету Народних Міністрів на чолі із В.Голубовичем, політика якого значною мірою спричинила втрату впливу УЦР у селянському середовищі.

У рубриці «Офіційно» подавалися передруки з оригіналів та тлумачення інших ділових паперів, зокрема, привертає увагу наказ міністра внутрішніх справ П. Христюка про неухильне виконання Земельного закону на користь працюючо-

го люду і міри відповідальності за самочинні захвати землі; наказ міністра пошт й телеграфів Сидоренка про перехід на нове літочислення (16 лютого вважати 1 березням 1918 року) і переведення годинників на середньоєвропейський час (стрілку годинника перевести з 12 години дня петроградського меридіану на 10 год. 52 хв.); постанови Вінницького Губерніального комісара В. Дудича про заборону незаконного придбання, переховування і застосування зброї цивільним населенням та про встановлення Військового Революційного Суду для підтримки ладу на Поділлі й успішної боротьби зі злочинністю; наказ військового міністра про відставку отамана гайдамацького коша Слобідської України С.Петлюри тощо.

Подільська інтелігенція на шпальтах газети активно захищала і пропагувала українську мову й культуру, оцінювала роль і значення Руського союзу на Україні, виступала за розвиток, націоналізацію рідної школи, заснування «Просвіти», піднімала питання про заснування у Кам'янці державного університету, бо він, «як джерело культури, здасться для поліпшення добробуту народу, а через посередність ново-вихованої молоді осяє темні нетрі нашого бідного і затурканого селянства. Відкриття вищої наукової інституції захопить наш край в могутню течію загальноєвропейської науки, а наше досить таки глухе місто стане конденсатором світла знань і земних благ» (1918, 30 березня).

На райдужному тлі культурно-освітніх перетворень досить часто згущувалися й сумні фарби тодішньої дійсності. Особливо важким було матеріальне становище сільського учителя. Обідраний, обшарпаний, знервований, блідий та голодний – таким образ освітянина Летичівського повіту змалювала газета «Поділля» у статті «Доля учительська». Головними причинами, що призвели до зубожіння педагогів на селі, насамперед вважався брак коштів у земській скарбниці, передбачених на зарплатню, незадовільне забезпечення шкіл паливом, освітленням, книжками, провіантом і т.п.

Аби налагодити нормальний навчальний процес і досягти ефективності у своїй діяльності, учителі закликали органи місцевого самоврядування, раду освіти, бюро професійної спілки звернути бодай мінімум уваги на проблеми людей розумової праці, нагодувати їхні сім'ї, визнати необхідність зібрання учительського з'їзду й асигнувати гроші на його проведення. «Дайте нам можливість вільніше дихати», – благали летичівські освітяни (1918, 23 квітня).

Постійно публікувалися у демократичному часописі «Поділля» художні літературні твори, зокрема, оповідання І.Франка «Малий Мирон», історичний нарис А. Куценка «Славні побратими» про боротьбу полковників Брацлавського Д. Нечая і Вінницького І. Богуна з польським військом біля села Красне на Вінниччині, поезія в прозі М. Козоріса «Люблю Тебе, мій народе великий», фейлетони та ін.

На сторінках газети знаходимо інформацію про заснування нових періодичних видань, оголошення передплати та підтримку вже існуючих. За відсутності власних кореспондентів у столиці та інших містах України, газета використовувала матеріали, що публікувалися у таких друкованих органах як: «Боротьба», «Народна воля», «Робітничая газета», «Українське слово», «Діло», «Союз», «Відродження». До речі, відомостей про часопис «Відродження» немає в жодному із бібліографічних покажчиків газетної періодики. Отож, аби дещо розширити джерельну базу для досліджень історії преси доби національно-визвольної революції 1917-1920 рр., вводимо до наукового обігу ще один автентичний об'єкт джерельної інформації.

При цьому зазначимо, що газету «Відродження», як безпартійний друкований орган було засновано у Кам'янці-Подільському. Вона стояла на захисті інтересів української демократії, висвітлювала усі сторони політичного, громадського, військового, фінансового-економічного і літературно-мистецького життя, детально описувала події провінції та закордоння, утримуючи задля цього власкорів у найбільших містах УНР і столичних центрах інших держав. Редакція знаходилася у місті над Смотричем на Театральній площі. Вартість передплати на місяць складала 6 карбованців.

Отже, здійснивши аналіз матеріалів українського демократичного часопису «Поділля», можна стверджувати: навіть у складних суспільно-політичних умовах газета активно культивувала ідеї демократизації українського суспільства, домагалася визнання прав народу на незалежне державотворення, її публікації формували серед населення провінції почуття патріотизму, пробуджували національну свідомість, відтворювали реалістичні картини тодішньої дійсності.

На сучасному етапі періодика доби національно-визвольної революції залишається важливим джерелом для дослідження «білих плям» в українській історії.

REFERENCES

1. Білінський М., Співачевська Н., Кревецький І. Часописи Поділля: Історико-бібліографічний збірник з нагоди 150-ліття першої газети на Україні та 10-ліття існування УРСР. Вінниця, 1927. 1928. С. 65-73.
2. Губа П. Ідея державності України у пресі 1917–1919 рр. // Розбудова держави. 1999. № 1/6. С. 146-155.
3. Губа П. Українське відродження: Спроба джерелознавчої оцінки вітчизняної преси 1917-1920 рр. / Черкаський державний технологічний університет. Черкаси : Вид-во ЧДТУ, 2002. С. 22.
4. Ігнатієнко В. Українська преса / 1816-1923 рр. Історико-бібліографічний етюд / Український науковий ін-т книгознавства. Х. : Держвидав України, 1926. С. 75.
5. Преса України: газети 1917-1920 рр.: Бібліографічний покажчик / Г.Я.Рудий; НАН України, інститут історії України. К. : Хрещатик, 1997. 97 с.
6. Рубан В. Формування ленінських традицій української радянської преси (1917-1925 рр.). К.: Вид-во Київського університету, 1971. С. 47.
7. Солонська Н. До історії української періодичної преси // Бібліотечний вісник. 1997. №2. С. 29.

**BUILDING MANAGER DOMINANT
IN THE CONTEXT OF THE TIME «PODILLYA» (1918)**

Vitaliy Gandziuk

Kyiv Borys Grinchenko University

Str. Marshal Tymoshenko, 13 B, 04212, Kyiv, Ukraine

e-mail: v.handziuk@kubg.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-4312-6848>

During the Hetmanate of 1918, Podilsky periodicals paid attention to real political science, the development of important Ukrainian issues related to state independence. She, at a high professional level, analyzed important social phenomena of war age, publicly commented, and sometimes corrected the actions of state leaders. The newspapers turned their pages into a true horn of revolutionary processes, reflecting the nation's aspirations for independence, chronicling Podillya and Republican events. Under difficult conditions the Podilsky print agencies were the only sign of Ukrainian social life. Some of them consistently built the modern philosophy of Ukrainianness in the realities of the harsh day. Responsible tasks came to the press: to protect the people, to organize and educate them. Periodicals reflected changes in the ideological and political life of Ukrainian society and in the spiritual and cultural sphere. The Podilsky press documented experience and many instructive lessons that have not lost relevance to the development of Ukrainian statehood at the present stage of strengthening Ukraine's independence. The article analyzes the publications of the Kamyanets-Podilsky Daily Democratic newspaper «Podillya» (1918), clarifies the role of the publication in cultivating the ideas of democratization of Ukrainian society, recognition of the rights of the people to an independent state, formation of a sense of patriotism among the population, the awakening of national consciousness, reproduction of realistic pictures of the then reality:

Key words: newspaper «Podillya», independent state, national idea, Hetmanate, information, democracy, revolution:

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 124–135 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9993>

УДК 070.1:821.161.2-1/-9.02(477.83/.86-11)]“192/193”

ПРЕСА УКРАЇНСЬКИХ ЛІТЕРАТУРНИХ НАПРЯМІВ І УГРУПОВАНЬ У СХІДНІЙ ГАЛИЧИНІ (20–30-і РОКИ ХХ СТОЛІТТЯ) Частина 1

Степан Кость

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Ген. Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: skost_@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-6566-5503>

У статті проаналізовано діяльність преси літературних напрямів і угруповань 20-30-х років ХХ століття. Зокрема, автор виокремлює такі літературні напрями в літературно-му процесі Східної Галичини міжвоєнної доби: націоналістичний, католицький, модерністський і радянфільський. Також з'ясовано роль радянфільських видань – це «Вікна» (1927-1933), «Альманах лівого мистецтва» (1931), «Нові шляхи» (1929-1933), «Критика» (1933). Автор не вважає ці видання українськими, оскільки їх фінансувала Москва, вони пропагували ідеї й концепції, що були ворожими українській національній ідеї.

Ключові слова: історія української преси, історія української літератури, Східна Галичина 20-30-х років ХХ ст.

Вступ. Українські визвольні змагання 1917-1921 рр. засвідчили наявність потужної суспільної, інтелектуальної, духовної енергії в народі, який століттями чекав сподіваної волі. Цей народ, який знову відчув смак державності й незалежності, уже не можна було повернути до стану етнографічної маси. Українці у Сх. Галичині, переживши гірку мить поразки, знову взялися до праці в усіх сферах життєдіяльності. У підрадянській Україні, пам'ятаючи про могутній опір українського суспільства, особливо села, комуністичним ідеям, більшовики вдалися до тактичного маневру і погодилися з т.зв. «українізацією», але не лише вона спричинилася до потужних протуберанців духовної енергії в літературному житті, бо появились десятки і сотні талановитих письменників – тих, хто згодом, у роки антиукраїнського терору, стане розстріляним відродженням. Духовним піднесенням був позначений і літературний процес у Галичині. Він не був таким потужним у кількісному вимірі, але багатшим у сенсі естетичному і навіть психологічному, і тут виразніше простежувалася й ідейно-світоглядна диференціація.

Літературний процес у Галичині міжвоєнного періоду (а це різноманітні течії й угруповання, що сповідували свої ідейні й естетичні кредо, це наявність досить розгалуженої системи періодичних видань, що відображали ідейні й естетичні програми цих течій) давно уже привернув увагу дослідників.

У 20-30-х роках появлялися публікації Д. Донцова, М. Гнатишака, Ю. Липи, М. Мухина, Б. Кравцева, Є. Ю. Пеленського, що стосувалися українського літературного життя. Публікації Д. Донцова, наприклад, мали суто публіцистичний характер. 1930 року автор знаменитого «Націоналізму» видав їх окремою книгою під назвою «Наша доба й література». Публіцистичність статей Д. Донцова не применшувала їхнього методологічного значення, бо його міркування про призначення літератури, про стиль доби і людини, про «трагічний оптимізм» як своєрідну естетичну програму ще й сьогодні не втратили актуальності.

Формулювання проблеми. Обмежений обсяг статті не дає змоги детально проаналізувати ні своєрідні погляди Д. Донцова на літературу й літературний процес того часу, як і цікаву розвідку М. Гнатишака «Нова українська лірика в Галичині на тлі західноукраїнської модерної поезії», працю Є. Ю. Пеленського «Сучасне західноукраїнське письменство», працю Ю. Липи «Бій за українську літературу», ні багато інших літературознавчих чи літературно-критичних публікацій Є. Маланюка, Б. Кравцева, О. Ольжича, О. Теліги, Т. Коструби. Серед учених діаспори про західноукраїнську літературу писали Г. Костюк, Р. Рахманний, М. Степняк, В. Державин. Як факт історіографії питання треба констатувати наявність праць у дослідників західноукраїнської літератури міжвоєнної доби у радянські часи. Вагомий внесок у дослідження західноукраїнського літературного процесу зробили сучасні дослідники. Безперечно, у першу чергу треба назвати праці М. Ільницького [6].

Аналіз літературного процесу означеного періоду в Галичині буде непродуктивним, якщо ми оминемо увагою ті періодичні видання, що були трибуною тієї чи іншої літературної течії, засобом формування чи відображення певних ідейних та естетичних засад. Річ у тім, що наявність відповідних друкованих органів у кожній сфері життєдіяльності була не просто характерною, а принциповою ознакою українського національного життя (у цьому випадку йдеться про Східну Галичину), бо кожна сфера життєдіяльності українців була представлена іноді навіть не одним чи кількома друкованими періодичними виданнями. Усвідомлення своїх досягнень і потенційних можливостей не лише в економічній, політичній сферах, але й у сфері культури допомагало долати важкі морально-психологічні наслідки недавньої поразки і втрати державності, уникнути комплексу меншовартості у зв'язку з цим. Ось чому наявність преси відповідних напрямів була обов'язковим елементом суспільно-політичного і духовного життя українців Галичини, це свідчило про повноту їхнього життя. Українське суспільство в міжвоєнній Галичині – це вже не були ті «рорі і шлорі», як про них презирливо висловлювалися шовіністично зорієнтовані кола польського суспільства середини XIX ст. Це було порівняно добре структуроване суспільство, що усвідомлювало себе як нація, яка втратила державність і стала поневоленою, але не недержавною, яка утверджується в кожній сфері буття, яка вірить у своє майбутнє. Не була винятком і літературно-мистецька діяльність.

На відміну від довоєнного, літературне життя міжвоєнного періоду ще більше урізноманітнилось. Це можна пояснити як внутрішніми законами розвитку літературного процесу, еволюцією естетичних поглядів кожного окремо взятого митця (а це процес, що залежить не лише від впливу зовнішніх чинників, тобто суспільно-політичних), так і певними ідейно-концептуальними засадами, що певною мірою теж зумовлювали характер і зміст творчості.

Мету цієї статті ми вбачаємо в тому, щоб виокремити найважливіші літературні течії й угруповання, з'ясувати основні моменти їхніх естетичних і політичних програм і показати роль преси в літературному процесі загалом і в діяльності кожної літературної течії зокрема.

Виклад матеріалу. Формально першим повоєнним літературним виданням на теренах Сх. Галичини був журнал «Визволення» (1921), що його видавав Д. Кренжаловський, але оті кілька чисел (дев'ять), що появилися, свідчили радше про бажання відновити функціонування української преси, що її заборонила польська влада, захопивши Львів, ніж про презентацію певного літературного напрямку.

Таким виданням став журнал «Митуса» (1922). Це було перше літературне об'єднання, до якого входили В. Бобинський, Р. Купчинський і П. Ковжун (це склад редакційного комітету). На його сторінках друкувалися галицькі і наддніпрянські письменники. М. Ільницький зазначає, що в стильовому плані «митусівці» були послідовниками «молодомузівців», орієнтуючись на символістську поетику, гіперболізуючи ліричного героя, опоетизовуючи страждання. Проте дався взнаки і трагічний досвід світової війни, і поразка визвольних змагань. Ці обставини переакцентували «молодомузівський мотив страждання як культу песимізму від позачасовості й космічного болю на реальний ґрунт, конкретні історичні обставини» [7, с. 103].

Дослідники цього періоду української літератури вказують на використання в середовищі «митусівців» символістської естетики О. Олеся, М. Вороного, «молодомузівців», але особливо стилістики символізму тих молодих українських поетів Наддніпрянської України (П. Тичини, М. Рильського, Д. Загула, О. Слісаренка та інших), які починали свій літературний шлях. Проте однозначно стверджувати, що «митусівці» обмежилися лише символістською стилістикою, було б не цілком слушно. Якщо вимога «мистецтва для мистецтва» й не була визначальною для творчості «митусівців», то бажання духовного об'єднання з наддніпрянськими поетами (проте не з усіма!) було помітним. На нашу думку, в публікаціях тих чотирьох чисел «Митуси» простежується вплив й іншої стильової течії, що знайшла своє відображення в німецькій літературі ще перед світовою війною. Йдеться про експресіонізм. Але експресіоністські мотиви і засоби притаманні і новелам В. Стефаніка, згодом ще яскравіше ці мотиви проявилися в поезіях Т. Осьмачки, поета з під російської України. «Митусівці» лише позначили цю стильову тенденцію, але не розвинули її. А свідченням того, що «митусівці» не обмежувалися поетикою символізму, є стаття В. Бобинського «Від символізму – на нові шляхи» (ч. 1-3 «Митуси» за 1922 р.). У цій статті В. Бобинський зазначав, що символізм не є ексклюзивною формою поезії, що це тільки перехідний етап. Але за футуристами як «людьми минулого», він теж не бачив майбутнього, футуризм, на його думку, не відповідав вимогам сучасності. В. Бобинський обґрунтовував думку про потребу нового мистецтва, що тісно пов'язане з життям, про потребу створення здорового мистецтва не для себе як самоцілі, а для всіх. Розвиток нового мистецтва, потребу якого обґрунтовував В. Бобинський, пішов згодом кількома шляхами: войовничість, пасіонарність, наступальність, потужна енергетика стали визначальними рисами донцовської концепції літератури, а формальні пошуки були характерними для т.зв. ліберально-модерністського напрямку в західноукраїнському літературному процесі. В. Бобинський у статті «Літературне життя по той бік Збруча» (1923) не випадково зазначав: «Згуртування «митусівців», не применшуючи вартості індивідів, як згуртування не мало ніякої

життєвої рації. Замало розмаху було в його членів, щоб зробити революцію в мистецтві, забагато різниць у власних поглядах кожного окремого члена на шляхи й завдання праці митця... З хвилиною появи на галицькому ґрунті політичного конкістадора псевдобуржуазної реакції, що для своєї мети зручно використовує фірму старого «Літературно-наукового вісника» – «митусівці» попадають на звичайну для «молодих» хворобу – ностальгію за патентом на «справжнього», визнаного поета. За тим пішло роз'єднання» [3, с. 451].

На той час В. Бобинський уже був «заражений» радянофільством, а політичні настрої неминуче впливали і на його естетичні смаки й оцінки. А з появою «ЛНВ» і перших праць Д. Донцова на початку 20-х років («Підстави нашої політики» у 1921 р., «Поетка українського рiсорджiмента» у 1922 р., «Націоналізм» у 1926 р.) можна вести мову про нову концепцію літератури (так само як Д. Донцов першим серед українських публіцистів порушив питання про необхідність виховання українця нового типу – не сентиментального, не замріяного, не романтичного, а безкомпромісного, рішучого, вольового, незламного борця за українську ідею).

У червні 1922 року вийшло друком перше число «Літературно-наукового вісника». Багато хто з істориків преси вважає (Ю. Шаповал, наприклад), що це був відновлений «Літературно-науковий вісник» часів І. Франка і М. Грушевського, одне із кращих видань в історії української преси. На нашу думку, це помилковий погляд – було «відновлено» лише назву, прагнучи використати високий авторитет попередника. Але кошти на видання нового «ЛНВ» дала Українська військова організація, а головним редактором було призначено Д. Донцова з ініціативи полковника Є. Коновальця, керівника УВО. «ЛНВ» став речником націоналістичного руху, що зароджувався на західноукраїнських землях. На появу цього видання українська громадськість зреагувала відразу. Є. Маланюк писав з цього приводу: «Таборовий період нашого видання несподівано – і вже навіки – розколовся на дві частини: до «Літературно-наукового вісника» і після ЛНВ. Жили ми вже потім очікуванням свіжого числа цього журналу» [9, с. 375].

Річ у тім, що М. Грушевський, який наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. реформував видавничо-журналістський процес у Галичині, в основу його формування поклав принцип міжпартійності (у цьому з ним був повністю солідарний і І. Франко). Д. Донцов започаткував видання (це спочатку «ЛНВ», а потім «Вісник»), яке упродовж міжвоєнної доби було речником націоналістичних ідей. «ЛНВ» ставив собі за мету «вирвати нашу національну ідею з хаосу, в якому вона грозить згинуті, очистити її від сміття і болота, дати їй яскравий виразний зміст, зробити з неї стяг, коло якої б гуртувалася б ціла нація, – ось завдання, до розв'язання котрого, разом з іншими, хоче причинитися і відновлений Л. Н. Вісник», – так мовиться у програмній редакційній статті «Наші цілі» у першому числі «ЛНВ» за 1922 р. [11, с. 1-5]. Важливий чинник утвердження національної ідеї Д. Донцов убачав у розвитку культури: «Ренесанс ... культурного життя у нас, піднесення поваги духовної культури – в усіх її областях – уважаємо за невідкладну передумову нашого національного відродження» [11, с. 4]. Ще один важливий момент, що стосувався духовних і світоглядних орієнтирів: Д. Донцов орієнтувався на європейську культуру і заявляв про прагнення «стрияти з себе останки східної культури» [11, с. 5].

Конкретніше свій погляд на літературу Д. Донцов висловив у статті «Криза нашої літератури» (Кн. 4 «ЛНВ» за 1923 р.). Кризу української літератури Д. Донцов

констатував по обидва боки кордону (йдеться про кордон, який розмежував українські етнічні землі). Ця криза полягала в тому, що українській літературі, на думку Д. Донцова, не вистачало внутрішньої енергетики, сили, великої віри, великої самопошвяти, великої любові, пафосу аж до «богохульства» Шевченка, волі до життя, трагічності. Ось чому Д. Донцов і зробив висновок про те, що наша література хвора, а одна із причин цієї хвороби – в декадентському розумінні краси, виробленому віками рабства і занепадом всякої активності нації, цю хворобу можна вилікувати, бо бацили ще не знищили організму нації, вони йому чужі, оскільки культ сентиментального квієтизму не лежить у традиції нації, ці традиції треба відновити. Саме тому Д. Донцов закликав читати Шевченка і Лесю Українку, енергійну мову І. Вишенського або думи з XVII ст.

На перших порах «ЛНВ» друкував твори уже відомих письменників – В. Стефаника, О. Кобилянської, Марка Черемшини, Б. Лепкого, В. Пачовського, П. Карманського, В. Самійленка, С. Черкасенка. Редакція віддавала, радше, належне їхньому талантові, ці поети зв'язували минуле і сучасне. Проте «ЛНВ» на чолі з Д. Донцовим прагнув бачити інших героїв, інші настрої, навіть іншу, більш сучасну, художньо-образну структуру. Частково це зробило «стрілецьке» покоління, тобто ті, хто брав участь у світовій війні, згодом у визвольних змаганнях. Відтак на сторінках можна було прочитати твори О. Бабія, Р. Купчинського, Ю. Шкрумеляка та ін.

Романтика визвольних змагань не була єдиною і визначальною тематикою літературної частини журналу. Була й історична проблематика, і селянська – традиційні для української літератури, але почала розвиватися і урбаністична, яка ще з початку століття несміливо утверджувалася в українській літературі.

Аналіз літературної частини «ЛНВ» перших років існування (майже до кінця 20-х років XX ст.) засвідчує, що ні та група літераторів, яка орієнтувалася на націоналістичну ідеологію Д. Донцова, ні літератори, що сповідували інші суспільно-політичні ідеї, не дійшли до вершин майстерності, як і не змогли відповісти на виклики доби. Д. Донцов лише частково мав рацію, коли загальну кризу української літератури намагався пояснити естетикою декадансу, якою була пронизана література. Потрібні були нові постаті, які не лише утверджували б ідею й дух боротьби, вартості й настрої нового націоналістичного світогляду, але були б водночас і талановитими. Це стало фактом із появою в «ЛНВ» творів Є. Маланюка, О. Ольжича, Ю. Клена, О. Теліги, Л. Мосендза, Ю. Липи. Це ті, кого Д. Донцов назвав «трагічними оптимістами» в однойменній статті, надрукованій у січневому числі «Вістника» за 1936 р. Власне у статті «Трагічні оптимісти» викладено суть творчої і світоглядної позиції тих літераторів, які гуртувалися навколо «ЛНВ» і «Вістника». Д. Донцов писав: «Маланюк, Клен, Теліга, Мосендз, Ольжич – і ще один чи двох – ось ті трагічні оптимісти, які узріли красу в героїці, в тім, в чім в нас не бачили її від часів авторів «Заповіту» і «Одержимої»; які певним рухом – відкинули геть від себе те, що досі вважалося красою: «трагізм» без оптимізму – що є безсилим скиглінням, і «оптимізм» без трагізму – що є оманюю слабих. ... Як поети (і тому тільки про них, а не про інших тут пишу) – вони стали авангардом, сильним і відважним, нового мистецтва. Вони були тими, що принесли благословенство життю в його найстрашніших виглядах, що в сназі формування, «п'янки і завзяті» – знайшли відвічне джерело гарного...» [4, с. 284].

«Трагічні оптимісти» показали нового героя – людину чину, готову до безкомпромісної боротьби, до самопожертви, людину, для якої понад усе – віра в Україну, в її славу й історичне призначення. Зрозуміло, це не означає, що «ЛНВ» і «Вістник» друкували лише їхні твори. (Зрештою, Ю. Липа згодом дуже гостро полемізував із Д. Донцовим, він приєднався до літературного середовища, що гуртувалося навколо журналів «Тризуб» і «Ми»). Так, на сторінках «Вістника» було надруковано роман У. Самчука «Кулак», ще раніше, упродовж 20-х років, під час т.зв. «українізації», «ЛНВ» друкував твори поетів підрадянської України (під рубрикою «З наддніпрянської поезії») – М. Зерова, М. Рильського, В. Сосюри, П. Филиповича. Проза була представлена іменами Б. Антоненка-Давидовича, Остапа Вишні, П. Панча, М. Хвильового.

Не оминув увагою «ЛНВ» і літературну дискусію в Україні 1925-1928 років. Йдеться, зокрема, про знакові цикли памфлетів М. Хвильового («Камо грядеш», «Думки проти течії», «Апологети писаризму») і статтю «Україна чи Малоросія?». В огляді «Буряне поліття (1917-1927)», надрукованому в кн. 4 «ЛНВ» за 1927 р., Є. Маланюк так оцінював ці публікації: «Цей виступ в умовах ССРСР і спеціально в умовах літературного життя, – був все-таки виявом неабиякої мужності, а що важніше – мужності національної... Хвильовий є Українець нового, революційного гарту.

А в своїх памфлетах, як таких, і новій (в українській літературі) літературній формі, з нашого погляду, вперше по 1917 році явлена українська особистість, – ще не сформована, ще в ембріональному стані, ще покалічена, але покалічена лише механічно, але не психологічно». І ще одна цитата з цього огляду: «Хвильовий же, чи вірніше хвильовізм, як явище і явлення, – ознака того, що й інтелігентська свідомість починає набирати на Україні рис селянської свідомості». Варто звернути увагу на те, що Є. Маланюк 1) відзначає саме національну мужність М. Хвильового; 2) саме українське селянство було носієм національного коду (саме тому Сталін і російський більшовизм згодом нищили голодомором спочатку селянство, а потім розстрілювали й інтелігенцію). Зазначимо, що Є. Маланюк, невисоко оцінив результати цієї літературної дискусії («гора породила мишу»).

Помітне місце на сторінках «ЛНВ» і «Вістника» посідали переклади із зарубіжної літератури. Промовистий факт: були такі числа і навіть періоди, коли в «ЛНВ» і «Вістнику» було більше перекладних творів (але це були художні твори), ніж творів української літератури.

Ідейно-концептуальні засади нового мистецтва, літератури покоління, яке сповідувало або поділяло націоналістичні погляди, формував Д. Донцов, який регулярно звертався до літературознавчої проблематики («Криза української літератури» у ч. 4 «ЛНВ» за 1924 р., «До старого спору (дискусія на тему нашої культурної приналежності)» у ч. 6 за 1924 р., «Крок вперед» у ч. 10 за 1926 р., «Невільники доктрини» у ч. 9 за 1928 р., «Сансара» у ч. 2 за 1928 р., «Росія чи Європа?» у ч. 1 за 1929 р., «Криве дзеркало української літератури» у ч. 10 за 1929 р., «Естетика декадансу» у ч. 9 за 1930 р., «Наше літературне гето» у ч. 1 за 1932 р.; у «Вістнику» – «Санчо Панса в літературі і життю» у кн. VII-VII за 1934 р., «Трагічні оптимісти» у кн. I за 1936 р.). Щоправда, треба зауважити, що це були не суто літературознавчі публікації, а, безперечно, публіцистичні роздуми з приводу різноманітних проблем функціонування української літератури на новому витку української історії.

Погляди «митусівців» не вписувалися в світоглядну й мистецьку концепцію Д. Донцова і його молодих послідовників, але їхні спроби знайти нові шляхи в мистецтві не зникли безслідно. Так, у листопаді 1924 р. Я. Цурковський, молодий львівський поет, почав видавати журнал «Наука і письменство». Оскільки в журналі зібралися молоді поети, що мали різні мистецькі погляди, то й не дивно, що появилось лише одне число журналу. Проте Я. Цурковський у 1927 р. створив літературне угруповання під чудернацькою назвою «Інтебмовсегії» (Інтелектуальний блок молоді всеукраїнської генерації) – ця група почала видавати часопис «Літературні вісти: місячник літературно-мистецької критики, інформації і полеміки». «Літературні вісти» прагнули сконсолідувати нові творчі сили в течію, що мала обновижити життєві сили народу, заржавілі з браку руху й імпульсу, як було зазначено у вступній статті. «Інтебмовсегівців» не влаштувала жорстка і вимоглива донцовська концепція літератури. А з іншого боку, їм забракло таланту, щоб реалізувати свої авангардистські пошуки. Зрештою, нічого оригінального (крім назви) у своїй мистецькій програмі «інтебмовсегівці» не сказали. Це вже раніше зробили як європейські, російські, так і українські футуристи (М. Семенко, наприклад). Одним із важливих понять естетичної програми Я. Цурковського та «інтебмовсегівців» був «цивілізаційний презентивізм» – «... мистецтво, яке відповідає конструктивному зміслові сучасності, мусять організувати життя по лінії удосконалення чоловіка взагалі», як писав один із прихильників нової літературної і мистецької течії [14, с. 9-10]. Молоді поети були досить послідовними у реалізації засадничих тез програми нового напрямку, який вони назвали парафутуризм. Не варто недооцінювати формалістичних пошуків «інтебмовсегівців», бо ці пошуки теж потрібні були в літературно-мистецькому дискурсі. Зрештою, мали рацію вони і в тому, що в умовах нової цивілізації зображення людини вимагає нових стилістичних засобів, що заперечували описовість, патетику, сентиментальність (таку органічну для української літератури). Не поривали вони і з традиціями, бо вважали мистецтво «альфою регенерації народу». Але західноукраїнський парафутуризм не відбувся. Поява у цій течії старшого за віком і справді талановитого О. Туряньського була радше винятком. Рівноцінного йому за талантом літератора серед «інтебмовсегівців» не було. Крім цього, українська галицька громадськість і навіть творча інтелігенція не були готові до сприйняття модерністських спроб – все ще домінували ідейно-світоглядні концепти у ставленні до літературного процесу, та й сам процес був чітко структурований, а тому і націоналістичний «Літературно-науковий вістник», і католицький «Поступ», і радянськільські «Вікна» серйозно молодих авангардистів не сприймали, що відображалось в іронічних, насмішкуватих або й саркастичних реакціях і відгуках. Навіть М. Рудницький, відомий критик і співробітник авторитетного «Діла», якому були близькі модерністські пошуки і експерименти європейської літератури, не підтримав «інтебмовсегівців».

Власне, М. Рудницький був одним із ініціаторів створення ідеологічно не заангажованого мистецтва, т. зв. «ліберального» напрямку. Це був єдиний напрям, що організаційно не сформувався. Не було навіть періодичного видання, навколо якого могли об'єднатися прихильники цього напрямку (двотижневик «Назустріч» почав виходити аж у 1934 р.). Дослідники літературного життя міжвоєнної доби в Галичині вважають, що є кілька принципових ознак, на підставі яких можна визначити певну групу літераторів як «ліберальний» напрям у ліберальному житті того часу: орієнтація на європейське мистецтво, аполітичність, безідейність.

Загалом естетична програма, прагнення прихильників «ліберального» напрямку і розуміння літератури зрозумілі, а іноді навіть і виправдані: позбутися необхідності брати участь у політичних баталіях, протистояти ідеологічній заангажованості, заперечувати прагматичне розуміння літератури, утверджувати такі критерії оцінки літературних творів, що зумовлені природою літератури. Це не була проповідь ідеї «мистецтва для мистецтва», а утвердження органічної за певних суспільних умов ідеї свободи митця. Проте українська історія таких умов ніколи не створила. Література завжди повинна була бути трибуною, речником поневоленого народу, засобом, інструментом тощо. Не були винятком і 20-30-і роки. Навпаки, це був складний період української історії, якщо взяти до уваги лише один регіон – Галичину – і трагічний, якщо йдеться загалом про Україну. Ось чому погляди прихильників ліберального розуміння призначення, функцій, суспільної природи літератури не були популярними серед української громадськості. Як зазначалося, ідеологом і теоретиком «ліберального» напрямку був М. Рудницький, знавець європейської літератури, критик, перекладач. Його заклики до «безідейності», навіть до «безнаціональності» мистецтва спричинилися до бурхливих дискусій. (На нашу думку, саме така дискусія зумовила появу відомої статті митр. А. Шептицького «З філософії культури» на сторінках позапартійного журналу «Наша культура» у 1935р.; А. Шептицький утверджував, власне, необхідність національної культури). Цікаву думку з цього приводу висловив Б. Романенчук: «Як літературний критик М. Рудницький оцінював твори з естетичного погляду, а галицька суспільність бачила літературу очима молодого Івана Франка, який вартість твору оцінював громадською значимістю, тому погляди Рудницького були неприйнятні, але чимало важив і тон його критики, зверхній та легковажний» [13, с. 237].

М. Рудницький багато в чому мав рацію, бо, наприклад, естетичну вартість твору не можна було визначати лише його громадською значимістю чи декларативним утвердженням певної ідеології. Крім цього, полемічні, публіцистично загострені, некомпліментарні оцінки М. Рудницького збуджували, ферментували громадську думку, зокрема в її естетичній площині, що більше, М. Рудницький (як і його брат І. Кедрин) був помітною постаттю в культурному житті галицьких українців – професор Українського таємного університету (1922-1925), перекладач, письменник, автор двох серйозних літературознавчих праць – «Між ідеєю і формою» (1932) та «Від Мирного до Хвильового» (1934), співробітник багатьох українських періодичних видань у Галичині. Важливо, що М. Рудницький відповідав за літературно-критичний розділ «Діла» і був впливовим критиком. Він мав вплив і на журнал «Світ» (1925-1929). У вступній статті (х. 1 за 1925 р.) редакція заявляла, що цей журнал призначений «для найширших кругів», що журнал «крім зразкових уривків зразків українського красного письменства, головню новішої літератури, як також перекладної літератури старатися буде уйняти... сучасне життя на всіх його ділянках». «Лібералізм» журналу проявився в тому, що в ньому друкувалися як письменники «лівої» орієнтації (а докладніше – з радянофільськими симпатіями) – В. Бобинський, В. Крохмалюк, А. Павлюк, М. Ірчан, І. Крушельницький, так і поети-націоналісти – Б. Кравців, Р. Купчинський. Серед інших авторів «Світу» – письменники старшого покоління: Б. Лепкий, В. Пачовський, С. Черкасенко, письменники, що емігрували з Наддніпрянської України: К. Поліщук, Ф. Дудко. Можна сказати, що в ідеологічно-партійницькому плані журнал був дуже відкритий. «Світ»

справляв добре враження і тим, що друкував багато перекладів із європейської літератури (твори Ш. Бодлера, Г. Мопассана, Р. Стівенсона, К. Гамсуна, Е. М. Ремарка, Ю. Тувіма, Ж. Санд, С. Цвейга, Я. Гашека). У цьому відношенні хіба що «ЛНВ» міг суперничати зі «Світом». Це була, безперечно, заслуга М. Рудницького.

У 1927-1928 рр. виходив журнал «Чар-зілля» (спочатку у Львові, згодом у Тернополі), але за типом це було, радше, культурно-освітнє видання.

У Тернополі виходив і журнал «Сяйво» (1930) за редакцією В. Мартиновича. Журнал ставив собі за мету поборювати партійну політику в літературі, вибудовувати українську літературу сучасної доби, але це були лише декларації, творчих зусиль вистачило лише на одне число.

Журнал «Неділя» (1929-1939) виходив за редакцією М. Голубця і Р. Голяна (відповідальним редактором був Г. Еліяшевський). Тут була цікава літературна частина, де друкувалися молоді письменники, але все ж за типом це було родинне видання, що дуже добре доповнювало загальну структуру західноукраїнської преси.

Цікавим явищем міжвоєнної доби (йдеться, власне, про 30-і роки) було виникнення літературних (або літературно-мистецьких) гуртків, що не афішували своїх партійних симпатій і поглядів. Такою була «Дванадцятка», до якої теж входили молоді львівські письменники. Ними опікувався спочатку М. Голубець, а згодом М. Рудницький. Група не мала якогось помітного впливу на літературний процес. Це було, радше божемне товариство, щоправда, в цілком «нормальних», пристойних рамках.

Ще один факт літературно-мистецького життя – група молодих художників «РУБ», учнів О. Новаківського (С. Луцик, А. Малюца, І. Нижник, Р. Чорній, Г. Смольський, В. Гаврилюк, В. Ласовський). Якщо кількох перших можна вважати імпресіоністами, то двоє останніх відзначалися модерністськими пошуками. Проте найважливіше у діяльності цієї групи було те, що в ній брав участь молодий поет надзвичайної сили таланту – Б.-І. Антонич. Групу було створено 1932 року, а наступного року вона видала альманах «Карби». Редакція прагнула сформувати новий зміст мистецтва. Із вступної (програмною) статті: «Цим змістом буде здоровий світогляд окциденту й її знаменні елементи національної духової структури, що свідчать про нашу расову й культурну окремішність» (вип. 1 за 1933 р.) Редагував альманах головним чином Б.-І. Антонич. Йому ж належить стаття «Національне мистецтво» (Спроба ідеалістичної системи мистецтва). Б.-І. Антонич вважав методологічною засадою мистецтва мистецький ідеалізм, що зумовлений природою мистецтва, є єдиною системою, яку можна оперти на науковій дефініції мистецтва і в логічний спосіб вивести з неї. Увагу привертають роздуми Б.-І. Антонича про національний характер мистецтва. Вони й сьогодні актуальні. На його думку, народна тематика не творила у мистецтві національний характер; національним мистецтвом буде за умови, що «митець признає свою приналежність до даної нації та відчує співзвучність своєї психіки із збірною психікою свого народу. Якщо це відчуття справді шире, воно напевне знайде вислів – навіть мимохоть – у творах митця» [1, с. 3]. Як далеко це від майстрів шароварщини!

На жаль, «Карби» не вдалося перетворити на періодичне видання, але 1 січня 1934 року вийшло перше число двотижневика «Назустріч». Видавав часопис О. Боднарівич. До складу редакційної колегії входили Б.-І. Антонич, С. Гординський, М. Рудницький, В. Сімович. Двотижневик був одним із кращих видань цього типу,

в якому органічно поєднувалося відображення різних пластів і граней літературного процесу: проблемні статті і хроніка, поезія, проза і критика, твори українських літераторів і перекладна література. Із поетів на сторінках двотижневика найчастіше друкувалися Б.-І. Антонич, Ю. Косач, С. Гординський, інші лише починали свій творчий шлях. Відкриттям була поезія Б.-І. Антонича, потужний талант якого поєднував несподіване поетичне сприймання життя, пластичність цього сприймання, і філософську глибину, і національну самобутність, і глибину емоцій і думок. Літературно-критичний доробок двотижневика – це публікації М. Рудницького. У двотижневика розкрився і багатогранний талант С. Гординського, поета і критика, художника і графіка. Те, що він очолив видання у 1938 р., випадковістю не було. Проза двотижневика – це новели В. Софроніва-Левицького, Ірини Вільде, М. Рудницького. Було багато перекладів із зарубіжної літератури, особливо європейської. Ще й сьогодні увагу привертають літературно-критичні публікації, оскільки саме там автори висловлювали свої думки з приводу функціональних проблем творчості – цікаве інтерв'ю з Б.-І. Антоничем «Як розуміти поезію»), статті С. Гординського («Розмова про минулорічну літературу», «Чотири реторти лірики», «Поет другої генерації», «Наше село й література») і його виступ «Становище поета. Слово при роздачі літературних нагород дня 31 січня 1935 року», М. Рудницького («Безсюжетщина», «21 книжка за 12 місяців»), Ю. Косача («До проблеми історичної повісті», «Документ чи література?»), публікації про О. Архипенка, О. Новаківського та інших митців.

Ці й інші публікації сучасному читачеві практично не відомі й не доступні, а актуальності вони не втратили. Ось деякі твердження Б.-І. Антонича, висловлені в інтерв'ю «Як розуміти поезію»: «Зрозумілість поезії, як узагалі зрозумілість літературних і мистецьких творів, річ умовна і суб'єктивна... Зрозуміти мистецький твір це ще не все, це навіть не найважливіша річ. Механізм діяння мистецтва куди складніший. Саме зрозуміння, це тільки допоміжний ступінь, допоміжний засіб до властивого прийняття мистецького твору. Засіб потрібний і важний, але не конечний»; «Мистецтво може діяти на розвиток розуму й вимагає для свого повного сприйняття деяких розумових умовин, але не менш звертається в своїй основі до емоційних сторінок душі. Правда, годі механічно відділювати від себе, як окремі світи, розум, почування й волю»; «Хоч у літературному чи мистецькому творі всього не розуміємо, проте можемо цей твір відчутти, піддатися його сугестії і сприйняти й оцінити його загальну вартість, признати йому високий рівень чи навіть геніальність, признати його високомистецьким або навіть архітвором»; «Коли мистецтво виконує якусь національну, суспільну чи виховну функцію, то виконує її вдаряючи очевидно передусім у струну емоції, своїм релігійним патосом».

І сьогодні вартими уваги є студії про Т. Шевченка, А. Свидницького, П. Куліша, Марка Вовчка, І. Франка, М. Хвильового, В. Підмогильного. Треба віддати належне М. Рудницькому – він повернув із забуття «Молоду Музу».

«Назустріч» посідає важливе місце в історії як української преси, так і літературного процесу. Його провідні автори, не зв'язані партійною приналежністю чи ідеологічними догмами, утверджували ідею справжнього мистецтва, яке розвивається за своїми внутрішніми законами, захищали ідею свободи творчості, але й не відгороджувалися від суспільних проблем, утверджували національне в мистецтві, орієнтувалися на вершинні здобутки світової літератури.

Що важливо – двотижневик був добре ілюстрованим (фотографії, шаржі, репродукції картин і скульптур; до речі, тут був фотознімок відомої скульптури О. Архипенка «Ma.Meditation», яку він подарував Національному музеєві у Львові – її було знищено разом із творами інших українських митців уже за радянської влади 1952 року). Часопис порушував проблеми практично усіх видів мистецтва, а ця література, театр, малярство, скульптура, музика. Одним із перших часопис звернув увагу на кіномистецтво (1934 року появилася «фільмова» сторінка, згодом сторінка «У світі десятої музи» і «Фільмовий світ»). Те саме стосується і фотомистецтва. Впадає в око і жанрова палітра часопису: статті, огляди, інтерв'ю, репортажі. Звинувачення представників націоналістичної течії в тому, що «Назустріч» – цитадель ворогів українського мистецтва і української духовності, безпідставні і несправедливі...

*(Закінчення у наступному числі
«Вісника Львівського університету. Серія журналістика»).*

REFERENCES

1. Антонич Б.-І. Національне мистецтво (Спроба ідеалістичної системи мистецтва) / Б.-І. Антонич // Карби. 1933. Ч. 1. С. 2-6.
2. Антонич Б.-І. Як розуміти поезію / Б.-І. Антонич // Назустріч. 1935. Ч. 15. С. 2, 5.
3. Бобинський В. Гість із ночі. К., 1990. 623 с.
4. Донцов Д. Дві літератури нашої доби / Д. Донцов. Львів, 1991. 296 с.
5. Заїкин В. Проблеми української літературної критики й естетики в ліберальнім освітленні / В. Заїкин // Дзвони. 1932. Ч. 10. С. 669-674.
6. Ільницький М. Від «Молодої Музи» до «Празької школи» / Микола Ільницький. Львів, 1995. 318 с.
7. Ільницький М. М. Західноукраїнська і емігрантська поезія 20-30-х років / М. М. Ільницький. К.: Товариство «Знання» України, 1992. 48 с.; Ільницький Микола. Від «Молодої Музи» до «Празької школи» / Микола Ільницький. Львів, 1995. 318 с.; Ільницький М. Критики і критерії. Літературно-критична думка в Західній Україні 20-30-х рр. ХХ ст. Львів: ВНТЛ, 1998. 148 с.
8. Коструба Т. Огляд української літератури в 1918-1938 рр. / Т. Коструба // Життя і слово. 1948. С. 115-126.
9. Маланюк Є. Д. Книга спостережень / Маланюк Євген. Торонто: Накл. Вид-ва «Гомін України», 1966. Т. 2. 478 с.
10. Меріям [Лужницький Г.]. Нарис сучасної галицької поезії / Меріям [Г. Лужницький] // Літературно-науковий вістник. 1925. Ч. 9. С. 6 (с. 70-79).
11. Наші цілі // ЛНВ. 1922. Ч. 1. С. 1-5.
12. Нигрицький Л. [Лужницький Г.]. Епілепсія умів / Л. Нигрицький [Г. Лужницький] // Поступ. 1923. Ч. 9. С. 242 (с. 241-243).
13. Романенчук Б. Західноукраїнська література між двома війнами / Б. Романенчук // Записки НТШ. Львів; Нью-Йорк; Париж; Сідней; Торонто, 1996. Т. 212. С. 232-255.
14. Шиян В. Шляхи нашого дрес-бенду / В. Шиян // Літературні вісти. 1927. Ч. 3-4. С. 9-10.

PRESS OF UKRAINIAN LITERARY DIRECTIONS AND GROUPS IN EASTERN GALICIA (20–30TH YEARS OF THE TWENTIETH CENTURY)

Stepan Kost'

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chupryny Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: skost_@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-6566-5503>

The activity of the press of literary directions and groups of 20-30th years of the 20th century is analyzed. In particular, the author singles out such literary directions in the literary process of Eastern Galicia during the interwar period: nationalist, Catholic, modernist and Sovietophilic. According to the author, the Sovietophilic direction was not an organic element of the Ukrainian literary process. The literary life of Eastern Galicia was more varied than before the First World War. In the author's opinion, the reasons for this were both internal laws of the development of the literary process, as well as new social and spiritual-aesthetic conditions. *Mytusa* (1922) was the first literary group which published the magazine with the same name, but it did not make a significant influence on the literary life. In 1922 the *Literaturno-Naukovyi Vistnyk* (Literary and Scientific Bulletin) was edited by D. Dontsov. Around this magazine (afterward, the *Vistnyk* (Bulletin)), writers who were loyal to nationalist ideology united. These were such well-known writers as E. Malanyuk, Oleh Olzhych, Yurii Klen, Olena Teliha, Y. Lypa, L. Mosendz. The author proves that the ideological and conceptual foundations of this group were substantiated by D. Dontsov. Another literary association was *Intelektualnyi blok molodoji vseukrajins'koi generaciji* (Intellectual Block of the Young All-Ukrainian Generation). Its leader was J. Tsurkovsky, and its organ was *Literaturni Visty* (Literary News). The group was also not influential. M. Rudnytsky was one of the initiators of the creation of an ideologically unbiased art – a «liberal» direction. Members of this group published the magazine *Nazustrich* (Towards), they were guided by European literature, preached analyticity and ideological indifference, denied the pragmatic understanding of literature, and affirmed the idea of freedom of the writer. The article clarifies the position of the literary direction, whose writers were guided by religious principles in creativity. This direction was represented by the journals *Progress* (1921–1927, 1927–1931) and *Dzvony* (Bells) (1931–1939). The most famous writers of this direction are G. Kostelnyk, O. Moh, G. Luzhnytsky, V. Melnyk, P. Isayiv, although it is possible to read oeuvres by other writers whose worldview was different from the program of the magazine *Dzvony*.

The role of the Sovietophilic periodicals – *Vikna* (Windows) (1927–1933), *Almanakh Livoho Mystectva* (Almanac of the Left Art) (1931), *Novi Shliahy* (New Ways) (1929–1933), *Krytyka* (Critics) (1933) – is clarified. The author does not consider these periodicals as Ukrainian because they were sponsored by Moscow and propagated ideas and concepts which were hostile to the Ukrainian national idea.

Key words: the history of the Ukrainian press, the history of the Ukrainian literature, Eastern Galicia, 20–30th of the twentieth century.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 136–141 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9994>

УДК 070.1-051:271.4-423.79-248.3А.Шептицький

ПОСЛАННЯ МИТРОПОЛИТА АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО – НАЦІОНАЛЬНО-ДУХОВНА СПАДЩИНА ДЛЯ НАУКОВЦІВ ТА ЖУРНАЛІСТІВ

Мар'ян Лозинський

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: m_lozynskyy@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-5006-3291>

В 2020 році припадає 120-та річниця з того часу, як Митрополит Андрей Шептицький отримав титул Галицького митрополита з осідком при соборі св.Юра у Львові. Статтю присвячено тематичному розгляду його окремих послань, які станом на сьогодні видані в 3 томах в середовищі науковців і дослідників історії за підтримки ієрархії УГКЦ.

Звернено увагу на актуальність ідей, які впливають із послань Митрополита Андрея, для реалій українського суспільства загалом і науковців та журналістів зокрема.

Ключові слова: писемна спадщина, послання, форма, Митрополит Андрей Шептицький, Церква, суспільство, журналістика.

Писемні послання в Україні сягають глибокої давнини. Вони є документами свого часу і відображають тогочасні суспільно-релігійні аспекти розвитку тодішніх спільнот громад. Окрему категорію становлять листи повчального змісту, авторами яких виступали знатні вельможі з високим рівнем освіченості, а також визначні діячі суспільно-політичного та релігійного життя.

Ця традиція послань передавалася від одних мислителів до інших. До них належав і Митрополит Андрей Шептицький, який протягом 44-х років свого єпископського служіння спочатку на Станіславівщині, потім на Львівщині творив окрему епоху в історії УГКЦ. Наступного, 2020-го року, минає 120 років відтоді, як Митрополит Андрей отримав титул Галицького митрополита з осідком при соборі св.Юра у Львові. Загалом ціла душпастирська діяльність Митрополита Андрея у першій половині ХХ ст. припадає на період Першої світової війни, її руйнівних наслідків; на територіальні поділи в Східній Європі, а після 1939 року – на німецько-більшовицьку «м'ясорубку» під час Другої світової війни (в радянській історії названа «Великою Вітчизняною»).

Митрополит Андрей, прийнявши богопосвячений стан у Василянському Чині, протягом непростого для себе часу на Києво-Галицькому престолі, став етнархом і пастирем українського народу. Він проявляв велику активність у пошуках матеріально-фінансової допомоги для багатостраждального українського народу, особли-

во для сиріт і напівсиріт. За різними джерелами, які подають дослідники, на той час в Галичині нараховували близько 20 тис. дітей сиріт [1, С.239].

Актуальність нашої статті впливає із суспільно-політичної і релігійної ситуації в Україні, яка ставить на порядок денний перед сучасною журналістикою нові вимоги щодо захисту України в умовах гібридної війни, яку веде Російська Федерація.

Метою статті є розгляд послань Митрополита Андрея Шептицького та їх сучасне прочитання в контексті нових викликів для України на різних рівнях – суспільному, економічному, релігійному, тощо. Писемна спадщина Митрополита Андрея спонукатиме, на нашу думку, до нових сучасних форм проповідництва у ЗМІ, до розробки стратегічних планів у царині захисту культури й духовності українського народу.

Результати дослідження. Загальновідомо, що деякі лідери Центрально-Східної Європи та їхні впливові політики намагаються через нацменшини в Україні послаблювати Українську державу. Особливого значення у цьому питанні набувають їхні ЗМІ, які володіють потужним кадровим і технічним потенціалом.

В часи Митрополита Андрея Шептицького гостро стояло питання захисту прав і свобод нашого народу від сусідів, котрі всіляко намагалися розчленувати і поділити між собою молоду Українську державу. Великий Пастир свого народу Андрей це виразно бачив і намагався всіляко цьому перешкодити. В першу чергу він, як глава УГКЦ, разом із духовенством активно спричинявся до покращення долі цілого українського народу, через наймогутніший вияв нашої боротьби за церковні й національні права.

Як духовна особа Митрополит Андрей добре усвідомлював, що найбільш ефективним та дієвим взаємозв'язком зі своїм народом є пастирські послання. У своїх чисельних посланнях та богословських творах він залишив нам Божу науку, яка веде нас до вічного спасіння. Наприклад, в його першому пастирському посланні читаємо: «Так Вас люблю, що готов я Вам подати не лише Божу науку, але й душу – життя своє! Бо Ви дуже дорогі моєму серцю» [2, С.7].

Історія підготовки послань Митрополита Андрея бере свій відлік відтоді, як вірні учні в 1926 році відзначили 25-річчя його перебування на митрополичому престолі при соборі св. Юра. Тодішній єпископ Луцький Йосиф Боцян підготував літературний огляд пастирських послань, котрі з'явилися з під пера галицького владики і котрі він зумів упорядкувати. Наступним кроком у підготовці пастирських видань слід вважати підготовку до відзначення 35-ліття митрополичого служіння владики Андрея. З цією метою духовенство Богословської Академії УГКЦ постановило продовжити видання всіх його творів, котрі були розкидані по цілому світу. В основному це були праці Митрополита Андрея з його періоду служіння в Станиславові (нині Івано-Франківськ), котрі увійшли до одного тому пастирських послань. Вже тоді читач мав можливість зануритися в універсальність початківця і талановитого на письменницький дар молодого Митрополита Андрея, який є мов великою горою, біля якої ми стоїмо і не можемо розглядіти її велич та красу. Всю красу, і це знає кожний, можна побачити тільки тоді, коли ти стоїш із самого вершечка гори. Автор передмови професор Анатоль Базилевич пише: «Такою духовною горою був саме Митрополит Андрей. Щойно з віддалі часу будемо могли його оцінити краще, як це ми могли робити за його життя і щойно тоді, коли перестудіюємо глибину його

думок побачимо й ті віднокрити, що їх він бачив, а багато з нас їх не зауважували або просимо таки не розуміли» [3, С. 13].

Другим виданням послань митрополита Андрея є твори періоду вересня 1939 р. – червня 1941 р., періоду комуністичної «навали» на Західну Україну. Ці послання вийшли у видавництві отців редemptористів «Логос» [4].

Міжвоєнний, прижиттєвий період Митрополита Андрея був насичений різними перевиданнями його творів. Зокрема, це переклад з грецької мови аскетичних творів св. Отця нашого Василя Великого, послання «Як будувати рідну хату», «Божа мудрість» (1932 р.) та ін.

Тематичний аналіз творів Митрополита А. Шептицького з відкриттям архівів чітко показував, що вся його писемно-творча спадщина вимагала від нас, сучасників, укладення повного зібрання творів, які мали би з'явитися у світ і стати доступними для читача, зацікавленого як релігійними, так і суспільними питаннями. Такий час настав, зокрема, з проголошенням незалежності Української держави в 1991 році – послання митрополита Андрея потрапили до рук дослідників історії УГКЦ. У введенні до першого тому пастирських послань (1899-1914 рр.) єпископ Михаїл Гринчишин писав: «По довгих десятиліттях розшуків і досліджень постуляція справи беатифікації Митрополита Андрея розпочинає повне критичне видання його пастирських послань. Передбачено чотири тома» [1, С. 10-11].

При цьому зазначимо, що прогноз владики Михаїла здійснився і всі чотири томи побачили світ. Це була величезна науково-дослідницька праця невеликої групи ентузіастів, поціновувачів титанічної праці Митрополита А. Шептицького, яка увінчала його релігійно-національні потуги в українській історії першої половини ХХ ст. До них належала й довголітній працівник Центрального державного історичного архіву у Львові канд. істор. наук п. Оксана, яка однією з перших з початку 90-х років минулого століття почала віднаходити писемні твори великого Митрополита і клопотатися про їх видання.

Велична світова постать папа Іван Павло II, святий Католицької Церкви, під час пастирського візиту в Україну (2001 р.) так згадує про митрополита: «Як при цьому не згадати далекоглядну й ґрунтовну пастирську діяльність Слуги Божого Митрополита Андрея Шептицького, справа беатифікації якого ведеться і сподіваємося одного дня побачити його у славі Святих? Треба зробити належне посилення на його героїчну апостольську діяльність, щоб зрозуміти по-людському живучість Української греко-католицької церкви в темні роки переслідування» [5, С. 290].

Серед героїчної душпастирської діяльності Митрополита Андрея важливе місце займає «апостолят пера», який він започаткував ще наприкінці ХІХ ст., зокрема у стінах василіанського монастиря св. Онуфрія у Львові. Будучи ігуменом цього монашого осідку, молодий о. Андрей заснував у 1897 році релігійний часопис «Місіонар», який став вельми популярним друкованим виданням в Західній Україні. Його наклад в окремі роки міжвоєнного періоду сягав близько 50-ти тисяч примірників. Також з під пера тоді ще молодого єпископа Станіславівської єпархії Андрея, а з 1900 року митрополита Галицького виходять численні монографічні праці, десятки послань, листів, які стали живим словом Митрополита для широких верств народу. Про письменницький талент Андрея Шептицького пересічний глядач зміг довідатися сповна лиш тоді, коли після багаторічного вивчення сотень його творів вдалося опрацювати та видати в 2007-2013 роках пастирські послання у 3 томах (видавництво «Артос»).

Майже всі послання переважно носили богословське, катехитично-повчальне спрямування, які розкривали перед «люблячим» для Митрополита Андрея народом, по простому та доступно, значення глибокої віри в Бога, любові до Батьківщини, до своїх рідних, тощо. Божа ласка та молитва були постійними й улюбленими темами не тільки Митрополита, але й цілого духовенства Галичини, яке поширювало цю його науку серед народу. Слід зазначити, що він дуже багато писав, виходячи на-самперед із об'єктивних причин, передусім із внутрішніх. Виникає об'єктивне запитання: а де Митрополит Андрей набирався та черпав з отчого джерела своїх думок? Перш за все знайдено відповідь на це та подібні питання у його заповіті, складеному перед Римським Архиєреєм, який став вже доступним. Ось що він пише: «Від тієї пори, коли з послуху Вселенському Архиєреєві прийняв я важкий Єпископський уряд, зрозумів я, що моїм обов'язком є провадити своїх вірних до вічного спасіння через віру католицьку в любові до Бога та до його Церкви – то значить, християнізувати життя, думки і тяги навіть *патріотизм* (*курсив – М. Л.*) моїх вірних» [6, С. 14].

Читаючи послання Митрополита Андрея, особисто відчуваю невидиму силу, яка просвічує та навчає, а його думка та висловлювання пронизують до самого серця. Він дуже добре знав і бачив психологічні та життєві проблеми рідного народу в Галичині, де в першій половині ХХ ст. мало місце велике зубожіння та панувала людська кривда. Український народ разом із своїм духовенством перебував у глибокому вирі воєнного лихоліття та чужоземного поневолення. Митрополит це виразно бачив, відвідуючи парафії архієпархії та перебуваючи у постійній злуці зі своїми вірними, особливо через багатогодинну сповідь.

За класифікацією твори Митрополита Андрея Шептицького можна поділити на богословські, канонічно-конституційні та пастирські послання. В основі останніх лежать його чисельні листи. Ще за життя митрополита його співробітник у Господньому винограднику єпископ Йосиф Боцян здійснив тематичний аналіз 59-ти послань митрополита, зокрема, виділив такі: послання до духовенства й вірних, послання винятково для вірних.

В останній групі послань знаходимо слова митрополита до вірних: «Ставши єпископом, я поставив собі закон якнайчастіше проповідувати Боже слово. Прошу в Бога ласки, дорогі мої Браття і Сестри у ряді послань представити ціну науку, всі правди віри» [2, С. 623].

Цю велику настанову, яка базується на основних принципах християнської моралі, що мали б служити суспільству того часу для оборони української державності, яка тільки но зароджувалася, Митрополит Андрей виконав. Більш того, він був свідомий своєї місії щодо безпеки для християнської віри, яка впливала від москвофільської православної агітації в Галичині, а також щодо можливого початку Другої світової війни.

«Червоною ниткою» у посланнях митрополита Андрея до вірних пролягає тема його любові до людини, яка впливає із Божої любові, яка, на його думку зможе вилікувати рани на тілі українського народу, котрі у першій половині ХХ ст. сильно кровоточили. На жаль, так склалися історичні обставини розвитку української державності в ХХ ст., що й досі ці рани остаточно не заліковані. Суспільний-політичний вектор розвитку України в період нової російсько-української війни потребує активної життєвої позиції кожного українця-християнина.

Отже, як впливає із писемної спадщини Митрополита Андрея, для участі в суспільному житті світських людей і духовенство повинна спонукати відповідальність за долю України. Великий Пастир застерігав духовенство перед тим, щоб використовувати проповідальницю як трибуну для поширення політичних поглядів, але водночас вважав, що воно має за обов'язок брати активну участь у суспільних перетвореннях. Таким чином, він доводив своїм учням через активну позицію в питаннях суспільно-політичних, культурних і економічних, що Церква не може мовчати і бути пасивною, коли йдеться про гідність та покликання людини, коли держава потребує оборони від збройних зазіхань сусідів, коли панує серед рідного народу безробіття та має місце масова трудова міграція інтелектуально здібних та фізично здорових українців за кордон. Митрополит Андрей виразно бачив в цих процесах драму розділених сімей, розбитих подружж, покалічених дитячих доль... Чи сьогодні не маємо подібну ситуацію, яку викликала «четверта хвиля» української еміграції, щоб була «народжена» антинародною економічною політикою політичної верхівки країни? Адже свого часу вона спонукала українських громадян перетворитися на чорноробів ситих західних суспільств.

Значну увагу у своїх пастирських посланнях Митрополит Андрей приділяє ролі інтелігенції, яка має бути певним просвітником та проповідником для українського народу. Його думки та роздуми базуються на глибокій обізнаності стану справ в письменницькому середовищі, учителів тогочасних політиків. Його особисті контакти із представниками тієї частини галицького суспільства зумовили актуальні звернення до них з приводу побудови «рідної хати». Практично у всіх своїх посланнях Митрополит Андрей не уникає та не боїться діалогу із середовищем інтелігенції, а, навпаки, наголошує на її високій відповідальності та ставить перед нею більші вимоги морального характеру.

Висновки. Коротко підсумовуючи актуальність писемно-творчої спадщини Митрополита Андрея під сучасну пору, слід визнати нагальність його думок та повчань для сучасної журналістики, яка потребує майже повного перезавантаження на проукраїнські позиції. Вони би мали базуватися на християнських і національних засадах.

Релігійне навчання та суспільні погляди Великого Митрополита потребують подальшого ідейно-тематичного аналізу та пропагування в ЗМІ задля пізнання широкими верствами українського суспільства неопіненності його багатого доробку у формі писемних послань і також задля актуалізації тих ідей, які ставив на порядок денний їх талановитий автор – душпастир, владика, меценат, релігійно-національний лідер свого часу.

REFERENCES

1. Баб'як А. Подвиг Митрополита Андрея Шептицького як апостольського візитатора для українців (1920–1923 рр.). Тренто-Больцано, 2013.
2. Гринчишин Михаїл, Апостольський екзарх українців Франції, Швейцарії та країн Бенілюксу. Введення // Митрополит Андрей Шептицький. Пастирські послання 1899–1914 рр. в 3 т. Т.1. Львів : Видавництво «Артос», 2007. L+1014 с.
3. Там само.
4. «Лотос». 1950. Т. 1. Кн. 4; «Лотос». 1951. Т. 4. Кн. 2, 3, 4.

5. «Світло». 2001. Ч. 7–8.
6. Дзюрах Богдан, єпископ-помічник Київської Архієпархії УГКЦ. Великий і небуденний пастир // Митрополит Андрей Шептицький. Пастирські послання 1899–1914 рр. в 3 т. Т. 1. Львів : Видавництво «Артос», 2007. L+1014 с.

THE EPISTLES OF METROPOLITAN ANDREY SHEPTYTSKY: THE NATIONAL-SPIRITUAL LEGACY FOR SCHOLARS AND JOURNALISTS

Maryan Lozynskyi

*Ivan Franko National University of Lviv
Gen. Chuprynky street, 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: m_lozynskyi@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-5006-3291>*

The figure of Metropolitan Andrey Sheptytsky (1865-1944) belongs to the spiritual and national leaders of the Ukrainian people in the first half of the 20th century. The Soviet period in our history witnessed the forging of a number of negative stereotypes of this personality which even included the unjustly assigned label of a collaborator with the German occupational authorities. By now the historians have made public numerous pages describing the Metropolitan's many-sided life and service for the benefit of his people whom he unflinchingly and devoutly served in the hard times of the 20th century.

Sheptytsky joined the Basilian monastic order. After a while he was nominated Bishop of Stanislaviv, Later on up until his demise he was Primate of the Episcopal see at the St. George's Cathedral of the Galician Metropolis in Lviv. He was an exceptionally educated clergyman and a spiritual father of priests and monastics as well as the entire congregation of the Greek Catholic Church. Sheptytsky was recognized as a moral authority and leader of the Ukrainians of Galicia during the time between the two world wars and the German occupation of 1941-1944. His word of faith, hope and Christian principles fell on the ears of the faithful from the rostrums. He also authored numerous written works of different genres.

The year 2020 marks the 120th anniversary since the time when Metropolitan Andrey Sheptytsky came to the Episcopal see of the Galician Metropolitan at the St. George's Cathedral in Lviv. The paper discusses the topics of his epistles published in four volumes due to the endeavors of scholars and historians from within the Ukrainian Greek Catholic Church. Special attention is paid to the significance of the ideas inherent to the epistles of Metropolitan Andrey for the Ukrainian society at large as well as scholars and journalists.

Key words: written legacy, epistles, form, Metropolitan Andrey Sheptytsky, church, society, journalism.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 142–149 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9995>

УДК 947.7.084.2:654.164“1917/1921”УНР

РАДІОТЕЛЕГРАФ УНР (1917-1921 рр.): ЗАРОДЖЕННЯ, ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ

Майя Нагорняк

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна

e-mail: maya_nag@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-2197-1338>

У статті розглянуто вагомий період становлення українського національного радіомовлення, який припав на пору проголошення й утвердження Української Народної Республіки (УНР) 1917-1921 рр. Діяльність радіотелеграфу та радіозв'язку, здійснювана урядом УНР в особі Міністерства Пошт і Телеграфів, ознаменувалася виробництвом первинного радіоконтенту. Його вважаємо прообразом сучасних інформаційних радіоповідомлень. Публікацію підготовлено на основі опрацьованих архівних матеріалів періоду УНР Центрального державного архіву вищих органів влади та управління України.

Ключові слова: радіотелеграф, радіозв'язок, радіотелеграфний контент, інформаційне повідомлення.

Актуальність. Історія українського національного радіомовлення традиційно провадить свій відлік від 20-х років ХХ століття. Для журналістикознавців відправною точкою була та лишається дата 16 листопада 1924 року, коли у Харкові в ефір вийшла перша радіопередача. Дослідники радянського періоду акцентують увагу на широкому використанні можливостей радіо більшовицькою партією на чолі із В.І.Леніним. Натомість, історичний період, що передує означеним межам, а саме 1917-1921 роки, жодним чином не відображений у працях учених. Означений час є надто вагомим у процесах становлення і розвитку українського національного радіомовлення зокрема та Української держави загалом.

Ясна річ, що говорити про тогочасне регулярне радіомовлення у загальноприйнятому розумінні цих слів, було б перебільшенням. Однак, привертає увагу той факт, що уряд Української Народної Республіки напрочуд активно використовував потужності, які з'явилися із появою радіотелеграфу та радіозв'язку. Саме завдяки новим технологічним явищам ХХ ст. молода Українська держава здійснювала відчайдушні спроби розв'язувати проблеми, зумовлені її функціонуванням як усередині країни, так і ззовні. Численні архівні документи тієї доби дають можливість змінити точку зору щодо початку діяльності вітчизняного радіомовлення, усвідомити непе-

© Нагорняк М., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – проф. Кость С. А.

ресічність ролі й місця радіотелеграфу та радіозв'язку в буремних суспільно-політичних подіях 1917-1921 років.

Новизна проблеми (аспекту). Опрацювання архівних даних, пов'язаних із активною діяльністю уряду УНР, вивчення матеріалів листування, яке провадилося державниками як між міністерствами, відомствами, громадськими інституціями республіки, так і з урядами закордонних країн, дозволяє трактувати місію радіо як місію виключно державницьку, суспільно будівничу. Власне, саме цей суперечливий історичний період поклав початок розумінню правдивої ролі нового засобу зв'язку в еволюційних процесах становлення України на мапах Європи другого десятиліття ХХ століття.

Задля здійснення ефективних комунікацій – як внутрішніх, так і зовнішніх – держава конче потребувала якісної й досконалої системи спілкування, яка б дозволяла здійснювати оперативну передачу урядового новинного контенту. Виконавчий орган влади в УНР Рада народних міністрів у січні 1918 р. створила Міністерство Пошт і Телеграфів (всі слова написано з великої літери відповідно до документів – авт.). До цього відомства стікалася величезна кількість суспільно значущої політичної, соціально-економічної, міжнародної інформації, яку необхідно було якомога швидше направляти до усіх інших міністерств УНР, а також до закордонних відомств країн світу. Відповідні службові пересилання здійснювалися завдяки системі радіозв'язку та радіотелеграфу. При цьому, численні розпорядження, накази, виступи, пояснювальні записки тощо доцільно розглядати як найперші форми новинної радіоінформації.

Огляд літератури. В історії українського журналістикознавства загалом та історії українського радіомовлення зокрема питання контенту доби УНР не вивчалося, здебільшого, через ідеологічні причини. Тривалий час 20-і роки ХХ ст. в історії Українського радіо вивчалися із позицій жовтневого перевороту, діяльності радянської влади й більшовиків на чолі із В.І.Леніним. Контент радіо, який супроводжував згадані події, докладно розглядався радянськими й українськими дослідниками радіокомунікацій. Йдеться про праці В.М.Ружникова, Е.Г.Багірова, В.Б.Дубровіна, П.С.Гуревича, Ю.В.Летунова, І.Г.Машенка, В.Я.Миронченка, М.І.Прокопенка та інших.

З огляду на зазначене вище, метою даного дослідження є довести, що радіотелеграфний контент УНР 1917-1921 рр. став прообразом сучасної радіоінформації. Серед завдань виокреслюємо такі: з'ясувати, як відбулося зародження радіотелеграфного контенту; визначити його основні характеристики; вивчити стилеві особливості, що слугували піднесенню ефективності відомостей.

Одержані результати. Задля кращого розуміння ситуації, в якій опинилася Україна в другому десятилітті ХХ ст., зробимо невеликий екскурс в історію. Напрочуд влучно охарактеризував цей стан тогочасний ідеолог українознавчих процесів М.Грушевський, назвавши його «станом великої Руїни». Імперські амбіції Росії у Першій світовій війні полягали в тому, аби якомога скорше покінчити з українським визвольним рухом. Польща прагнула заселити спорожнілі землі України, тим самим посиливши свою територіальну присутність у світі. Давалася взнаки і мінлива політика Австро-Угорщини з її різними політичними угрупованнями у владі. Великі політичні гравці відводили Україні виключно роль буферної зони між Австро-Угорщиною та Росією. Внаслідок цього, українські землі розподілялися на три частини –

одна мала лишатися у складі Австро-Угорщини, друга стати територією Польщі і третя – формально незалежна – розглядалася як «сіра зона» [1, 199].

Українські державники усвідомлювали небезпеку, яка виходила від згаданих країн, і були переконані в тім, що необхідно створювати власну модель майбутньої Української держави. Однак, зреалізувати цю ідею було напрочуд складно, оскільки на рівні масової свідомості ситуація була ще гіршою і заплутанішою. Народ перебував у розпачливому стані, бо не розумів сенсу безкінечних кривавих боїв Першої світової. Більшовицький переворот у Петрограді ще більше дезорієнтував українців. Але, незважаючи ні на що, зазначають історики, війна створила умови артикуляції ідеї української незалежності та її донесення до європейської політичної свідомості.

З огляду на це, виглядає логічним і доречним той факт, що 7 листопада 1917 року на засіданні Малої ради Української Центральної Ради М. Грушевський уперше поставив питання про проголошення Української Народної Республіки. Він зауважив, що в момент відсутності центральної влади, розпалу громадянської війни, щоб боронити здобутки України, треба мати міцну підвалину і такою підвалиною може бути тільки проголошення Української Народної Республіки. Після чого зачитали Універсал, згідно з яким проголошувалося створення УНР у федеративному зв'язку з Російською державою. Виконавчим органом влади в УНР стала Рада народних міністрів [1, 218].

Звертаємо особливу увагу на те, що одним із перших кроків уряду УНР було створення Міністерства Пошт і Телеграфів. Архітектори української державності усвідомлювали, що без системи добре налагодженого зв'язку між суб'єктами влади та господарювання у самій країні та поза її межами створення і подальше функціонування моделі держави приречене на загибель. Міністром Пошт і Телеграфів України уряду Володимира Винниченка (січень 1918 р.) став Микита Шаповал. Будучи соціологом, публіцистом і поетом, він розумів, що злагоджена робота радіотелеграфу означає набуття великого авторитету УНР і в Україні, і у світі.

Життєдіяльність УНР від самих початків базувалася на необхідності використання української мови як єдиної державної. У зв'язку з цим не можна оминати такого документа, як «Наказ про вживання в слові і письмі Державної Української мови по Поштово-Телеграфному відомству Міністра Внутрішніх Справ по Поштово-Телеграфному відомству. м.Київ, 26 липня 1918 р. № 81». Зауважимо, що документ в обов'язковому порядку був розісланий радіотелеграфом в усі міністерства, відомства, інші суспільні інституції. Стилїстика збережена: «В Українській Незалежній Самостійній Державі державною мовою визнається мова українська. Зважаючи на се, наказую Начальникам Округ звернути особливу увагу, щоб співробітники Відомства на пошті і телеграфі, радіотелеграфі і телефоні при виконанні службових обов'язків вживали лише української мови і вжити всіх заходів при зносинах по всіх службових справах зо всіма державними і приватними установами, а також урядовими особами переписку провадити виключно державною мовою; звернути також увагу, що коли в Відомстві ще є співробітники, які до сього часу не володіють українською мовою, щоб вони поважно подбали про швидче її вивчення.

Нові співробітники, які будуть призначатися на посади по Відомству, мусять володіти як в слові, так і в письмі державною мовою. За Міністра Внутрішніх Справ Кулябко-Корецький (підпис)» [2, 188].

Утвердження Української Народної Республіки гостро потребувало відкритого поширення фактів, поглядів, коментарів задля формування громадської думки про події внутрішнього та зовнішнього життя, а також із метою недопущення провокативної, недостовірної інформації про Україну в світі. З огляду на це, фактично через рік після проголошення УНР, 26 грудня 1918 року, в уряді Володимира Чехівського було створено такий важливий підрозділ, як Міністерство преси та пропаганди.

У Міністерстві діяв спеціальний Відділ преси, який працював у сфері інформування української спільноти, а також української еміграції, яка перебувала на території Польщі, про боротьбу українського народу за свої права та з ворожим для нього впливом більшовицької Росії. Це здійснювалося шляхом систематичного розміщення у всіх закордонних газетах інформації про події в Україні. Пресовий відділ створив власний друкований орган, який інформував спільноту про діяльність УНР, а також зорганізував українське громадянство на Волині та Холмщині. Такою трибуною став «УКРАЇНПРЕС». Задля залучення громадян означених регіонів до орбіти впливів УНР всі матеріали надсилювалися також і українським Просвітам у Рівному, Луцьку, Ковелі, Кременці, Володимирі-Волинському та Хелмі. Але головна робота органу буда зосереджена на формуванні закордонної opinio pro Ucraina.

У зв'язку з цим щодня випускалися інформаційні обіжники (огляди – авт.), які надсилювалися у всі українські, польські і навіть російські газети. Зауважмо, що майже всі видання, які отримували обіжники, бодай частково, але вміщували їх на своїх шпальтах. Але були й такі, які на постійній основі повною мірою передруковували матеріали «УКРАЇНПРЕСУ». До цих видань належали українські газети «Воля», «Рідний край», «Син України», «Українське слово».

Підготовка обіжників виданням «УКРАЇНПРЕС», в яких детально йшлося про події з усіх сфер життя УНР, була вагомим кроком на шляху до здійснення цілеспрямованої й ефективної комунікації між українською спільнотою всередині країни та закордонними осередками українців. Це також був один зі способів налагодження дійової співпраці з урядами держав, які підтримували УНР. Крім того, продукування контенту для газет слід розглядати як передумову для його передачі каналами телеграфу, який навіть у ті часи був значно оперативнішим засобом донесення інформації, аніж друковані видання.

Зважаючи на цю обставину, не можна не звернути увагу на один вельми переконливий фрагмент Огляду діяльності Міністерства преси та пропаганди від 1 серпня до 1 листопада 1921 року, вміщений у розділі «Пропаганда». Йдеться про те, що посол Яковлев (немає докладних даних про нього – авт.) пише у звіті: «...безумовно необхідно, щоб «УКРАЇНПРЕС» постачав матеріали для пропаганди й щоб цей матеріал доходив до нас, якнайшвидче був точний і перевірений, а також відповідав часу... бажано надсилку більш цікавого матеріалу робити телеграфом, а інший більш широкий матеріал треба надсилати що-дня, або через день» [3, 37].

Власне, думка, висловлена послом Яковлевим щодо використання телеграфу, доводить незаперечний факт – серед прогресивно налаштованих офіційних чинників (дипломатів, урядовців, працівників державних інституцій та ін.) існувало усвідомлення того, що задля прориву інформаційної блокади УНР необхідно використовувати більш потужні та оперативні засоби масової комунікації, аніж газети та інформаційні агенції. Неабияке значення мав і диференційований підхід у відборі інформації, адже пропонувалося використовувати телеграф лише для розсилки

особливо важливих, цікавих відомостей. Із цього доходимо висновку, що питанню надання громадянам суспільнонагомої інформації про діяльність УНР приділялося багато уваги.

Справа інформування в УНР була налагоджена доволі добре, оскільки всі ключові й важливі суспільні події знаходили миттєве відображення у листуванні між міністерствами та відомствами. Так, документом історичного значення є лист Міністерства Закордонних Справ до Міністерства Пошт і Телеграфів від 02.06.1920 р. про звільнення України від більшовицької влади. Це документ такого змісту: «До Міністерства Пошт і Телеграфів У.Н.Р. Департамент Поштовий, Відділ Міжнародний. З доручення п. Міністра Закордонних Справ Департамент Чужоземних Зносин М.З.С. у відповідь на Ваше письмо від 28/V ц.р. за ч. 1029 має честь повідомити, що вся територія України звільнена від більшовиків на протязі часу починаючи від 25/IV ц.р. має цивільну адміністрацію українську. На тій території можна встановити поштово-телеграфні установи і налагоджувати поштово-телеграфний зв'язок. Директор Департаменту Чужоземних Зносин Шкільний (підпис нерозбірливо)» [4, 6].

Той факт, що після повідомлення про звільнення території України від більшовиків пропонується негайно встановити поштово-телеграфний зв'язок, переконливо доводить, яку величезну роль відводили очільники держави масовому інформуванню спільноти. Питання передачі інформації на відстань у межах країни, а також на закордонні терени набуло першорядної ваги. Саме цим можна пояснити лист Міністерства Пошт і Телеграфів до Пана Губерніяльного Комісара Поділля від 01.06.1920 р. із проханням в екстремному порядку шукати телеграфне майно, яке могло залишитися від більшовиків: «Як відомо з певних джерел, в районі Жмеринки і в самій Жмеринці переховується, в приватних руках багато Державного телеграфно-телефонного і радіотелеграфного майна, розграбованого при військових подіях. Прошу не відмовити в розпорядженні, аби там було произведено труси по крамницям і помешканням і якщо буде найдено вище згадане майно, то повернути його п.т. відомству, де зараз в ньому великий брак. Директор Технічного Департаменту Бутенко. Начальник Телеграфного Відділу Дашкевич (підписи)». Стилiстику збережено [4, 7].

На нагальній необхідності встановити поштово-телеграфне сполучення між УНР та іншими державами світу повсякчас наголошувало Міністерство Закордонних Справ. Привертає увагу лист тимчасового виконувача обов'язків Голови Торгово-економічної Дипломатичної Місії в Річі Посполитій Польській Феценка-Чопівського до Міністра Пошт і Телеграфів У.Н.Р.: «Гадаю, що немає потреби пояснювати докладно, яке величезне значіння має систематичне, організоване поштово-телеграфне сполучення урядових інституцій і приватного населення У.Н.Р. з закордоном, а особливо в той час, коли розпочнуться економічні зносини між У.Н.Р. і Європейськими державами. Тому дозволю собі взяти ініціативу в справі піднесення перед Вами, Високоповажаний Пана Міністре, дуже важливого питання про улаштування поштово-телеграфного сполучення між У.Н.Р. і Державами Західньої Європи при посередництві Річі Посполитої Польської. Для сього було б бажано чи надіслати Ваших уповноважених представників до Польського Уряду, чи доручити цю справу перебуваючому в складі Варшавської Місії Віце-Міністра Шляхів Лукашевичу, надіславши до нього відповідних фахівців довіреного Вам Міністерства для вироблення умов по порозумінню з польськими представниками. Всю цю справу бажано було б налагодити негайно, не чекаючи завірення сталої поштово-телеграфної конвенції

між Україною та Польщею. Таку ж саме справу було б бажано налагодити і в Румунії. Тимчасовий виконувач обов'язків Голови Торгово-економічної Дипломатичної Місії в Річі Посполитій Польській Фещенко-Чопівський. Віце-Міністр Шляхів Лукашевич». Стилiстику збережено. [5, 4].

Відчайдушні пошуки уряду шляхів щодо встановлення комунікацій як усереднені країни, так і поза її межами мають неоціненне значення для історії України, адже вони засвідчують глибоке прагнення державних достойників часів УНР будувати міцну й потужну державу.

Зауважмо, всі зазначені документи розсилалися у профільні міністерства й відомства шляхом радіотелеграфу та радіозв'язку. Себто урядовий новинний контент мав три прояви – епістолярний (надсилання новин у вигляді листів), газетний (оприлюднення новин у друкованих виданнях) і радіотелеграфний (поширення відомостей за допомогою дротів). Останній вид контенту був найпріоритетнішим, найзручнішим, бо передача новинної інформації здійснювалась практично миттєво.

Таким чином, проаналізувавши радіотелеграфний контент, визначаємо його основні ознаки та стилеві особливості:

- використання офіційно-ділового стилю як єдино можливої форми донесення інформації (накази, розпорядження, вказівки тощо);
- застосування елементів епістолярного стилю задля посилення сприйняття повідомлень;
- наснаженість пропагандистською риторикою;
- розлогість змістової частини;
- відсутність структурно-композиційних елементів;
- перенасичення суспільно-політичною лексикою;
- надмірне використання складних синтаксичних конструкцій; зловживання віддієслівними іменниками, дієсловами умовного способу;
- використання канцеляризмів, штампів, кліше тощо.

Висновки. Радіотелеграфний контент Української Народної Республіки періоду 1917-1921 рр. став першим інформаційним продуктом діяльності молоді країни. Завдяки продукуванню цього контенту було здійснено перші кроки із забезпечення вітчизняних і закордонних інституцій, спільнот достовірною, правдивою, вичерпною інформацією про буремні події першої світової війни та повоєнних років. На жаль, розбурханість, суперечливість політичних процесів на теренах України, зумовлених першою світовою війною та боротьбою із її наслідками, жовтневим переворотом у Петрограді, проголошенням й утвердженням УНР, катастрофічно низьким рівнем економіки, позбавляли радіозв'язок та радіотелеграф стрімкого розвитку. Однак, незважаючи на несприятливу суспільно-політичну ситуацію, вони напрочуд ефективно прислужилися тогочасним викликам. Ключову роль відіграло те, що очільники УНР, мислячи державними масштабами, чітко розуміли, що задля всебічної підтримки ідеї незалежної України з боку української та зарубіжної спільнот винятково важливо мати неупереджену інформацію про події, що відбуваються. Поширення вагомій суспільно-політичній інформації засобами радіотелеграфу та радіозв'язку вважалося стратегічним завданням держави, через що на нові засоби комунікації покладалися особливі сподівання.

Основні ознаки радіотелеграфного контенту значною мірою зумовлювалися наслідуванням друкованих видань, що виглядало цілком природним, оскільки ніяких

інших засобів інформації й комунікації у той час не існувало. Тож, не дарма дослідники радіо називають цей період розвитку учнівським – радіотелеграф був своєрідним учнем газети. Однак, копіювання газет мало свої як позитивні, так і негативні сторони. Серед позитивів є те, що, спираючись на досвід газет, радіотелеграф напруцьовував свої стандарти подачі інформації, хоч і робив це надто поволі. До негативів відносимо надмірне захоплення газетою та неможливість вийти із її тіні.

Стильові ознаки радіотелеграфного контенту, відповідно, повною мірою відображали ознаки контенту газети, контентів офіційних документів і усних розпоряджень.

Пройшовши довготривалий і болісний шлях свого становлення, радіотелеграфний контент періоду УНР 1917-1921 років у подальшому зумів виробити суто радійні методи і прийоми подачі інформації, які не могли не позначитися на якості та ефективності надання спільноті вагомих і необхідних суспільнозначущих відомостей.

REFERENCES

1. Україна: політична історія. XX – початок XXI ст. / Редрада: В.М.Литвин (голова) та ін. Редкол.: В.А.Смолій, Ю.А.Левенець (співголови) та ін. К.: Парламентське вид-во, 2007. 1028 с.
2. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України. Ф №2592, опис № 1, справа № 10.
3. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України. Ф №1113, опис № 2, справа № 222, 8 квітня 1921 р.
4. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України. Ф №554, опис № 1, справа № 175.
5. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України. Ф №554, опис № 1, справа № 174.

RADIOTELEGRAPHIC CONTENT OF UNR (1917-1921): ORIGIN, MAIN CHARACTERISTICS, STYLE FEATURES

Maya Nahorniak

Institute of Journalism Taras Shevchenko National University of Kyiv

Yurii Illienka str., 36/1, 04119, Kyiv, Ukraine

e-mail: maya_nag@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-2197-1338>

The article deals with the significant period of Ukrainian national radio broadcasting, which occurred at the time of the proclamation and approval of the Ukrainian People's Republic (UNR) in 1917-1921. The activity of radiotelegraphic and radio communications, carried out by the Government of the UNR in the person of the Post and Telegraph Ministry, was marked by the production of primary radio content. We consider it the prototype of modern information radio messages. The publication is prepared on the basis of the processed archival materials of the UNR period of the Central State Archives of the Supreme Governments and Governments of Ukraine.

The author came to the conclusion that the Radiotelegraphic content of the Ukrainian People's Republic from 1917-1921 was the first information product of a young country. Thanks to the production of this content, the first steps have been taken to ensure that domestic and foreign institutions, communities have reliable, truthful, comprehensive information on the turbulent events of the First World War and post-war years.

It is suggested that due to the turbulence, the contradictory nature of political processes in Ukraine, caused by the First World War and the struggle against its consequences, the October coup in Petrograd, the proclamation and approval of the UNR, a catastrophically low level of economics, deprived of radio communication and wireless technology of rapid development. However, in spite of the unfavorable social-political situation, radiotelegraphy and radio communications surprisingly and efficiently served the challenges of the day. The dissemination of significant social-political information by means of radiotelegraph and radio was considered a strategic task of the state, which led to special hopes for new means of communication.

Key words: radiotelegraph, radiocommunication, radiotelegraphic content, informational message.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 150–156 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9996>

УДК 007:050.316.776.22-23"1943"

**АНТИРАДЯНСЬКА ПРОПАГАНДА
ЯК ОСНОВНА КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГЕМА
В ДРУКОВАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ 1943 РОКУ
(НА МАТЕРІАЛІ АНАЛІЗУ ГАЗЕТИ «ВІДРОДЖЕННЯ»)**

Оксана Почапська

*Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
вул. Огієнка, 61, 32300, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька обл., Україна
e-mail: oksanapochapska25@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1069-9639>*

У статті розглянуто основні аспекти формування системи комунікації редакцією газети «Відродження». Оскільки газета мала відкриту антирадянську позицію, стратегічний вибір комунікативного вектору в переломних умовах формувався із урахуванням найбільш вразливих позицій для розвитку української нації. Мова йшла про об'єднання українського населення навколо економічного, культурного, політичного й силового мотиваторів.

Автор доходить висновку, що основним стратегічним напрямом формування інформаційних повідомлень у газеті «Відродження» була концепція вищості німецької нації, яка готова прийти на допомогу українцям у формуванні якісно нової, вільної від радянського правління держави.

Ключові слова: стратегема, стратегічні комунікації, преса, газета «Відродження».

Постановка проблеми. Характеризуючи інформаційне поле України 1943–1991 рр., дослідники журналістики досі акцентували увагу здебільшого на партійно-радянській пресі. Безперечно, в кількісному масштабі ця преса була наймасовішою. Водночас до періоду встановлення державності України партійно-радянську пресу характеризували лише позитивно. Після 1991 р. почали з'являтися окремі публікації, в яких ЗМІ окресленого періоду, передовсім під впливом як українських, так і закордонних істориків, почали вивчати об'єктивно, з'ясувалася їх деструктивна роль в житті української нації. Зокрема, вагома роль у цьому належить історикам Я. Грицаку, Я. Дашкевичу, К. Кондратюку, О. Сухому, Ю. Шаповалу, І. Патеру та ін.

Однак цілісних наукових досліджень, присвячених вивченню української преси 1943–1991 рр. в історико-журналістській науці, досі немає, якщо не рахувати окремих статей, надрукованих в наукових журналах (М. Житарюк, Ю. Колісник, О. Мукомела, І. Павлюк, Н. Сидоренко, Ю. Колісник та ін.).

Незважаючи на потребу заповнення «білих» і «чорних» плям в українському журналістикознавстві, існує водночас потреба в переосмисленні діяльності партій-

но-радянської преси, вивченні творчості публіцистів, які намагалися різними шляхами донести до читачів правду про пропагандистську роль радянської преси, показати її негативне значення для української нації.

Досі поза увагою дослідників залишаються періодичні видання антирадянського спрямування (в тому числі й пронимецька періодика), які виходили друком на окупованих німецькими військами територіях.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Загалом явище пропаганди і її впливу на свідомість українського населення через засоби масової інформації вивчалися і продовжують вивчатися такими науковцями, як В. Лизанчук [5; 6], І. Крупський [3; 4], Г. Почепцов [11], О. Холод [12] та ін. Вказані дослідники розглядають пропаганду як явище в сучасному суспільстві, або в історичному контексті, а також – її вплив на формування свідомості сучасного населення України.

У друкованих періодичних виданнях, які так чи інакше протистояли радянській пропагандистській машині, стратегію донесення інформаційних повідомлень досліджували В. Пастушина [7], М. Чабаненко [13] та ін. Подібні публікації розглядають або сучасні українські ЗМІ, або виключно проукраїнські ЗМІ, які виникали на території України в ХХ столітті. І практично не звертається увага на ЗМІ окупаційної німецької влади.

Разом з тим, позитивізуючи (як це було у радянському журналістикознавстві) чи абсолютно відкидаючи методологію формування інформаційного простору періодичними виданнями 1943-1991 років, дослідники залишають сучасне суспільство із завданням винаходити те, що було винайдене. Загальносвітовий політичний контекст, в якому сьогодні формується власне український інформаційний простір, необхідність відпрацювання і вдосконалення методології інформаційного захисту та становлення свідомісного розуміння сучасними журналістами необхідності вироблення стратегії й тактики формування міцних інформаційних полів (як зовнішніх, так і внутрішніх) **актуалізують** обрану тему дослідження.

Мета дослідження – розгляд особливостей антирадянської пропаганди як основи комунікативної стратегії в друкованих періодичних виданнях 1943 року (на матеріалі аналізу газети «Відродження»).

Вивчаючи стратегічні напрями антирадянської пропаганди, ми будемо відштовхуватися від такого визначення: «Пропаганда (від лат. *propaganda* – те, що підлягає розповсюдженню, *propagare* – плекати саджанці) – популяризація, поширення, роз'яснення і навіювання політичних, філософських, наукових, релігійних, художніх та інших ідей, вчень, знань, поглядів, оцінок засобами масової інформації, усно, писемно, аудіовізуальними та іншими методами впливу на індивідуальну і суспільну свідомість» [6, с. 112].

Досліджуючи особливості сучасної російської пропаганди, В. Лизанчук зазначає, що «у країнах з тоталітарним режимом пропаганда стала державним завданням. Наприклад, у нацистській Німеччині та комуністичному Радянському Союзі була створена спеціальна сітка партійно-урядових закладів, у яких працювали навчені пропагандистські кадри. Сітка пропаганди охоплювала всі сфери суспільства, підприємства, установи, навчальні заклади, армію тощо. Особливу ідеологічно-пропагандистську роль відігравали засоби масової інформації» [5, с. 22]. Причому і Німеччина, і Радянський союз так чи інакше намагалися поширювати пропагандистські ідеї не лише на власних територіях, але і на територіях ворожих.

1943 рік для України став переламним роком, коли радянські війська почали відвойовувати українські території у німецьких військ. Окупаційні режими, ділячи між собою території, опинилися на стадії не лише збройних протистоянь, але й повноцінної інформаційної війни: пропаганда в періодичних виданнях, як з одного, так і з іншого боку, була покликана сформувати у свідомості аудиторії чіткі уявлення про країну, яка спонсорує пропаганду.

На території України у 1943 році досить сильною була антирадянська пропаганда. Провідним пронімецьким виданням була газета «Відродження», яка виходила друком у 1941-1943 роках у Ромнах двічі на тиждень як орган Роменської міської управи. Газета мала наклад 10-17 тис. примірників, що було досить вагомим як на видання цього періоду.

Газета регулярно вміщувала відозви і звернення Адольфа Гітлера, де мова йшла про здобутки німецької армії, про втрати радянських військ, а також про основні стратегічні напрямки розвитку України під проводом Німецької Республіки. При цьому, найважливіші репліки були виділені напівжирним шрифтом. До прикладу: *«У своїй відозві до німецького народу, випущеній у 10-ту річницю переобрання влади національно-соціалістичною партією, Адольф Гітлер знаменними словами оцінив большевицьку небезпеку, яку раз на завжди треба відвернути від Європи: «Коли б ця небезпека звалилась на Європу, – сказав Фюрер, – Європа загинула б, як це вже сталося з російським народом». Ці лосва характеризують підхід націонал-соціалістичної Німеччини до проблеми большевизму та східних народів. **Націонал-соціалізм, який репрезентує нову Європу, ні в якому разі не вважає народи Сходу за втілення большевизму, навпаки – вважає їх за об'єкт большевицького нападу, за мучеників, за жертву. Отже, боротьба Німеччини та Європи (знову підкреслює Фюрер) зовсім не спрямована проти Сходу, як такого, чи проти населення цього простору, – це боротьба проти режиму, що 25 років тримав це населення в неволі, а тепер з такою самою кровожадністю зазіхає на всю Європу»** [2, с. 1].*

Подібні виділення мали на меті не лише привернення уваги читача, але й формування правильної акцентної групи, яка повинна була стати базовою для сприйняття інформаційного повідомлення. По суті, мова йде про співчуття, яке в умовах тотального нерозуміння позицій «друг» і «ворог» стає тією емоційною складовою, яка здатна не лише сформувати систему сумнівів у свідомості українського населення, але й сформувати чітке переконання того, в якому напрямку найпродуктивніше рухатися для формування перспективних напрямів суспільного розвитку.

Для підсилення негативізації образу радянської влади і радянської армії було введено серію репортажних публікацій про те, як живуть українці під керівництвом радянської влади, де обов'язково підсилювалася інформація про нестачу продовольчих товарів, про формування космополітичної концепції співіснування ментально різномірних народів під егідою Радянського Союзу. Останнє особливо стосувалося негативного ставлення до культурних надбань українського народу, в контексті опису якого максимально підкреслювалося бажання німецької влади сформувати власне український культурний осередок через відзначення дня народження і дня смерті Тараса Шевченка, а також через формування музеїв українських старожитностей: *«Один із них – нейтральний дипломат, який відпочиває тепер у своїй рідній країні, дуже докладно змалював співробітникові французького часопису «Ваянс» картину теперішньої ситуації життя в Москві. Життя в кремлівській столиці, – розказує*

він, – майже зовсім завергло. Тільки в народних комісаріятах та інших советських установах іде ще деяка регулярна робота. Там працюють переважно жінки. Працюють вони біля неймовірно брудних столів, у кімнатах, де вже місяцями як слід не вбиралося, сидять у пальтах, загорнувшись у шалі, бо в Москві взагалі не опалюють помешкань. Школи у Москві зачинені. Тільки одна єдина школа-десятирічка не припинила своєї роботи. Там «відповідно до моменту» старших учнів навчають методу шпигунства та саботажу...» [14, с. 2].

Контрастність подібних публікацій формує ілюзію інформаційного вибору: між тотальним контролем в умовах СРСР і можливістю національно-культурного розвитку під егідою Німецької Республіки. Емоційність подібних дописів підсилювалася за допомогою коротких речень, які викладали факти, котрі населення не мало змоги достеменно перевірити, що ставило їх у ситуацію вибору: довіряти ЗМІ чи довіряти уривкам чуток, які періодично доносилися з тих територій, які були підпорядковані СРСР.

Авторитет, який здобули ЗМІ ще в ХІХ столітті, коли вони були чи не єдиним джерелом інформування населення, унеможлиблював сумніви, котрі могли би виникати стосовно толерантності Німецької Імперії до національно-культурного розвитку українства.

Активно в газеті анонсувалася підтримка німецькою владою розвитку аграрного господарства на території Роменської області: *«Для Роменської області одержано з Німеччини новий препарат «Церезан» – отрута для боротьби з хворобою на зернових культурах – головнюю.*

«Церезан» громадські двори та держмаєтки одержують по розпорядках з Роменського с.-г. постачання» [10, с. 2].

Така інформація була покликана сформувати імідж прогресивного керівника (мова йде про Німецьку Імперію), який дбає про все населення та його розвиток і добробут. Подібна інформація створювала своєрідні гачки, на які чіплялося населення, що всіляко сприяло утвердженню німецької влади на території України.

В цьому ж контексті подається інформація про те, чому необхідно (і навіть дуже прогресивно) їхати на роботу до Німеччини: *«Не тяжко передбачити, які переваги будуть мати ті, хто сьогодні першими поїдуть до Німеччини.*

Вони перш за все вивчать німецькі методи виробництва та оволодіють ними.

Вони швидко навчаться досконало говорити на німецькій мові.

Після укладання миру вони, звичайно, матимуть в українському господарстві перші й краще за все оплачувані місця.

Вони будуть переважати своїх братів й сестер, які не бачили Німеччини...» [15, с. 3].

30 номер газети присвячена Адольфу Гітлеру. На титульній сторінці – портрет Адольфа Гітлера (див. Рис. 1). Далі на кількох розворотах подається біографія лідера, а тоді – інформація про його найбільші досягнення в галузі культури, освіти, стримування розповсюдження більшовицького режиму в країнах Західної Європи.

Інформація про перемоги на лінії фронту, кількість збитих радянських літаків і танків щонайменше подавалися на першій шпальті («За час з 16-го по 19-те квітня збито 178 советських літаків» [1, с. 1], «Під Новоросійськом збито 91 советський літак» [9, с. 1] та ін.): *«Верховне Командування Німецьких Збройних Сил повідомляє:*



Рис. 1. Титульний листок газети «Відродження»

На південь від Новоросійська тривають запеклі бої, у яких знову з міцними силами втручилася авіація.

На західному узбережжі Кавказа бойові літаки затопили один ворожий швидкісний човен та пошкодили три судна ... [...]

За час з 16-го по 19-е квітня були знищені 178 советських літаків. 11 власних літаків загинули на той же час...» [1, с. 1].

Аналізуючи певну приналежність населення до радянського соціуму, сприйняття ним свят (які були нав'язані більшовиками), німецькі стратеги і тактики не намагалися відірвати українців від нав'язаних порядків, але модифікували їх під себе, надаючи їм нового змісту і кардинально нового звучання: «В той час, коли мільйони людей ще недооцінюють значення фізичної праці, ми хочемо виховати нарід в свідомості, що фізична праця не ганьбить, а як і кожна інша діяльність служить пошаною тому, хто її вірно та чесно виконує (Адольф Гітлер).

Шануйте працю та поважайте робітника!» [8, с. 1-2].

Трапляються критичні публікації в бік опозиційних країн: тут подається аналіз ситуації (і в першу чергу, економічної), яка склалася через «недолугі» (за визначенням журналістів-пропагандистів) дії влади, яка працювала виключно на задоволення власних потреб, забуваючи про потреби населення власної країни.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, пропагуючи діяльність німецьких військ і політику Німеччини в цілому, газета акцентує увагу на тих негативних наслідках, які приніс із собою більшовизм, а також усіяло підкреслює, що націонал-соціалісти прагнуть забезпечити народи Сходу таким самим рівнем життя, як в Європі. Окрім того, підкреслюється намагання Німеччини піклуватися про українців через розвиток культури і сільського господарства. На сторінках газети подаються детальні звіти про проведення днів вшанування пам'яті українських письменників (до прикладу, Тараса Шевченка, Івана Франка та ін.), передрук творів і уривків творів як німецьких, так і українських письменників. Окрім

того, інформується населення і про те, які кроки робить Німеччина для розвитку аграрної промисловості на території України («Препарат “Церезан”»).

Для підкреслення позитивних зрушень, які приносять із собою соціал-демократи, в газеті використовуються в якості протиставлення інформаційні й інформаційно-публіцистичні повідомлення про негативні наслідки життя в умовах більшовизму («Як живе сьогодні советська людина»). При цьому використовується прийом оповіді від імені реальної людини, яка на власні очі бачила те, що тепер переказує.

Перспективою подальших досліджень є вивчення особливостей поширення антирадянської пропаганди на теренах України під час Другої Світової війни, коли інформаційні процеси концентрувалися переважно навколо таких інформаційних точок, як військові перемоги і втрати, а також відбудова СРСР після перемоги над німецькими військами.

REFERENCES

1. За час з 16-го по 19-е квітня збито 178 советських літаків // Відродження. 1943. №31 (138). С. 1.
2. З Німеччиною проти большевизму : боротьба народів Сходу // Відродження. №25 (132). 2 квітня. С. 1.
3. Крупський І. Пропагандистсько-маніпуляційна діяльність російського телебачення як чинник розпалювання міждержавної ворожнечі / І. Крупський // Теле- та радіожурналістика. 2015. Випуск 14. С. 179-187.
4. Крупський І.В. Цензура й українські ЗМІ: історія й сучасність / І. В. Крупський // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2013. № 2 (14). С. 83-87.
5. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни / В. Лизанчук // Теле- та радіожурналістика. 2018. Випуск 17. С. 22-51.
6. Лизанчук В. Психологія мас-медіа: підручник / В. Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420 с.
7. Пастушина В. Пропаганда як ідеологічна складова журналів «Сурма» та «Розбудова нації» // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018, № 44. С. 22-27.
8. Перше травня – день визволення від большевизму праці // Відродження. № 32 (139). 1 травня. С. 1-2.
9. Під Новоросійськом збито 91 советський літак // Відродження. 1943. № 31 (138). С. 1.
10. Препарат «Церезан» // Відродження. 1943. № 26 (133). 6 квітня. С. 2.
11. Почепцов Г. Пропаганда уверенно шагает в будущее / Г. Почепцов. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://psyfactor.org/lib/propaganda58.htm> (дата звернення: 08.02.2019).
12. Холод О. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості : у 3 т. Т. 1 : Теорія інмутації суспільства : монографія / Олександр Холод. К. : КиМУ, 2010. 213 с.
13. Чабаненко М. Журналістика і пропаганда: у пошуках правильних рішень [Електронний ресурс] / М. Чабаненко // Медіакритика. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyutmedia/zhurnalistyka-i-propahanda-u-poshukakh-pravylnykh-rishen.html>

14. Як живе сьогодні советська людина // Відродження. 1943. № 26 (133). 6 квітня. С. 2.
15. Які переваги мають від'їжджаючі на роботу до Німеччини // Відродження. 1943. № 32 (139). 1 травня. С. 3.

**ANTISOVIET PROPAGANDA AS THE BASIC COMMUNICATIVE
STRATEGY IN PRINTED PERIODICAL EDITIONS OF 1943th
(THE ANALYSIS OF THE NEWSPAPER «VIDRODZHENNIA»)**

Oksana Pochapska

*Kamianets-Podilskyj Ivan Ohienko National University
61 Ohienko str., Kamianets-Podilsky, 32300, Khmelnytsky reg, Ukraine
e-mail: oksanapochapska25@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1069-9639>*

The article deals with the main aspects of the formation of the system of communication by the editorial staff of the newspaper «Revival» («Vidrodzhennia»). As the newspaper had an explicit anti-Soviet standpoint, the strategic choice of a communicative vector in abrupt circumstances (since 1943rd Soviet troops gradually began to win Ukrainian lands from German troops) were formed taking into account the most vulnerable positions that were fundamental to the development and formation of the Ukrainian nation. It was about uniting the Ukrainian population around the economic (decent wages, comfortable conditions, a chance to improve their qualifications and return to Ukraine in order to develop a specific industry in Ukrainian economic conditions), cultural (celebrating those religious holidays that are inherent in the culture of the Ukrainian population), political (strategically correct Adolf Hitler, which will lead to the formation of a qualitative new state education that will be able to overcome the USSR) and force (the victory of the German troops on various fronts) motivators.

Such an approach to informing the population was the reason that some Ukrainians actively supported the policy of the German authorities in the occupied territories. And this, in turn, led to a national split and formed a system of denunciations and espionage. Similar methods were used in Soviet propaganda.

The author comes to the conclusion that the main strategic direction in the formation of informative messages in the newspaper «Revival» («Vidrodzhennia») was the concept of the choice of the German nation, which is ready to help Ukrainians in the formation of a qualitatively new, free from the Soviet government country.

Key words: strategy, strategic communications, press, newspaper «Revival» («Vidrodzhennia»).

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 157–165 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9997>

УДК 070:82–92(083.71)"1993/2018"

ПУБЛІЦИСТИКА ЖУРНАЛУ «УНІВЕРСУМ» (1993–2018) ЯК ДІЄВИЙ ЧИННИК УТВЕРДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Вікторія Романчук

Всеукраїнський журнал політології, футурології, економіки, науки та культури

«Універсум», а/с 2994, 79017, Львів, Україна

e-mail: viktoriya.romanchuk7@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1594-3995>

У статті проаналізовано публіцистику журналу «Універсум», яка насамперед присвячена різноманітним проблемам утвердження і побудови української державності й доведено, як на сторінках видання відомі журналісти, вчені, військовики аналітично, у яскравій публіцистичній формі ретельно досліджували соціальну дійсність України, суспільно-політичні аспекти різноманітних явищ життя. Автор вважає, що публіцистика «Універсума» – це своєрідний сплав науки, журналістики і красного письменства, який дозволяє всебічно осмислити ту чи іншу порушену проблему, дати зважену оцінку тому чи іншому факту. Водночас цей різновид творчості дозволяє глибоко й об'єктивно відчувати та зрозуміти ставлення суспільства до справедливості, до творення громадського ідеалу.

Ключові слова: сучасна українська публіцистика, журнал «Універсум», українська державність.

Вступ. Державна стратегія вимагає зорієнтованості сучасної освіти на формування національно свідомої і духовно багатой особистості, зумовлює потребу вивчення сучасної публіцистики, яка є могутнім джерелом морального, національного, патріотичного виховання молоді. Журнал «Універсум» по суті є тим виданням, що робить вагомий внесок у розвиток української журналістики. Суспільно-політична проблематика журналу 1991–2018 років не втратила актуальності. Ґрунтовним публіцистичним дослідженням багатьох тем притаманний прогностичний характер, індивідуальність та унікальність поглядів і думок. Творчий доробок публіцистів «Універсума» – це важливий внесок у вивчення чвертьстолітньої історії сучасної Української держави.

Постановка проблеми. З появою на політичній мапі світу суверенної України, перед українськими ЗМІ виникла проблема нових авторів, розробки нових методів подачі матеріалів, які б допомагали громадянам осмислювати сучасний світ, сформулювати в їхній свідомості реалістичну модель сьогодення. Журналістика наполегливо шукала ефективний інструментарій для втілення своїх амбітних планів. Одним

© Романчук В., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – проф. Кость С. А.

з дієвих засобів творення державності стала публіцистика, приваблюючи читачів логікою, переконливою аргументацією, історичними екскурсами, фаховим аналізом, залученням до діалогу авторитетних фахівців, використанням багатющих можливостей мови.

Мету статті вбачаємо в тому, щоб з'ясувати основні проблеми, що їх висвітлювали і аналізували публіцисти на сторінках «Універсума» впродовж 1993-2018 років, простежити за динамікою політичного, економічного, культурного, воєнного та економічного дискурсу, рівень фаховості аналізу означених проблем.

Виклад матеріалу. Публіцистика – складний різновид журналістської та літературної праці. В історії людства саме публіцистика не раз опинялася в епіцентрі уваги всіх прошарків населення. Наприкінці 80-х – на початку 90-х минулого століття саме публіцистичні твори письменників, журналістів, економістів, політиків перевершили всі рекорди популярності серед читачів на теренах СРСР.

В українському журналістикознавстві досі не стихають дискусії про роль публіцистики. Адже вона не тільки віддзеркалює події та факти, але й порушує складні соціальні проблеми, формує громадську думку, визначає вектори національної ідентичності, моралі. Оскільки з бігом часу постають нові питання, то актуальність того чи іншого явища або проблеми втрачається. Однак твори визнаних публіцистів можуть і далі спонукати суспільство до розв'язання нових завдань.

Публіцистика журналу «Універсум» – це, без перебільшення, своєрідна духовна скарбниця, в якій упродовж двадцяти п'яти років активної творчої праці редакції та авторського колективу зібрані надзвичайно цінні думки, гіпотези, оригінальні погляди на складні суспільні явища, оприлюднені ексклюзивні результати досліджень соціальних, економічних і політичних процесів, в яких чітко простежується прагнення знайти оптимальні способи розв'язання назрілих проблем та отримати відповіді на запитання, котрі постають в процесі побудови Української держави.

Публіцистичним статтям в журналі притаманна аналітична глибина, ґрунтовна насиченість фактологічним матеріалом, для них характерні яскравість і доступність стилю, вони водночас наукові та популярні. Будівельний матеріал текстів, підібраний уміло і поданий майстром слова об'єктивно. Такі відомі публіцисти, як Леонід Сотник, Леонід Капельюшний, Віталій Карпенко, Володимир Вітковський, Олег Романчук та інші ефективно використовували різноманітні способи впливу на аудиторію. Приклади блискучої політичної, економічної, наукової, військової публіцистики неодноразово демонстрували доктори економічних наук Юрій Сасенко, Степан Вовканич і Віктор Борщевський, доктори фізико-математичних наук Леонід Шульман і Анатолій Свідзинський, доктор хімічних наук Октавіан Ксенжик, доктор медичних наук Володимир Войтенко, доктор філологічних наук Василь Лизанчук, військовий аналітик Петро Костюк та інші.

Автори журналу з державницьких позицій аналізують та інтерпретують різноманітні події в українському суспільстві та в світовому контексті, фахово досліджують політичні процеси в державі й за кордоном, роблять влучні прогнози, акцентують на конечності розв'язання тих чи інших конкретних суспільних проблем (соціальних, політичних, історичних, наукових, освітніх, стратегічних), вкрай важливих для успішного вирішення завдань державотворення. Більшості матеріалів притаманне системне й аналітичне бачення та розуміння проблем у поєднанні з публіцистичною гостротою викладу.

Чільне місце на сторінках часопису займає публіцистика найрізноманітнішої тематики: економічної, соціальної, політичної, мілітарної. У публіцистиці «Універсума» вирізняється тенденція тлумачити ідейні та суспільні погляди насамперед для утвердження державницьких устремлінь народу з метою побудови модерної України.

Особливим публіцистичним елементом часопису, надзвичайно важливою його складовою є «Слово редакційне». Саме по цій рубриці, як своєрідному інтерпретатору реалій сьогодення, зрештою, судять насамперед про рівень видання. Ця рубрика – яскравий приклад використання аналітичного жанру. На неї зважають політики, цитують журналісти інших засобів масової інформації. Це і гостра публіцистична стаття, і водночас ретельне аналітичне дослідження або фаховий коментар. «Слову редакційному» в інтерпретації «Універсума» завжди притаманна чіткість і доступність позиції, висловленої автором. Рубрику вирізняє оригінальний, сміливий підхід і неповторний авторський стиль – саме те, що притаманне публіцистиці найвищої проби.

Тексти цієї рубрики є взірцем високої майстерності публіциста, служать своєрідним еталоном якості журналу. Розуміючи, що редакційну статтю оцінюватимуть не лише читачі, а й набагато прискіпливіше колеги-журналісти з інших видань, редакція «Універсума» особливо відповідально ставиться до публічних виступів у цій рубриці. Гостро реагуючи на болючі виклики сьогодення, публіцисти видання прагнули якомога дохідливіше пояснити складні політичні та культурні явища, переконливо обґрунтувати, чому вони виникли, які причини сприяли тим чи іншим подіям, а головне – спрогнозувати, який результат чекає на процес чи явище. Такий підхід можна назвати моделєбудівним, він дає змогу зрозуміти перспективу майбутнього країни та суспільства загалом.

Поштовхом до написання флагманських матеріалів «Універсума» ставали найрізноманітніші приводи: передусім державне будівництво, політика, культура, суспільні відносини, мовне питання, військо, економіка, наука тощо. При цьому йдеться не лише про відгук на злободенну тему. Як правило, пропонуються добре аргументовані кардинальні рішення, виважене тлумачення проблем, які хвилюють суспільство, а ще обґрунтована критика на адресу влади. Серед явищ і подій, що їх обговорювали автори, немало таких, які втратили свою першорядність, однак цінність їхня непроминальна – вони є історичним свідченням різноманітних процесів у державі, які призвели до нинішніх результатів у суспільстві. Підтвердження того, що ґрунтовним дослідженням багатьох тем суспільно-політичної проблематики притаманний прогностичний характер, може стати аналіз найхарактерніших публіцистичних матеріалів видання.

Одним із найяскравіших та найактивніших авторів журналу був публіцист, журналіст, політолог, член редколегії Леонід Сотник. Він змушував читача аналізувати, думати, ретельно зважувати побачене й почуте в статтях різної тематики. Публіцист ніколи нічого не диктував і не нав'язував. Він сам шукав, сумнівався, сперечався. Й цим і нині цікавий для нас. Скажімо, Леонід Сотник свого часу зробив цілком слушний висновок: «Україну врятує та політична сила, яка не на словах, а на ділі забезпечить надходження в державу широкого потоку іноземних інвестицій». Він добре розумів, що для реалізації цього проекту треба забезпечити контроль за використанням цих інвестицій, знищити корупцію, створити належний інновацій-

ний клімат тощо. А ще потрібна політична сила, яка б могла реалізувати поради публіциста. Яка, на жаль, досі в Україні відсутня.

У часописі сформувався цілий цикл історико-філософських есеїв, які написала небайдужа людина. Леонід Сотник нестандартно розповідав про реальні події і про те, що підказувала йому совість, великий життєвий та журналістський досвід. І про «білоруський синдром», і про «уроки чеченської війни», і про «міста російської слави», і про те «кому потрібна влада в Україні» тощо.

Більш ніж промовисті назви багатьох творів цього публіциста: «Маразм як чинник державотворення в Україні», «Хочеш мати раба – забори у нього мову», «Політична стабільність як танок на дроті», «Попіл минулого стукає у груди сьогодення»...

Леонід Сотник популярно роз'яснював «від якої спадщини нам варто відмовитись» [10]: «Навіть заповзяті прихильники економічного союзу між двома нашими державами починають усвідомлювати, що комунофашисти, які правлять у Росії, можуть поставити хрест на всіх і всіляких реформах. За таких умов економічний альянс з Росією смерті подібний».

У нотатках «Уроки чеченської війни» [11] Леонід Сотник продемонстрував глибоку обізнаність з предметом дослідження. Його аналіз і сьогодні на часі: «Нинішня кризова політична ситуація в Росії (її аналіз — тема окремої статті) свідчить про те, що федерація аж ніяк не може обійтись без образу зовнішнього ворога. Цей образ завжди виручав її. А кращого ворога, ніж Україна, важко собі й уявити. Тому я, наприклад, не здивуюсь, коли за допомогою п'ятої колони російським урядовим структурам вдасться спровокувати такий собі конфлікт десь у районі «города руської слави Севастополя» і, звичайно ж, звинуватити у тому нашу державу. А потім підніметься не те що хвиля – цілий шторм. І продемонструє він непорушну єдність російського народу».

Ще два десятиліття тому Леонід Сотник усвідомив небезпеку культурно-історичних спекуляцій з боку Росії. Тоді ще ніхто не говорив про культуру та історію як напрочуд ефективний засіб ведення інформаційної війни. Тож такі дослідження як «Міста російської слави» [12] і «Пушкін в ореолі легенд, або синдром національного психозу» [13] стали переконливим підтвердженням небезпечних проявів культурної експансії Москви.

Чудово розуміючи, що мовне питання є однією з передумов поступального розвитку нації, Леонід Сотник зазначав: «Інформаційне поле – то поле битви за вільну Україну. Але ж на ньому можна вкрити своє ім'я і славою, і вічною ганьбою» [14].

У своєму останньому публічному виступі «Прощання з ХХ століттям» [15] Леонід Сотник ретельно аналізував політичні події ХХ століття, зокрема розпад колоніальної системи, здобуття незалежності тими народами, які (серед них й Україна) із запізненням взялися утверджуватись серед державних націй. Думки публіциста, оприлюднені на зламі тисячоліть, і сьогодні допомагають краще зрозуміти навколишній світ: «Якщо ми не втратимо незалежності і сповна використаємо другий шанс, який нам подарувало ХХ століття, то у столітті ХХІ нас чекає величезна, тяжка робота. Нам треба перебудувати не тільки економіку, суспільний лад, але й самих себе. Ми можемо і мусимо згуртуватись у політичну націю».

Доктор економічних наук, завідувач відділу соціальної експертизи Інституту соціології НАН України Юрій Сасенко в дослідженні «Комунізм – це хвороба бідних і рабів» [8] докладно аналізує феномен советського комуністичного рабства – рівно-

сті у бідності й злиднях у статті: «Класичний раб мав господаря і Бога. В советському виконанні вони обидва де-факто раби. Бо обидва позбавлені власності на себе і на будь-що, що б давало змогу бути господарем власної долі. Це була тотально рабська держава, яка в дійсності складалася з самих лише рабів... Раб не поважає нікого і ніщо. Для нього не існує законів. Страх замінює закони. Раба змушують коритися волі гнобителів. Раб боїться чужого, нового і незнайомого. – інакшого... Трагедія в тому, що українська людина з советською рабською свідомістю опинилася в уже не зовсім рабській ситуації, де треба мати особисту волю до життя, власні орієнтири, вміння вибору і особисту відповідальність. А українська советська людина не знає, що таке вибір, не вміє його робити... Українська людина самого кінця ХХ століття опинилася у розірваному життєвому просторі з розірваною свідомістю. Розірвано політичний, економічний, соціальний, інтелектуальний, соціокультурний та інформаційний єдиний простір».

У статті «Країна втрачених шансів» [9] Юрій Саєнко блискуче проаналізував ситуацію, в якій опинилась Українська держава: «1991 року утворилася незалежна Україна, й пішла серія втрачених шансів. По-перше, ми помилково роззбрóилися. По-друге, в Криму залишився російський флот, джерело напруги й сепаратизму. По-третє, у державі не відбулася люстрація. <...> Втрата шансів привела нас до деструктивності, аморфності, а звідси – до деградації соціального здоров'я. <...> На мій погляд, єдиний шанс України стати модерною державою – це зміна покоління. <...> Якщо нинішня управлінська еліта не здасть своїх позицій, а в молодого покоління забракне сил, щоб витиснути їх із крісел, то можна з гіркістю констатувати – в Україні немає майбутнього».

Традиційно безкомпромісний в оцінках навколишньої дійсності доктор медичних наук Володимир Войтенко. Більш ніж промовиста назва однієї з його статей – «Аморальна влада приречена, але у могилу вона завжди тягне живих» [1]: «Система суспільного лицемірства за часів радянщини трималася на соціалістичних і комуністичних гаслах, а нині вона спирається на «демократію», «реформи» і «розбудову держави». Але – дозволю собі послатися на великого реаліста Йозефа Швейка – «усе це г...на вартє». Бо кількість жебраків, яких я щодня бачу по дорозі з дому на роботу (і з роботи додому) не зменшується, а зростає».

У статті «Українська ідея» [2] Володимир Войтенко звертає увагу на те, що держава і народ потребують термінової соціальної реабілітації, яка «можлива за умов зустрічного руху народу до влади і влади до народу». Вчений акцентує, що найбільших успіхів у ХХ ст. домоглися країни, суспільство в яких спиралося на чотири засадничі позиції: християнську мораль, соціал-демократичну ідеологію, природоохоронну (зелену) етику і комп'ютеризацію виробництва та освіти. Аргументація Володимира Войтенка образна, чітка, переконлива: «Україна у ХХІ сторіччі має тягти за собою вантажі іншого гатунку. Це, по-перше, деморалізований народ, схильний водночас і до анархії, і до безмежного конформізму («змученості» на тюремному жаргоні). Це, по-друге, інтелігенцію, яка значною мірою втратила роль духовного стрижня нації, перетворившись на посередника між народом і номенклатурою. Це, по-третє, сама номенклатура, більша частка якої в радянські роки не мала розуму й совісті, а нині позбулася ще й страху. Найнебезпечнішим тягарем є найвищі державні посадовці, які народу не бачать, інтелігенцію зневажають, а номенклатури бояться».

У статті «Українська реконкіста: соціально-культурні наслідки державної безпеки» [6] публіцист Олег Романчук акцентує увагу на потребі створення ефективної влади, яка б відштовхувалася чи навіть базувалася на національних пріоритетах. Натомість український провід сконцентрував свою увагу не на політиці держави, а на накопиченні власних статків. «Він (істеблішмент) повсякчас демонструє світові брак політичної волі, захланність і аморальність, він позбавлений не тільки розуміння політичної культури, а й розуміння політичної культури взагалі». Роздуми публіциста справді непроминяльні: «Нинішня політична боротьба в Україні – це не боротьба за комунізм чи капіталізм, за демократизм чи тоталітаризм, а боротьба за існування Української держави в принципі. <...> За благеньким національним рихтованням залишилась незалежна за формою, але по суті перефарбована советчина. <...> Спостерігаючи за тим, хто і як порядкує сьогодні у вищих владних ешелонах держави з вивіскою «Україна» (Азаров, Арбузов, Богатирьова, Єфремов, Калінін, Колесников, Могильов, Саламатін, Табачник, Тигіпко, Чечетов, Янукович та ін.), приходиш до висновку, що видатний англійський політик, прем'єр-міністр Великобританії, етнічний єврей Бенджамін Дізраелі мав рацію, наголошуючи, що «національне питання – ключ до всіх загадок світової історії. Національна належність – єдина істина». У ток-шоу після прем'єри фільму «ДНК-портрет нації» (листопад 2012 року) взяв участь Давід Мільман, помічник головного рабина України. Він акцентував, що «є націоналістом, а націоналізм – це основа національної ідеї. Без поваги до себе жодна країна не може існувати. <...> Бо тільки поважаючи себе, можна поважати інші народи».

2011 року Леонід Капелюшний опублікував на сторінках «Універсума» блискучу за стилем й глибиною аналізу статтю «У нашому домі йде реставрація імперського режиму за ширмою декларативного суверенітету» [3]: «Кремль провів блискучу операцію із дискредитації Помаранчевої революції і самого Ющенка, всіляко сприяв гризні між лідерами демократичного крила, які врешті-решт не тільки стали поміховиськом для всього світу, а й виставили на сміх нашу державу. П'ята колона в Україні виконала найважчу і найскладнішу роботу – дезорганізувала керованість державою і порушила суспільне порозуміння між українськими громадянами. Не між українцями – а поміж громадянами країни. <...> У жодному регіоні країни так нищівно і безжально не експлуатується людина, так мало не важить людське життя і гідність, як в Донбасі. Феномен тамтешнього електорату не у фанатичній відданості Партії регіонів, а в абсолютній залежності людей від роботодавців, які поводяться як пахани. І ось цей стиль кримінальної корпорації дони принесли в парламент, а відтак нав'язують його і всій Україні. <...> Щодень у ефірному просторі України гарцюють вже не проросійські провокатори, а російські політичні технологи і політики, які витирають лапті об українські національні інтереси <...> Мета їхня, як шило у мішку – відокремлення, хоч скальпелем, хоч сокирою, Лівобережжя із прирощенням цього краю до Росії. Треба визнати блискучою роботу росіян із повернення України у сферу впливу РФ без жодного пострілу і синця. Я певен, цю операцію будуть вивчати спеціальні служби усього світу як зразкову. Нам наразі лишається зрозуміти не тільки що відбувається, а й що буде із Україною».

Доктор хімічних наук Октавіан Ксенжек у ґрунтовній статті «Ще не вмерла Україна...» [4] поставив чіткий діагноз: «Україна важко хвора. Вона терпить від цілого спектра недуг різної природи: генетичних, психічних, соматичних. <...> Явний

імунодефіцит відносно реліктів комуністичної ідеології і досить бурхливої активності її нинішніх носіїв, шизофренічний стан національної свідомості, її роздвоєння у фундаментальних питаннях, від яких залежить саме існування України, таких, наприклад, як ставлення до колишньої метрополії, мовна проблема і т.д. Нарешті, Україна просто фізично вимирає». Учений резюмує: «Не маючи власної стратегії, Україна всі роки незалежності діяла, в основному, за принципом «як би зробити все по-новому, щоб залишилося все по-старому»... Отримавши формальну незалежність, ми, по суті, не знаємо, для чого вона нам потрібна». Є деяка надія вийти з цього складного становища, «але за умови, що нація докладе величезних, незвичних для неї зусиль, щоб нарешті навчитись чітко розуміти дійсний і навіть прихований сенс всього того, що робиться в її країні, і діяти відповідно».

Стаття Олега Романчука «Від кризи соціального розвитку до соціального вибуху?» [7] спонукає до роздумів над ймовірністю соціального вибуху в Україні: «Умови соціального вибуху виникають тоді, коли центральні механізми внутрісистемної регуляції не можуть або не хочуть зробити необхідні зміни в організації суспільства. Це відбувається тоді, коли інтереси правлячих груп держави і тих груп, що володіють власністю (основними ресурсами суспільства), не співпадають з потребами всієї системи – інтересами більшості членів суспільства. <...> Внутрішні й зовнішні протиріччя в Українській державі настільки загострились, що для її подальшого існування нагальне розв'язання критичних задач стало життєво необхідним».

Мирослав Маринович, відомий правозахисник, проректор УКУ, категорично стверджує: «Україна або модернізується – або її взагалі не буде» [5].

Висновки. Завдання сучасної журналістики полягає в тому, аби разом з експертами, науковцями шукати вихід з кризової ситуації. «Універсум» намагався і намагається виконувати це завдання не лише як періодичне видання, але і як своєрідний наставник, який пояснює складні політичні та культурні явища, обґрунтовує причини їх виникнення, а головне – точно передбачає результат. Позицію журналу можна назвати моделєбудівною, яка вимальовує перспективу майбутнього країни та суспільства.

«Універсум» – це унікальна журналістська лабораторія. Автори не просто констатують проблему та ситуацію, а пояснюють їхні причини та витоки на основі ґрунтовного аналізу, в результаті ретельних розрахунків і спостережень за соціальними та політико-економічними процесами, залучаючи для обговорення визнаних спеціалістів. При цьому журнал прагне підштовхнути читачів до ухвалення правильних висновків, до усвідомлення важливості визначення пріоритетів.

Аналітична публіцистика на сторінках «Універсума» відображає особливості та проблеми творення політичного, економічного життя і, що сьогодні вкрай актуально, військової сфери. Подача фактів, подій, явищ у реальному, а не завуальованому контексті; передбачення результату – основні ознаки публіцистики часопису.

Оприлюднені в журналі тексти дають широку, насичену маловідомими, а частіше й зовсім не відомими фактами панораму нашого буття – поступу і поразок, задумів і розчарувань, сподівань і невідворотних реалій. Це неоціненний матеріал для історика, філософа, політолога, економіста, соціолога, правника, культуролога, для науковців та студентства, врешті для всіх, хто не байдужий до політико-економічних, соціально-культурологічних, науково-футурологічних проблем.

REFERENCES

1. Войтенко В. Аморальна влада приречена, але у могилу вона завжди тягне живих / В. Войтенко // Універсум. 2001. №3-4. С.29-34.
2. Войтенко В. Українська ідея / В. Войтенко // Універсум. 2007. №9-10. С.1-3.
3. Капелюшний Л. У нашому домі йде реставрація імперського режиму за ширмою декларативного суверенітету / Л. Капелюшний // Універсум. 2011. №1-2. С.19-35.
4. Ксенжек О. Ще не вмерла Україна... / О. Ксенжек // Універсум. 2007. №11-12. С.5-15; №1-2, 2008. С.4-11.
5. Маринович М. Україна або модернізується – або її взагалі не буде / М. Маринович // Універсум. 2018. №3-4. С.1-2.
6. Романчук О. Українська реконкіста соціально-культурні складники національної безпеки / О. Романчук // Універсум. 2013. № 7-8. С.6-29.
7. Романчук О. Від кризи соціального розвитку до соціального вибуху? / О. Романчук // Універсум. 2014. № 1-2. С.1-3.
8. Саєнко Ю. Комунізм – це хвороба бідних і рабів / Ю. Саєнко // Універсум. 1999. № 3-4. С.24-28.
9. Саєнко Ю. Країна втрачених шансів / Ю. Саєнко // Універсум. 2007. № 5-6. С.1-3.
10. Сотник Л. Від якої спадщини нам варто відмовитись / Л. Сотник // Універсум. 1994. №3-4. С.16.
11. Сотник Л. Уроки чеченської війни / Л. Сотник // Універсум. 1996. №9-10. С.14-16.
12. Сотник Л. Міста російської слави / Л. Сотник // Універсум. 1996. №11-12. С.4-9.
13. Сотник Л. Пушкін в ореолі легенд, або синдром національного психозу / Л. Сотник // Універсум. 1999. №5-6. С.35-37.
14. Сотник Л. Хочеш мати раба – забори в нього мову / Л. Сотник // Універсум. 1999. №7-8. С.14-16.
15. Сотник Л. Прощання з ХХ століттям / Л. Сотник // Універсум. 2001. №7-10. С.81-88.

**PUBLICISM ON THE PAGES OF THE UNIVERSUM MAGAZINE (1993-2018)
AS AN EFFECTIVE FACTOR OF THE CONSOLIDATION
OF THE UKRAINIAN STATE**

Viktoriya Romanchuk

*The all-Ukrainian Journal of Political Science, Futurology, Economics,
Science and Culture «Universum»,
Box 2994, 79017, Lviv, Ukraine*

e-mail: viktoriya.romanchuk7@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1594-3995>

In the article there is analyzed the publicism on the pages of the «Universum» magazine, which primarily deals with the various problems of the establishment and construction of the Ukrainian statehood. In the article it is shown and proved that the well-known journalists, scientists as well as the military personnel, in an analytical and in a bright journalistic form have thoroughly investigated the social reality of Ukraine and the socio-political aspects of the various life phenomena.

The author believes that the publicism of the «Universum» is a kind of alloy of science, journalism and literature that allows us to comprehend the important problems from various sides and thus to give a weighted assessment of some facts. At the same time, this kind of creativity allows us to feel and understand the attitude of the society towards the justice and towards the creation of the public ideal in a fair and objective way.

Key words: modern Ukrainian publicism, «Universum» magazine, the Ukrainian statehood.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 166–174 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9998>

УДК 070.15:81'272]:327.39(=161.1)](477.83/.86)“19/191”

ПРОБЛЕМА МОВИ У МОСКВОФІЛЬСЬКІЙ ПРЕСІ СХІДНОЇ ГАЛИЧИНИ (ПОЧ. XX ст.)

Тетяна Слотюк

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Ген. Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: burdeha@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-8883-4154>

У статті досліджено проблему мови у пресі москвофільського руху, який вже від початку XX століття набрав антиукраїнського характеру. Особливу увагу звернено на актуальні концепти, які сьогодні активно використовує російська пропаганда. Поняття мови виносяться із площини комунікації у площину політичної доцільності та об'єднувального фактора із Росією.

Ключові слова: москвофільська преса, проблема мови, антиукраїнська політика.

Актуальність теми зумовлена глибоким сучасним підтекстом, який виявлений у таких засадничих ідеях російської пропаганди: основоположною запорукою триєдності «русского народа» є російська мова; присутність російської мови на комунікативній карті Східної Галичини означатиме присутність тут «русских»; заперечення існування української мови легалізує ідею про російську мову як загальнослов'янську та ін.

Мета дослідження – з'ясувати основні ідейно-тематичні детермінанти проблеми мови у пресі москвофільського руху у Східній Галичині на початку XX ст. Це передбачає вирішення таких **завдань**: розглянути ідейну зумовленість публікацій про мову у москвофільській пресі; проаналізувати вплив цих публікацій на суспільно-політичну думку у Східній Галичині; визначити особливості формування політичної складової мовної проблеми у москвофільській пресі на початку XX ст.

Результати й обговорення. Основне завдання москвофільської преси на початку XX ст. полягало в тому, щоб виконувати не стільки інформаційну й комунікаційну функцію, скільки – політичну стратегію, здійснювати ідеологічно-пропагандистське забезпечення інтересів Росії. Постає запитання: якими теоретичними й політичними детермінантами було позначене функціонування москвофільської преси? У статті «Русская идея в Галиции» Д. Донцов зазначав: «Теоретической основой партии [йдеться про москвофілів. – Т. С.] является учение о «триединой Руси». Москвофилы думают, что русские, украинцы, белоруссы – один народ, что украинский язык – не язык, а жаргон и что литературным языком для украинцев должен быть русский» [2, с. 65].

Системна криза, що охопила москвофільський рух ще на початку 80-х років XIX ст., стала особливо помітною наприкінці XIX ст. в контексті українського національного життя (хоча навіть тоді цей рух був його частиною). Ні в практичному, ні в теоретичному плані москвофільський рух не зміг протиставити галицьким українцям рівноцінні здобутки. На вихід у світ знаменної праці М. Міхновського «Самостійна Україна» (1900) москвофільський діяч та публіцист О. Мончаловський відповів брошурою «Живые вопросы», в якій обґрунтував всеслов'янське значення російської мови і потребу її поширення в Австро-Угорщині, висміяв українську мову, ідею незалежної України назвав злочинною. Проголошення «Русско-народной партии» (1900) мало радше символічний характер і лише формально засвідчувало існування москвофільського руху як організованої політичної партії.

На поверхні політичного життя Східної Галичини москвофільський рух тримався завдяки двом зовнішнім чинникам: фінансовій підтримці з боку Росії та підтримці з боку польських «ендеків» Р. Дмовського, оскільки «народова демократія» провадила русофільську політику, а в Східній Галичині цій партії потрібен був союзник у боротьбі із щораз міцнішим українським визвольним рухом (слов'янський конгрес у Празі 1908 року мав теж антиукраїнське спрямування).

На з'їзді мужів довіри «Русско-народной партии» (1900) москвофільське керівництво ще раз повторило основні принципи, які сповідувала «Русско-народная партия»: національна і культурна єдність всього «русского народа»; необхідність для «русского населения» Австрії здобувати освіту і розвивати культуру, не розриваючи зв'язків із традиційними основами «русского народа» (а вони були відомі – «самодержавие, православие, народность»); партія вбачала своє завдання в тому, щоб захищати «русское население» Австрії від його національних противників (тобто від українців – «мазепинців» і «сепаратистів») і від вбивчого для «русской народности» та церкви соціалізму; беручи до уваги приналежність «русского населения» Галичини до «малорусского племени», керівництво партії визнавало природну необхідність займатися просвітою «русского населения» в Галичині «галицко-руским наречием», але не відмовляючись від «общерусского языка и общерусской литературы, представляющих национальное и культурное выражение всего русского народа» [10, с. 9].

У центрі політичної боротьби було мовне питання, з яким було пов'язана низка проблем: й інтерпретація минулого, і проблема окремішності українського народу, і відповідь на болісне для наддніпрянських українців (малоросів) і галицьких русинів від середини XIX ст. – питання ідентичності.

І в цьому ми вбачаємо зумовленість регулярної появи на сторінках москвофільської преси публікацій, в яких порушено мовну проблему. Проте це був не мовний, а суто політичний дискурс, який мав розв'язати через дискусію про мову політичні проблеми і досягти політичної мети. Варто звернути увагу на вибір мови у тому чи іншому москвофільському виданні: це або російська мова (в «Прикарпатской Руси», наприклад, цілком пристойна), або ж «російська» мова «Галичанина» (радше «огидний російсько-галицький волапюк», як висловився Ф. Корш про російсько-малоросійський суржик у містах України), або так звана «народна мова» «Русского слова» і «Голоса народа» та інших москвофільських видань з етимологічним правописом. Саме з політичних міркувань москвофіли не вживали тієї української мови, якою послуговувалися українські видання. Для москвофілів не існувало української лі-

тературної мови, українську мову вони вважали «наречием» російської мови. Використання української мови означало б її визнання і заперечувало б, відповідно, ідею «єдинства русского народа». Постійна наявність у політичному контенті московфільської преси публікацій з приводу мови, правопису, української літературної мови на початку ХХ ст. теж не була випадковою. Процес формування української літературної мови в ХІХ ст. був складним, він мав політичний підтекст. Йдеться про процес формування української нації, що не могла сформуватися на іншомовній основі.

Формування української літературної мови невіддільне від загального процесу становлення українців як нації. Воно було одним із виявів повноцінного суспільного буття, цей процес виходив за межі філологічної проблеми. Особливість мовної ситуації в Галичині дуже слушно схарактеризував Ю. Шевельов: «Вплив Галичини і її мови був одним з нових і до певної міри підричних процесів, що нуртували за фасадом позірної стабільності Російської імперії» [11, с. 37]. Це зрозуміли не стільки галицькі московфіли, скільки їхні російські покровителі. Цим і треба пояснювати антиукраїнську спрямованість, активність багатьох російських учених, політиків, публіцистів, чиї публікації регулярно друкували в пресі московфільського руху. Про суспільну вагомість мовної проблеми свідчить більшість публікацій на цю тему в «Галичанине» за 1900 р. Це праці, наприклад, проф. Київського університету Т. Флоринського «Об усвоению малорусскому языку роли органа науки и высшей образованности» («Галичанин» друкував упродовж 38 чисел (січень–березень) та А. Будиловича (ректора Юр'євського університету) «О литературномъ языке в Юго-Западной Руси» (опубліковано у десяти числах «Галичанина» в листопаді), це десятки інших публікацій, в яких іноді, навіть незалежно від предмета розмови, йшлося або про велич, силу й необхідність російської мови в житті слов'ян, або заперечувалася українська мова як така. Ідея «единой и неделимой Руси» – ось у чому суть державницького підходу Т. Флоринського, всі думки, твердження його праці підпорядковані саме цій ідеї. У різних варіантах її тиражувала преса московфільського руху і в наступні роки.

Директивний характер для ідеологічно-пропагандистської діяльності московфілів мала і стаття А. Будиловича «О литературномъ языке в юго-западной Руси». Повний текст цієї праці вийшов окремою брошурою. У концептуальному плані праці Т. Флоринського і А. Будиловича ідентичні. Обидва вбачають у процесі формування української літературної мови насамперед політичний підтекст. Опублікування двох таких солідних праць (не стільки наукових, скільки публіцистичних, зважаючи на характер аргументації, стиль і мету), поданих частинами, забезпечувало перманентність комунікативного впливу, але не його ефективність.

Дискусія з приводу української мови була відображенням боротьби не лише за сучасне українського народу, а й за його історичні перспективи. Це помітно в роки першої російської революції, вибух якої був спричинений не лише соціальними, але й нерозв'язаними національними проблемами. Ці дискусії відновилися після відродження української преси у Наддніпрянській Україні. Однак, Д. Дорошенко зазначає, що національний рух у російській Україні зростав так швидко, що мова не встигала за ним, а коли на початку 1905 року почали виходити українські газети, то вже не було часу сперечатися про те, якою мовою писати, які слова вибирати: «Коли народжувалася нова українська преса, то, правду сказати, мало хто звертав увагу на

те «якою мовою писати...» [4, с. 231]. Дискусія про мову тривала, бо ще вийшли друком дискусійні праці Б. Грінченка («Тяжким шляхом» в 1906 р.), І. Нечуя-Левицького («Криве дзеркало української мови» у 1911 р.).

Російська революція і український рух, що був потужним у Галичині і зростав у російській Україні, і зумовили увагу москвофільської преси до проблеми мови. Один із пропагандистських піків мовного дискурсу припав на 1907 рік. Це пов'язано з парламентськими виборами. Маніпулюючи поняттями «русский язык», «язык галицко-русских», «общерусский литературный язык», «Галичанинъ» прагне домогтися запровадження «русского официального языка» в громадському діловодстві (№ 60), регулярно з'являються антиукраїнські публікації. Найбільш одіозні, що були опубліковані до парламентських виборів, поєднувалися з публікаціями (власними або передруками з російських газет), в яких повторювалася одна і та ж теза – «единство русского народа».

Публікації з політичним підтекстом радикально налаштованих москвофілів, які фактично утверджували повну ідентичність із «русским народом» і «общерусский язык» як загальноосновну мову спілкування, певною мірою дисонували з позицією політичного товариства «Русская Рада», керівництво якої заявило у своєму заклику: «Кто презираетъ языкъ своихъ предковъ яко «мертвечину» и прозываетъ его «язычимъ», тот подобенъ выродному сыну, осквернившему могилу своихъ родителей» [3].

Поява в 1907 р. ще кількох ідеологічно чітко означених публікацій, передрук статей відомого київського українофоба Т. Флоринського мали підготувати аудиторію до головної політичної події року – виступу в парламенті російською мовою москвофільського посла Д. Маркова, що відбувся 26 червня (9 липня) 1907 року. «Галичанинъ» назвав цей день історичним для Карпатської Русі. Безперечно, що це не була особиста ініціатива Д. Маркова. В одному із наступних чисел «Галичанинъ» заявив про початок боротьби за права «русского языка» в Австрії, закликав збирати підписи (як у 1892 р. проти запровадження фонетичного правопису) для підтримки Д. Маркова. У цій ситуації йшлося не про історичну обґрунтованість присутності «русского народа» в Галичині, а про досягнення певної політичної мети. Джерелом цієї інформації був не Д. Марков, а Російська імперія як суб'єкт міжнародного права. Москвофільська преса чи її публіцисти тільки здійснювали процес комунікації (ми використовуємо схему, яку запропонував Г. Почепцов) [6, с. 120]. А отримувачем, адресатом інформації був не лише «русский народ» Галичини. Ще більшою мірою ця інформація була призначена для міжнародної громадськості, для урядів європейських країн, зокрема, й для Відня, який мав усвідомити, що Галичина – це «исконно русская земля», на якій живе «русский народ» («Галичанинъ», москвофільські публіцисти навіть перестали вживати означення «галицко-русские»).

Подальші події (з'їзд мужів довіри «Русско-народной партии», потужна пропагандистська позиція проти «рутенства», не менш активна антиукраїнська кампанія, регулярна поява публікацій про «общерусский язык» в Австрії) явно свідчили про політизацію (з проросійською орієнтацією) інформаційно-комунікаційного процесу. Після з'їзду мужів довіри «Галичанинъ» уже відверто (на відміну від попередніх років) пише про «общерусский язык» в Австрії як реальний факт. Політизація інформаційно-комунікаційного процесу, яка полягала в утвердженні російської мови й ідентичності, в ідеологічно-пропагандистському забезпеченні європейського і, зокрема, галицького вектора політики Росії, зміцнювалася із наближенням слов'ян-

ського конгресу в Празі. Одним із його завдань була нейтралізація українського руху і заперечення окремішності українського народу.

«Галичанин» передрукував у кількох числах із «Киевлянина» знакову для «Киевского клуба русских националистов» статтю «Украинский язык» (№ 174–176 за 1908 р.). Як відомо, 37 депутатів Думи внесли законопроект про запровадження викладання українською мовою в народних школах малоросійських губерній. Автор вважає, що цей законопроект суперечить як здоровим історичним і політичним поглядам, так і справжній користі населення південно-російських губерній. Створення («ковка») нових штучних літературних мов – самобивче для народного духу. «Украинский язык», на думку автора, штучно створили впродовж останніх десятиріч галицькі українофіли на чолі з М. Грушевським, а засвоєння громадськістю цієї мови значно важче, ніж «общерусского языка», бо це не мова, а жаргон. Автор зауважує, що «законопроект 37» переслідує не педагогічні, а винятково політичні цілі українофілів – створення політично незалежної України.

Надії москвофілів на слов'янський з'їзд у Празі (1908), який повинен був спричинитися до російсько-польського порозуміння і взаємних поступок (поляки підтримують «русских» у Галичині, а російський уряд йде назустріч полякам у Росії) не справилися. «Галичанин» не приховував свого розчарування з приводу виступу Р. Дмовського, лідера «вшехполяків» у газеті «Słowo Polskie», який заявив, що поляки не можуть мати симпатій до спроб штучного перетворення русинів у «русских». Ні стриманість польських партій щодо визнання «русского народа» в Галичині, ні поміркований виступ М. Короля в Галицькому сеймі (квітень 1908 року), який теж заперечив спроби «новокурсників» ідентифікувати галицьких русинів як «русских» – ніщо не могло стримати інформаційно-пропагандистську кампанію.

Обидва москвофільські угруповання продовжили антиукраїнську пропаганду і після розколу, хоча певна відмінність у комунікаційній тактиці і стратегії була. Не маючи симпатій ні до українців («мазепинців» і «сепаратистів»), ні до української мови, заперечуючи потреби заснування українського університету, старше покоління і надалі прагнуло залишатися «старорусинами», «галицько-русскими», лояльними до Відня. «Галичанин» у 1912 році заявляв: «Культурное и национальное единство всех русских племен – это главная, принципиальная основа русско-народного движения в Австрии» [5]. Натомість «новокурсники» («Русская народная организация»), позиціонуючи себе як «русских» і домагаючись офіційного визнання та відповідних прав, зафіксованих у Конституції Австро-Угорщини, утверджували себе як проросійська політична сила, як виконавець російського політичного проекту щодо Галичини. Після розколу «Русско-народная партия» поступово занепадає як активна політична сила. Керівництво партії визнавало, що вона мало займалася народними масами, мало спілкувалася з ними. Така самооцінка дає підстави зробити висновок про низьку ефективність комунікативного процесу москвофільської преси («старорусинів»), але причини глибші, ніж ті, які зазначали «старорусини». Проросійська політична позиція, яку зайняли «новокурсники» («Русская народная организация»), полягала у цілковитому запереченні української ідеї (і різних її аспектів: мови, ідентичності, культури, літератури), що більше, «Русская народная организация» поділяла погляди російського націоналістичного руху. Її друкований орган («Прикарпатская Русь») виходив російською мовою, оскільки був призначений для інтелігенції. Широка аудиторія російської мови не знала, тому ефективність комунікаційного

зв'язку між комунікатором і адресатом не могла бути високою. Зрештою, й до інтелігенції газета зверталася російською мовою, якої не знала, але вибір мови був зумовлений політичними міркуваннями. Це щонайменше мало означати у такій формі присутність Росії, легітимізувати її можливі претензії на Галичину як на «исконно русские земли», населення (інтелігенція) якої розмовляє на «русском языке».

У вересні 1909 року у Києві відбувся з'їзд російських націоналістів (взяли в ньому участь і москвофіли-«новокурсники» з Галичини), на якому обговорювали і «русский вопрос» у Галичині й Буковині. З'їзд ухвалив захищати «русский элемент в провинциях искони русских» (№ 16 «Прикарпатской Руси» за 1909 р.), так вважали і в РНО. Визнання «русской (russisch) народности в Австрии – это вопрос жизни и смерти народности!» [7]. І партія, і її друковані органи («Прикарпатская Русь», «Голось народа») вимагали цього визнання без участі народу.

Анексія Боснії та Герцеговини (1908), Слов'янський з'їзд у Празі (1908) загострили суперечності між Росією і Австро-Угорщиною. У ще один чинник зростання міжнародного конфлікту щораз більше перетворювалася Галичина, якій російський уряд (за допомогою громадських організацій і «благодійних» товариств, а також проросійської «Русской народной организации») намагався створити імідж «исконно русской земли» з «русским народом». У цьому й виявилася головна функція РНО. Виконуючи її, намагаючись нав'язати галицьким русинам (а багато хто з них уже відчував себе українцем) думку про те, що вони «русские», «Прикарпатская Русь» боролася не так із рутенством («опаснейшим злом национального сознания»), як з українською ідеєю, а українське питання напередодні Першої світової війни перетворилося у важливу міжнародну проблему. У разі воєнного конфлікту Галичина опинялася в центрі подій. Саме тому російські урядові й праві (націоналістичні) кола почали активно і цілеспрямовано підтримувати «Русскую народную организацию» і фінансово забезпечувати пропагандистську кампанію, яку вона провадила. Зовсім не випадково 1909 року вийшла друком «Грамматика русского литературного (обшчерусского) языка для русских в Галичине, Буковине, Угрии» С. Бендасюка. З'явилася вона після відомого виступу Д. Маркова російською мовою в австрійському парламенті. Підручник починався зверненням «Дорогі браття, русские крестьяне и мѣщане!». Як і Б. Дідицький, С. Бендасюк стверджував, що «русский литературный различается от нашего галицко-русского наречия (говора) единственно немногими меньше понятными словами и иным выговором где-яких букв» [1, с. 5]. Суть в іншому. С. Бендасюк зазначає про політичне значення появи підручника, про політичні наслідки вивчення і поширення російської мови: «Прежде всего съ поры, якъ нашъ народъ усвоить себѣ тот языкъ, то украинский сепаратизм упаде у насъ быстро самъ собою безъ борьбы, безъ спорѣвъ» [1, с. 8]. Новий виток пропагандистської кампанії розпочався 1911 р. Це було зумовлено переписом населення. РНО вимагала, щоб населення записувало себе як «русский» (з двома «с»).

Як програмну «Прикарпатская Русь» сприйняла статтю П. Струве «Общерусская литература и украинский партикуляризм» в «Русской мысли» (№ 5 за 1911 р.) і зреферувала її у № 397 за 1911 р. П. Струве замінив гострий за політичним змістом термін «сепаратизм» на «партикуляризм», але це суттєво не вплинуло на його основні тези. Він заперечував ідею української самостійності й доводив, що нема української культури як такої; заперечував окремішність українського народу (відповідно і мови), критикував тих, хто ставив в один ряд етнографічні терміни «великорусс-

кий», «малорусский», «общерусский», замовчуючи, що є ще термін «русский», (це було повторення тієї ж давньої ідеї «триединства русского народа»). П. Струве був проти відкриття середніх та вищих шкіл з українською мовою і необхідності розвивати українську культуру. Усі ці твердження мали явний політичний підтекст і преса РНО використовувала їх у комунікаційному процесі. Ф. Корш (відомий російський філолог, академік) на сторінках «Украинской жизни» (№ 2 за 1912 р.) спростував основні тези П. Струве у статті «К спору об украинской культуре».

РНО ж вбачала у формуванні української літературної мови (як і російські українофоби) небезпеку для ідеї «единства русского народа», сприймала його як перешкоду у формуванні «русской» ментальності «галицько-руських», тобто українців. Зокрема, 1911 р. галицький намісник видав циркуляр щодо мови викладання в москвофільських бурсах. Там самовільно ігнорували українську мову і запроваджували російську, відповідно комплектувалися і бібліотеки у бурсах, влаштовувалися заходи для вшанування російських письменників, тобто вихованцям намагалися нав'язати чуже їм відчуття «русскости». Цей циркуляр викликав протест РНО та її преси. «Прикарпатская Русь» намагалася пояснити, принижуючи українську літературу і мову, чому в бурсах викладають «общерусский литературный язык». Питання бурс і мови викладання було ніби частковим, але воно цілком узгоджувалося із загальною політичною стратегією РНО.

Висновки. З огляду на це постає питання: що є головним і визначальним у природі преси, оскільки у функціонуванні преси повинен бути сенс – політичний, економічний? Оскільки регулярно виходили лише партійні друковані органи (головно завдяки фінансовій допомозі з боку Росії), то очевидним є той факт, що про економічну ефективність цієї преси мови не може бути. Отже, залишається з'ясувати політичний сенс функціонування москвофільської преси. С. С. (сільський дописувач газети «Русская Рада», найбільш поміркованої серед москвофільської преси того часу) зауважував у дописі «О хлопских газетахъ», що їх погано редагують, що «они кормлять хлопа исключительно лишь политикою и творять що раз то нови партіи» [8], що більше треба висвітлювати справи громадські і господарські. Політизація комунікаційного процесу не сприяла ні ефективності впливу москвофільської преси, ні суспільній взаємодії. Москвофільська преса неодноразово заявляла про критичний стан свого руху, про невдачі в політичній та економічній сфері життєдіяльності. «Прикарпатская Русь» зазначала: «...после стольких чувствительных поражений нашей партии, которых главной виновницей и была наша злополучная печать, мы нуждаемся в газете, которая перевоспитала бы нас, возродила...» [9].

Визнання москвофільських лідерів і публіцистів про невдачі, поразки свого руху, про неефективність преси не було риторичним, воно відображало реальний стан речей. Але вже на початку 90-х років XIX ст. було зрозуміло, що москвофіли програли боротьбу за народ, у порівнянні з українським визвольним рухом. Не ефективність впливу на соціум була головним завданням москвофільської преси. Сенс існування москвофільського руху та його преси був в іншому. Російська мова газет і журналів, виступи російською мовою в парламенті чи сеймі, «Русский день» у Львові (від 1906 р.), боротьба за православ'я і визнання «общерусского языка» як мови «русского народа» в Галичині, існування (навіть і формальне) різноманітних москвофільських товариств і організацій, безкомпромісна і фанатична боротьба з українською ідеєю – усе це мало демонструвати присутність фантомного «русского

народа», щоб у вигідній ситуації Росія мала підстави висловити Австро-Угорщині територіальні претензії щодо визволення «исконно русских земель» і «русского народа».

REFERENCES

1. Бендасюк С. Грамматика русского литературного (общерусского) языка для русских в Галичине, Буковине, Угрии / С. Бендасюк. Львов, 1909. 376 с.
2. Донцов Д. «Русская идея» в Галиции / Д. Донцов // Украинская жизнь. 1912. С. 64–74.
3. Къ галицко-русскому народу / [Без автора] // Галичанинъ. 1907. № 124.
4. Матеріали з історії національної журналістики Східної України початку ХХ століття / [уклад. Н. М. Сидоренко, О. І. Сидоренко]. К. : Дослід. центр історії укр. преси, 2002. 448 с.
5. Петрушевич А. С. Ruthenen или Russen? / А. Петрушевич // Галичанинъ. 1912. № 180.
6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. М. : «Рефл-бук»; К. : «Ваклер», 1999. 352 с.
7. Русскій. Досужіє мысли / [Без автора] // Прикарпатская Русь. 1909. № 18.
8. С. С. О хлопскихъ газетахъ / С. С. // Русская Рада. 1912. № 10.
9. Столбинъ. Всеобщий орган и всеобщее въ немъ сотрудничество / Столбинъ // Прикарпатская Русь. 1909. № 6.
10. Съезд мужей доверия Русско-народной партии и ее организаций. Львов : Изд. политич. о-ва «Русская Рада» во Львове, 1900. 41 с.
11. Шевельов Ю. Українська мова в першій половині двадцятого століття (1900-1914): Стан і статус / Ю. Шевельов. Мюнхен : Сучасність, 1970. 295 с.

**PROBLEM OF LANGUAGE IN THE RUSSOPHILE PRESS
OF THE EASTERN GALICIA (THE BEG. OF XX CENT.)****Tetiana Slotiuk**

*Ivan Franko National University of Lviv
Gen. Chuprynky street, 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: burdeha@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-8883-4154>*

The article deals with the problem of language in the press of the Russophile movement, which has been gaining anti-Ukrainian character since the beginning of the 20th century. Particular attention is paid to the actual concepts that are currently actively used by Russian propaganda. The notion of language moves from the plane of communication to the plane of political expediency and the unifying factor with Russia. The purpose of the article is to find out the main ideological and thematic determinants of the language problem in the press of the Russophile movement in Eastern Galicia at the beg. of the XX cent. The task of this work is to point out the structural key points that actualize this problem; to study the features of the presentation of the speech topic in the Russophile press; to highlight the journalistic discourse around this topic of those who did not perceive the ideas of Russophile movement. Research methods – problematic and thematic method applied at all stages of the study; the historical method of research gives us an opportunity to show the historical precondition of the publications and works of the ideologues of the Muscophile movement and their opponents on the language problem; bibliographic-descriptive method used at the stage of the choice of editions that we studied in the context of studying the language problem; comparative-analytical test for the study of the ideological and conceptual foundations of the Russophile press, which concerned language problems.

The problem of this research has a deep modern undertone, because attention is paid to such fundamental ideas, which today are actively cultivated by Russian propaganda, that today are actively cultivated by Russian propaganda – the basic guarantee of the «russian people» trinity is the Russian language; the presence of the Russian language on the communicative map of Eastern Galicia will mean the presence of «Russians» here; the denial of the Ukrainian language existence legalizes the idea of the Russian language as a general Slavic, and others.

Key words: Russophile press, language problem, anti-Ukrainian politics.

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 175–182 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9999>

УДК 070 (477.84) "1990/1991"

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ІДЕЇ ДЕРЖАВНОСТІ У МАС-МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ «ТЕРНОПІЛЬ ВЕЧІРНІЙ» В ПЕРІОД СУСПІЛЬНИХ ЗМІН 1990-1991 РОКІВ)

Олександр Вільчинський

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

вул. Максима Кривоноса, 2, 46027, Тернопіль, Україна

e-mail: vilchyk2008@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-8369-1692>

У статті йдеться про особливості вербалізації ідеї державності у мас-медійному тексті на матеріалі газети «Тернопіль вечірній» у період суспільних змін 1990-1991 рр. Тогочасна преса активно впливала на державотворчі процеси, вербалізуючи ідею української державності та сприяючи її реалізації.

Ключові слова: вербалізація, державність, суверенітет, декомунізація, трансформація.

Зміни, що розпочалися в Радянському Союзі у другій половині 1980-х років у зв'язку з оголошеною тодішнім Генеральним секретарем ЦК КПРС М. Горбачовим «перебудовою», у 1990-1991 рр. на деяких територіях і у деяких сферах суспільного життя почали набувати неконтрольованого компартією характеру. До таких територій поряд із Прибалтійськими та Закавказькими республіками, а також Молдовою, де почали виникати різного роду Народні Фронти, які починали із декларування підтримки й поглиблення «перебудови», а закінчували вимогами відновлення державного суверенітету та повної незалежності, належала й Україна. Тут в 1989 році зародився «Народний Рух України за перебудову». Члени Народного Руху увійшли до новоутвореного Демократичного блоку, який за результатами виборів до Верховної Ради та місцевих рад, що відбулися одночасно (березень 1990 р.), домігся значного успіху: з 442 обраних депутатів Верховної Ради 111 користувалися його підтримкою. Блок здобув перемогу у п'яти областях: Львівській, Івано-Франківській, Тернопільській, Волинській, Київській. Вибори до місцевих рад засвідчили перемогу демократичних сил у Львівській, Івано-Франківській, Тернопільській областях.

Отже, «демократичний рух у Західній Україні, в тому числі й на Тернопільщині, починаючи з 1989 р., а особливо у 1990-1991 рр., все більше набирає національно-

го забарвлення. «Перебудова» з її відносною демократизацією і пом'якшенням політичного клімату стала живильним середовищем для пробудження національного духу, для визрівання умов, які забезпечували реалізацію прагнень до самостійності і незалежності. Це не могло не знайти свого вираження і в тогочасних друкованих ЗМІ» [1, с.191]. Саме преса на теренах трьох галицьких областей і стала однією зі сфер суспільного життя, де впродовж 1990-1991 рр. компартія все більше втрачала контроль над ситуацією і де відбувалися цікаві трансформаційні процеси, які після проголошення Акту про незалежність (серпень 1991 р.) набули нової якості. Більше того, саме проголошення незалежності сприймалося як органічне продовження процесів, започаткованих у суспільстві впродовж попередніх років, чималу роль у яких відіграли і друковані ЗМІ, вербалізуючи ідею української державності й тим самим відроджуючи її спершу у свідомості громадян, а згодом і в політичній площині.

Метою цієї статті є дослідити феномен вербалізації ідеї державності та її особливості у мас-медійному тексті (на матеріалі газети «Тернопіль вечірній» у період суспільних змін в 1990-1991 рр.).

Досягнення мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- окреслити етапи суспільних змін;
- з'ясувати особливості процесів вербалізації ідеї державності;
- простежити динаміку експліцитних та імпліцитних виявів вербалізації.

Теоретичним підґрунтям дослідження стали присвячені мовно-стилістичній специфіці мас-медійних текстів праці О. Сербенської, Н. Шумарової, Т. Кузнєцової, І. Павлюка, С. Костилюєвої, В. Базіва, Л. Турелик, Ю. Бідзілі, М. Романюка, В. Передириї, І. Паславського та ін. Проте преса Тернопільщини залишається недостатньо вивченою і лише деякі аспекти функціонування окремих видань цього регіону потрапляли в коло наукових зацікавлень.

Газету «Тернопіль вечірній» 1990-1991 рр. ми обрали для нашого дослідження не випадково. Адже це видання є цікавим для дослідника з кількох причин: «по-перше, як феномен динамічної трансформації з новоствореного компартійного видання (перший номер вийшов 25 березня 1990 року) в опозиційне компартії і, як наслідок, стрімке зростання накладу, а отже, й популярності серед читачів (за півроку більше ніж утричі), по-друге, як соціокультурний феномен, своєрідний літопис тогочасних подій у сфері політики, економіки, культури та ін.» [2, с.72]. Крім того, у випадку з «Тернополем вечірнім» особливості вербалізації ідеї державності на його шпальтах поєднуються з етапами декомунізації та трансформації самого видання.

Щодо трансформаційних процесів, то у вказаному виданні їх можна окреслити двома етапами. Перший – від часу заснування видання (25 березня 1990 р.) і до середини липня 1990 р. Цей етап можна означити як «тематичний», оскільки він характеризується появою на шпальтах газет раніше забороненої тематики (історичної, релігійної та ін.). У цей період газети починають охоплювати найбільш суперечливі питання суспільного буття, залучаючи читача до пошуку відповідей на них. Другий етап (липень 1990 року, коли Тернопільська міська рада своєю Ухвалою позбавила Тернопільський міськком компартії України права у співзасновництві видання) можна вважати зовнішньотрансформаційним і внутрішньотрансформаційним водночас. Оскільки у цей період трансформаційні процеси відбуваються значно інтенсивніше і позначаються як на особливостях вербалізації ідеї державності в «Тернополі вечірньому», так і в інформаційному просторі Тернопільщини.

Уже з першого номера «Тернопіль вечірній» починає публікувати науково-публіцистичну розвідку М. Грушевського «Про батька козацького Богдана Хмельницького» з передмовою упорядника тексту М. Литвина. У короткій біографічній довідці про М. Грушевського, зокрема, є слова: «...був одним з організаторів проголошення Української Народної Республіки» [3, №1, с. 3]. Це можна вважати першою спробою вербалізації ідеї української державності, хоч і опосередковано, через згадку про «проголошення Української Народної Республіки», до того ж без негативної конотації. Публікація є ознакою певних змін у тогочасному інформаційному просторі, бо ще рік-два перед тим згадка імені визначного історика і громадського діяча, як і проголошення Української Народної Республіки, вважалися крамолою, а про те, щоб його твори опублікувати в офіційній пресі, не могло бути й мови.

У другому номері у матеріалі під заголовком «Вирішувати і діяти. З першої сесії міської ради народних депутатів XXI скликання» на першій шпальті після «Декрету про владу», де є слова «вважати недопустимим будь-яке втручання партійних органів всіх рангів в діяльність ради», газета публікує Постанову першої сесії про національну символіку – синьо-жовтий прапор, герб, тризуб і виконання гімну «Ще не вмерла Україна», а також про те, що «на будівлі міської ради... поруч із державним прапором Української РСР встановити український національний прапор» і про те, щоб «вийти з пропозицією до Верховної Ради України про затвердження української національної символіки як державної». Крім того, на першій шпальті публікується звернення до Верховної Ради Української РСР і Верховної Ради Литовської республіки з ідентичним текстом: «Підтримуємо справедливе прагнення литовського народу до самостійності. Вітаємо проголошення незалежної литовської держави». Як бачимо, у цих публікаціях «затвердження української національної символіки як державної» і «проголошення незалежної литовської держави» імплікуються з ідеєю української державності [3, №2, с. 1].

У «Тернополі вечірньому» за 22 квітня у день народження В. Леніна поруч із його портретом на першій шпальті газета публікує текст і ноти гімну «Ще не вмерла Україна», а також Постанову президії міської ради народних депутатів «Про день скорботи 26 квітня у річницю аварії на Чорнобильській АЕС» [3, №5, с.1]. Ця ж тенденція, яку умовно можна назвати «крок за кроком» щодо творення нового контенту, що імпліцитно накладається на ідею державності, простежується і в наступних номерах газети.

Так, у вже згаданому історичному нарисі М. Грушевського «Про батька козацького Богдана Хмельницького», що його «Тернопіль вечірній» продовжує публікувати у форматі «Колонки з продовженням» протягом березня-червня 1990 року, Україна не раз згадується на одному рівні з Московією, Швецією та іншими державами, як рівноправний суб'єкт взаємовідносин [3, №10, с. 3]. У номері за 10 червня публікується Положення «Про використання українського національного прапора в м. Тернополі» [3, №12, с.1], а в номері за 17 червня розпочинає публікуватися нова «Колонка з продовженням» із розвідкою В. Шкварця «Гетьман Іван Мазепа. Полемічні нотатки» [3, №13, с.3] і там же під заголовком «Як з Бережан до кадри» друкуються тексти деяких стрілецьких пісень Р. Купчинського, де є такі слова: «За рідний край, за нарід свій / За волю України! / Ми йдемо в бій, ми йдемо в бій / По згирища руїни...» [3, №13, с. 3].

Однак у газеті за 8 липня ідея державності вперше звучить уже не приховано, а прямим текстом у репортажі з мітингу під однойменним гаслом: «Україні державну самостійність». У тексті процитовано одного з ораторів, зокрема, заступника голови Тернопільської обласної ради Я. Карп'яка: «Спасення України – в її економічній і політичній незалежності. Наша єдність – гарантія перемоги у боротьбі за суверенність» [3, №16, с.1]. У наступному номері ця тема знаходить продовження в інтерв'ю з депутатом Верховної Ради В. Колінцем «Важкий шлях до суверенності», де йдеться про підготовку до прийняття Декларації про суверенітет України [3, №17, с. 3]. У цьому ж номері з'являється репортаж «Воскресни, мамо-Україно!» про враження від першого Всесвітнього Собору Духовної України, що відбувся з 5 по 8 липня 1990 року в Коломиї, де також імплікується ідея державності [3, №17, с. 5].

Ще три публікації в контексті вербалізації ідеї державності привертають увагу і у номері за 16 липня, де всю першу і частину другої займає текст «Декларації про державний суверенітет України», прийнятий Верховною Радою Української РСР 16 липня 1990 року [3, №18, с. 1-2]. Промовистим є і привітання від Тернопільського міськкому компартії України, який «щиро вітає жителів Тернополя із знаменною подією в житті українського народу – прийняття сесією Верховної ради УРСР Декларації про державний суверенітет і проголошеним 16 липня загальнонародним святом України» [3, №18, с. 2]. У цьому ж номері на третій сторінці газета публікує «Перший універсал Тернопільської міської ради народних депутатів «Про владу», де, зокрема, сказано, що «Тернопільська міська рада... бере всю повноту державної влади на території міста Тернополя» [3, №18, с. 3]. Саме із цього номера Тернопільська міська рада позбавляє Тернопільський міськком компартії співзасновництва в «Тернополі вечірньому» й із цього моменту вже незалежно від компартійних органів вербалізація ідеї державності на шпальтах газети об'єктивується значно динамічніше, хоча й надалі частіше імплікується.

Наприклад, у цьому ж контексті привертає увагу публікація звернення президії міської ради народних депутатів до президії обласної ради народних депутатів Резолюції ініціативного комітету м. Тернополя «За створення Українських Збройних Сил» [3, №26, с. 1] та історичний нарис Б. Мельничука «В огнищі кривавих змагань», де йдеться про бої на Тернопіллі під час Першої світової війни, в яких брали участь Українські січові стрільці [3, №26, с. 3]. Об'єднаний (подвійний) номер за 23 вересня, присвячений 450-літтю міста Тернополя, що вийшов у синьо-жовтих кольорах, публікує вірш Г. Петрука-Попика «Тернополю в день освячення прапора України», а також інтерв'ю «Символіка – це надія народу» [3, №27-28, с. 1-2]. У номері за 30 вересня перша шпальта відкривається виступом Д. Павличка на святкуванні 450-річчя Тернополя «Треба пам'ятати тільки одне: Україна! Україна!» [3, №29, с. 1], а в номері за 7 жовтня – репортаж із мітингу на міському Співочому полі проти укладання нового союзного договору під промовистим заголовком «Україні – волю!» [3, №30, с.1]. У цьому ж контексті розглядаємо і репортаж, опублікований у номері за 21 жовтня з мітингу з нагоди освячення символічної могили членам ОУН і воїнам УПА в парку Національного відродження (нещодавно перейменованого з Комсомольського парку), «За Україну, за її волю» [3, №32, с. 1]. Однак на п'ятій шпальті цього ж номера в репортажі з нагоди голодування студентів тернопільських вузів на Театральній площі міста на підтримку київських студентів (так звана «Революція на граніті») знаходимо заголовок «Рішучий крок до незалежності» [3, №32, с. 5]. Як імпліцитне, так і

експліцитне вираження ідеї державності спостерігається і в наступному номері газети за 28 жовтня. Так, під рубрикою «Історія» публікується добірка матеріалів про ЗУНР, а саме: «Тернопіль, 1 листопада 18-го...», «Мій батько – громадянин ЗУНРу», «Програма святкування 72-ї річниці створення Західно-української народної республіки» та історичний нарис О. Полянського «Відродження української державності. Західно-українська народна республіка», де вперше на шпальтах «Тернополя вечірнього» з'являється словосполучення «Відродження української державності», хоча йдеться про історичні події [3, №33, с. 3]. У цьому ж номері газета публікує звернення відродженого «Пласту» до громадсько-політичних організацій, партій та рухів України, де, зокрема, сказано «за будь-яку ціну використати, можливо, останній історичний шанс на відродження України» [3, №33, с. 3].

Наприкінці 1990 року в контексті вербалізації ідеї державності привертає увагу публікація «Незалежній державі – незалежну церкву» про приїзд до Тернополя Патріарха Української Автокефальної Православної Церкви Мстислава [3, №35, с. 1] та полемічні нотатки М. Калини «Будуймо свою державу» [3, №35, с. 3].

1991 рік починається подіями в Литві і «Тернопіль вечірній» не оминає цієї теми в матеріалі «Литва – танки проти суверенітету», а поряд розміщуються оголошення «Запрошуємо на свято Злуки» та «22 січня – День соборності України» [4, №4, с. 1]. У наступному номері в репортажі «Свято незалежності і соборності України» газета публікує резолюцію мітингу, де, зокрема, є вимога до Верховної Ради «визнати 22 січня державним національним святом» [4, №5, с. 1], а також цитує виступ народного депутата СРСР Р. Гром'яка, в якому він розповів про історичні передумови виникнення УНР і ЗУНР та їх об'єднання у єдину Соборну Суверенну Державу 22 січня 1919 року. Автор засудив дії військових у Вільнюсі, наголосивши, що шлях до незалежної Української держави лежить лише через єдність демократичних сил усіх республік [4, №5, с. 1].

У контексті вербалізації ідеї української державності також заслуговують на увагу публікації з приводу Всесоюзного референдуму 17 березня: «Референдум: суверенна Україна» [4, №10, с. 1], «Союз оновлений» чи союз суверенних держав?» [4, №11, с. 1] та інтерв'ю з народним депутатом України О. Ємцем під заголовком «Ще не вечір. Україна прокинеться», де є такі слова: «Сподіватися, що Україна стане суверенною державою за кілька років – абсолютно нереально...» [4, №11, с. 2]. І хоча менш ніж за півроку життя спростувало прогноз нардепа і 24 серпня 1991 року Верховна Рада України проголосила Акт про державну незалежність, його слова також імплікують ідею державності.

8 березня 1991 року у «Тернополі вечірньому» з'являється інтерв'ю з Л. Кравчуком «За суверенітет буду боротися!» [4, №12, с. 1], стаття Я. Викалюка «Історичні аспекти Української державності і новий союзний договір» [4, №12, с. 2] і полемічні нотатки А. Горового «Імперія, чи суверенітет?» [4, №12, с. 3]. У наступних номерах газета публікує низку матеріалів, присвячених референдуму 17 березня, де ідея державності набуває нового звучання: «Оновленому» Союзу – ні! Суверенній Україні – так!» [4, №13, с. 1], «За суверенітет» [4, №14, с. 3], «Референдум на користь суверенітету» [4, №15, с. 1], «Вас врятує тільки повна незалежність України» [4, 15, с. 1,3]. У той же час заступник голови Тернопільської міської ради С. Оконський, відповідаючи на запитання кореспондента про те, чи не пора вже Верховній Раді України узаконити синьо-жовтий прапор та тризуб державними символами, відповідає:

«Думаю, що на державному рівні – це ще неблизька перспектива...» [4, №24, с.3]. Але і цей прогноз через кілька місяців буде спростований самим життям, що свідчить про динамічні непрогнозовані зміни в суспільстві.

Про це свідчить і опублікована «Тернополем вечірнім» доповідь голови Тернопільської міської ради В. Негоди на IX сесії міської ради «Відповідальність за місто, за долю України», де, зокрема, є слова про «передумови до поширення демократичних процесів та ідей національного відродження...» [4, №27, с. 1], а у частині, де йдеться про взаємовідносини, що склалися між міською радою і військовими частинами, прокуратурою, міліцією, судом, КДБ, В. Негода висловлює думку, що «серед тих, хто там працює є й такі, що підтримують ідеї української державності» [4, №27, с. 1].

У наступних номерах «Тернопіль вечірній» публікує програму Організації українських націоналістів, де словосполучення Українська Самостійна Соборна Держава є ключовим [4, №31, с. 3]; «Відзову 91-го до комуністів, усіх громадян Тернопілля», що закінчується словами: «Слава Україні!» [4, №35, с. 2], саме тоді на шпальтах газети це словосполучення звучить вперше; репортаж із мітингу «Україні – волю! Свободу – Хмарі!» [4, №36, с.1]; «Звернення до Верховної Ради УРСР від координаційної ради обласних рад народних депутатів Івано-Франківської, Львівської, Тернопільської областей», де є вимога до «народних депутатів України виконати свої зобов'язання перед народом, що випливають із Декларації про державний суверенітет України» [4, №38, с. 1], передрук із канадської газети «Новий шлях» під заголовком «Канадці про наш суверенітет» [4, №43, с. 5] та інші матеріали в контексті об'єктивної ідеї державності, вираженої як в імпліцитній, так і в експліцитній формі. Так триває аж до 24 серпня 1991 року, коли у дні так званого «ГКЧП» і проголошення Акту незалежності України «Тернопіль вечірній» займає чітку державницьку позицію, що яскраво проявляється в опублікованому Зверненні до Верховної Ради України під заголовком «За свободу і демократію вчить боротися Росія. Україно, годі спати, треба волю здобувати!», де також є слова: «Проголосити повну самостійність України і вихід її зі складу СРСР» [4, №55, с. 1]. У наступному номері в інтерв'ю з В. Негодою ідея державності починає звучати в газетному тексті винятково в експліцитній формі, починаючи із заголовку «Треба будувати свою державу...» і далі: «атрибути, що характеризують державність...», «розбудова державних структур», «новий важливий етап в утвердженні державності» та ін. [4, №56, с. 1]. А 31 серпня газета публікує текст Акту проголошення незалежності України, де ідея державності об'єктивується в таких формулюваннях, як «продовжуючи тисячолітню традицію державотворення України,... здійснюючи Декларацію про державний суверенітет України,... проголошує незалежність України та створення самостійної Української держави – Україна» [4, №57, с. 1].

Упродовж усієї осені 1991-го «Тернопіль вечірній» активно висвітлює президентську передвиборчу кампанію та підготовку до референдуму 1 грудня, де ідея державності є головною темою багатьох публікацій. Наприклад, в Ухвалі Всеукраїнського народного віча «За Україну, за її волю!» акцентується на «необхідності добиватися міжнародного визнання незалежності України» [4, №62, с. 1], в опублікованій програмі кандидата в Президенти І. Юхновського у першому ж рядку наголошується на «побудові демократичної Української держави» [4, №63, с. 3], а в інтерв'ю з новопризначеним міністром оборони України К. Морозовим є слова: «Ми не будемо українську армію, а відроджуємо її...» [4, №71, с. 3]. Показовим у контексті вербалі-

зації ідеї державності є «Звернення тернопільської міської ради народних депутатів до тернополян, усіх українців і неукраїнців», де, зокрема, сказано: «Ми повинні усвідомити, що незалежній Українській Державі для того, щоб вона стала нарівні з державами світу, потрібен президент-демократ: справжній, а не замаскований, той, хто вірою і правдою служив народові впродовж усього життя, хто в тюрмах, а не у високих компартійних кріслах вистраждав право на цей найвищий державний пост...» [4, №82, с. 1], ці слова й досі, майже через тридцять років, не втратили актуальності.

Отож, можна зробити певні **висновки**, що вербалізація ідеї державності у газеті «Тернопіль вечірній» в період суспільних змін органічно поєдналася з етапами трансформації видання з компартійного в національно-демократичне. На першому етапі (до липня 1990-го р.) носила переважно імпліцитний характер, на другому (з липня 1990-го до 24 серпня 1991-го рр.) – імпліцитно-експліцитний, а з 24 серпня (після Акту проголошення незалежності України) – переважно експліцитний, неприхований характер. Загалом варто зазначити, що, вербалізуючи ідею української державності, тогочасна преса і сама активно впливала на державотворчі процеси, сприяючи їм.

REFERENCES

1. Вільчинський О. Етапи декомунізації тернопільської преси періоду суспільних змін 1990-1991 років. *Ukraina 25 lat na drodze niepodległości*. Olsztyn: Zakład Poligraficzny UWM w Olsztynie, 2017. 357 s.
2. Вільчинський О. Літературні твори на шпальтах «Тернополя вечірнього» в контексті трансформації видання в період суспільних змін 1990-1991 рр. *Humanities and Social Sciences*. Budapes: Készült a Rózsadomb Contact Kft nyomdájában. 93 s.
3. Тернопіль вечірній. 1990. № 1-35.
4. Тернопіль вечірній. 1991. № 4-82.

**FEATURES OF THE VERBALIZATION
OF THE IDEA OF STATEHOOD IN THE MASS MEDIA TEXT
(ON THE MATERIAL OF THE «TERNOPIL VECHIRNIY» NEWSPAPER
IN THE PERIOD OF SOCIAL CHANGE 1990-1991)**

Oleksandr Vilchynskiy

*Ternopil National Pedagogical University,
2 Maxyma Kryvonosa str., 46027, Ternopil, Ukraine
e-mail: vilchik2008@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-8369-1692>*

In this article, we tracked the peculiarities of the verbalization of the idea of statehood in mass-media text on the material of the newspaper «Ternopil Vechirniy» during the period of social changes of 1990-1991, which look like an evolutionary process, which, however, is not lacking of certain contradictions and drama. The changes in some territories and in some spheres of social life, which began in the Soviet Union in the second half of the 1980s, in connection with the «Perestroika» announced by the then General Secretary of the CPSU Central Committee, Gorbachev, in 1990-1991, started gaining uncontrolled by Communist Party character. Baltic republic, Transcaucasia, Moldova and Ukraine, especially its three western regions, Ivano-Frankivsk, Lviv and Ternopil, belonged to these territories along with the Baltic and Transcaucasian republics.

The democratic movement in Western Ukraine, including in the Ternopil region, since 1989, and especially in 1990-1991, was increasingly gaining national color. It couldn't help being reflected in the print media of the time. This period in the history of the «Ternopil Vechirniy» in particular as well as of the Western Ukrainian press in general can be divided into three stages of transformation: thematic, external transformation and intra-transformation, where each previous stage should be considered as the basis for the next. This continuity has ensured that in just a few years the Ternopil press succeeded in successful overcoming the complete dependence on the Communist Party's dictates and achieving the true freedom of speech that our press still enjoys today. Verbalization of the idea of statehood was, on the one hand, a reflection of social changes in mass-media texts, and on the other hand, one of the driving forces.

Key words: verbalization, statehood, independence, decomunization, transformation.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 183–191 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10000>

УДК 070:82-92

ЖАНРОВІ МОДЕЛІ МІСЦЕВИХ ГАЗЕТ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАНЬ ДНІПРА ТА ХАРКОВА)

Валерій Дрешпак

*Університет митної справи та фінансів
вул. В. Вернадського, 2/4, 49000, Дніпро, Україна
e-mail: profil@ua.fm
<https://orcid.org/0000-0001-9802-3769>*

В статті розглянуто умови формування жанрових моделей місцевих газет України. Подано авторську інтерпретацію поняття «жанрова модель газети». На матеріалі моніторингу місцевих газет Дніпра та Харкова розроблено та здійснено порівняння їх жанрових моделей. Встановлено наявність регіональних особливостей жанрових моделей газет.

Ключові слова: жанр, газета, жанрова модель, жанрова структура засобів масової інформації, жанрологія.

Жанрова структура газет тривалий час є об'єктом наукових досліджень як з позицій лінгвістики, де об'єктом вивчення є насамперед власне текст, так і у контексті розвідок із соціальних комунікацій, коли проблематика жанру розглядається через призму всього комунікативного процесу, включно з діяльністю автора та читача. Проте ця тема не перестає бути актуальною для вивчення з огляду на високу динаміку змін як у творчому інструментарії журналістів, так і в запитах аудиторії, а також у тому всьому наборі чинників, що зумовлюють трансформацію жанрової палітри сучасних газет.

Як наголошено М. Василенком, зміни в жанроутворенні виникають у результаті творчого пошуку окремих індивідів, закріплюються на рівні колективної свідомості і, як передовий досвід, реалізуються в практиці видавничої діяльності редакцій друкованих ЗМІ, набуваючи специфічних характеристик у різних редакціях, а також і регіонах, де розповсюджується конкретне видання [2, с. 8]. Порівняльне вивчення сучасної місцевої преси дійсно підтверджує наявність таких специфічних характеристик і визначає потребу з'ясувати характер жанрових моделей сучасних місцевих газет України.

Отриманий результат, на наш погляд, дозволить привернути увагу журналістів-практиків до питання про пошук чи розроблення найбільш оптимальної жанрової моделі їх видання з огляду на низку факторів конкретного регіонального медіа-ландшафту. У цьому аспекті погодимося з бразильськими авторами Х. М. де Мело та Ф. де Ассі [12], на думку яких дослідження журналістських жанрів і форматів

повинні мати прикладний характер. І якщо вивчення жанрів науковцями зазвичай стосується саме вивчення текстових аспектів, то у практичному сенсі більш важливим є розуміння власне форм подання матеріалу з урахуванням аудиторії та її національної специфіки.

Також вивчення жанрових моделей місцевих газет дозволяє серед іншого подолати наявні проблеми узгодження новітніх підходів до технології творчої роботи, подання інформації, способів оформлення думки, яку прагнуть донести до цільової аудиторії, власне з можливостями і потребами читачів, а також ключовими функціями засобів масової інформації.

Протягом останнього часу дослідження у галузі вивчення жанрів журналістики набули нового розвитку. Основними напрямками цих пошуків стало переосмислення класичної жанрології, поглиблене дослідження окремих жанрів, виявлення нових тенденцій щодо трансформації системи жанрів журналістики. У цьому руслі слід виокремити здобутки таких науковців як С. Белькова, О. Бикова, М. Василенко, М. Голік, О. Дяченко, В. Здоровега, В. Иванов, Н. Клименко, В. Лопатіна, І. Михайлин, Л. Риженко, В. Різун, С. Шебеліст, Л. Шутяк, інших авторів. Разом з тим зберігається актуальність розробок щодо моделювання жанрової структури місцевої газети за умов, що змінюються.

Метою статті є розробка та порівняння жанрових моделей газет з місцевою сферою розповсюдження міст Дніпро та Харків. Для досягнення цієї мети поставлено такі **завдання**:

- окреслити методологічні підходи щодо сутності жанрової моделі газети та факторів, які її обумовлюють;
- побудувати та порівняти жанрові моделі місцевих газет Дніпра та Харкова;
- виявити, наскільки ці моделі репрезентують основні функції засобів масової інформації.

Модель як спрощене відображення найбільш суттєвих параметрів певного явища чи процесу допомагає не лише глибше пізнати, спрогнозувати розгортання тощо цих явищ і процесів, але й може слугувати певним взірцем для подальшої мультиплікації певної моделі, визнаної за зразкову. Під час дослідження жанрів засобів масової інформації дослідники оперують термінами «жанрова система», «жанрова структура», «жанрова палітра». Поняття «жанрова модель газети» вживають для опису як графічного оформлення видання, так і його змістовного наповнення. Тому доцільно уточнити, що в цьому дослідженні під поняттям «жанрова модель газети» будемо розуміти певну структуровану у відносно сталій протягом окремого відрізка часу пропорції сукупність журналістських жанрів, у яких створено матеріали цього видання. Тобто, на відміну від жанрової палітри як простої сукупності жанрів, що зазвичай використовуються виданням, жанрову модель газети розглядатимемо як певну цілісну систему, що має власну структуру та функції. До основних функцій цієї моделі можемо віднести: конструювання образу газети, структурування матеріалів за формою та змістом, репрезентації видання аудиторії, формування та збереження певної творчої культури редакції. Шляхом дослідження жанрової моделі можна не лише охарактеризувати зміст газети, але й специфіку організації творчого процесу в її редакції, особливості аудиторії видання, ступінь спроможності видання до реалізації певних медійних функцій тощо.

Жанрова модель газети формується під впливом багатьох факторів. Так, О. Голік зазначає, що серед основних чинників, які безпосередньо відбиваються на жанровживанні газетно-журнальної періодики, виділяють політичну систему країни, інтенсивність і динамічність політичних процесів, ринкові умови існування преси; розвиток Інтернет, зарубіжних ЗМІ, суміжних із журналістикою сфер людської діяльності, взаємодію мас-медіа між собою, загальний культурний рівень аудиторії, професійну підготовку та майстерність журналістів [4, с. 11]. Проте, надзвичайно слухним також є акцент М. Василенка на тому, що жанроутворення в пресі є реакцією на об'єктивні явища соціально-економічної дійсності, реалії змін у суспільній свідомості та на суб'єктивні чинники в процесі журналістської творчості, пов'язані з індивідуальною діяльністю журналіста і редакційного колективу в цілому [2, с. 8]. З огляду на це зауваження підкреслимо, що жанрова модель може розглядатися як результат відповідної редакційної політики і зрештою є штучним утворенням, що може змінюватися не лише природнім шляхом, але й у результаті певних управлінських дій з боку редактора, журналістського колективу, власне читачів та інших суб'єктів медійного простору. Тобто, можна припустити, що як умовно внутрішні (суб'єктивні) фактори, так і фактори зовнішні (більшою мірою об'єктивні), які в дещо різних соціокультурних та економічних умовах окремих українських регіонів будуть відмінними, матимуть різний вплив на формування або вибір певної жанрової моделі місцевої газети.

Внаслідок зазначених впливів відбуваються постійні зміни жанрових моделей газет, що були виявлені у спеціальних дослідженнях за цією тематикою. Зокрема основними тенденціями сучасного жанротворення у друкованих ЗМІ за О. Голік [4, с. 11] є: 1) перебудова традиційної типологічної структури жанрів, стирання жанрових кордонів, зміна пріоритетів у живанні жанрових зразків (тобто, зміна власне жанрів як базових компонентів жанрових моделей); 2) встановлення сталого арсеналу жанрів для конкретного видання (саме цей процес, на наш погляд, і є центральним для формування жанрових моделей); 3) запозичення із суміжних сфер творчої діяльності нових методів збору та опрацювання інформації, які трансформуються у самостійні форми публіцистичних матеріалів (цей процес можна означити як перманентна трансформація жанрових моделей).

Емпірична частина дослідження, результати якого подані в цій статті, ґрунтується на раніше не опублікованих первинних матеріалах моніторингу місцевої преси, що здійснювався Інститутом демократії ім. Пилипа Орлика (ІДПО) [6] за власною методикою у межах медійного проекту «У-Медіа» Інтерньюз за підтримки USAID. Метою цього дослідження зокрема було вивчення змісту та якості регіонального медійного контенту. Автор статті особисто як експерт цього проекту брав участь у безпосередньому моніторингу видань міста Дніпро та перехресному моніторингу видань міст-партнерів (зокрема Харкова). Для опрацювання відібрано результати досліджень, проведених протягом 2017 – 2018 років, коли було здійснено 6 хвиль моніторингу, зокрема, вивчалися газети, які вийшли протягом певного тижня у лютому, травні, серпні, листопаді 2017 року та протягом лютого і червня 2018 року.

Так, у кожному з регіонів, де реалізовували проект, було досліджено по чотири газети, які мають суспільно-політичне спрямування, вміщують на своїх шпальтах місцеві та загальнонаціональні новини. У кожному з видань проаналізували усі матеріали, крім телепрограм і таких, що були марковані як реклама. Серед завдань

проекту було виявлення глибини висвітлення життя регіонів України місцевими виданнями, зокрема ступінь використання журналістами тих чи інших жанрів. У ході моніторингу експерти мали віднести публікації, які аналізувалися, до одного з таких жанрів: авторська колонка чи колонка редактора, кореспонденція, стаття, журналістське розслідування, інтерв'ю, інформаційні жанри (заметка, звіт, репортаж), прес-релізи (офіційні звіти), рецензія, художньо-публіцистичні жанри (нарис, життєва історія, фейлетон), листи до редакції, інше.

Оскільки існує багато підходів щодо виокремлення жанрів журналістики, про що зауважували й автори спеціальних досліджень з цього питання [1; 4; 8; 9; 10; 12], припускаємо, що наведений перелік може бути дискусійним. Тому варто додати деякі коментарі.

Авторська (редакторська) колонка як жанр набуває нині популярності в Україні. Авторська колонка зближується зі стилістикою та прийомами «нового журналізму». І як зазначає його дослідниця Л. Шутяк, сьогодні в Україні авторська колонка – одна з найактуальніших журналістських форм, яка оперативної й повноцінно віддзеркалює процеси, що відбуваються в інформаційному просторі. За її даними, кожне друге паперове й онлайн-видання як загальноукраїнського, так і регіонального масштабу має авторську колонку. Це стосується якісної суспільно-політичної преси та масових ЗМІ [11, с. 85–86]. Як зауважує Н. Клименко, завдяки легкому і доступному есеїстичному стилю колумністика користується значним попитом у соціально активного, мислячого читача та впливає на формування громадської думки [7, с. 192]. У цілому авторська колонка – це унікальний жанр, що може виявлятися чи/та містити елементи есею, мемуарів, щоденника, проблемної статті тощо [11, с. 103]. Звернення авторів газети до жанру авторської колонки, добір відповідного авторитетного пулу авторів-колумністів може свідчити про високий статус місцевого видання, наявність власної позиції з суспільно-значущих питань, намагання і здатність впливати на життя суспільства, реалізуючи тим самим зокрема просвітницьку функцію мас-медіа.

Як окремий аналітичний жанр останнім часом розглядають і журналістське розслідування, що є одночасно і жанром, і творчим методом, який «відкриває шлях до декількох жанрів: кореспонденції, проблемного нарису, статті» [8, с. 182–183]. За висновком М. Василенка, розслідувальна (інвестигативна) журналістика фактично є логічним розвитком жанру репортажу-розслідування, аналітичної статті з репортажними елементами [2, с. 9]. Таким чином, під час моніторингу перед експертами часом поставало складне завдання виокремлення журналістського розслідування з-поміж інших жанрів, тому до уваги бралися не лише жанрові ознаки матеріалу, але й мета автора – розкрити насамперед приховані суть, причини, обставини певного явища чи події (зазвичай негативного характеру).

Наступне зауваження слід зробити щодо прес-релізів та офіційних звітів, що відокремлені у переліку для моніторингу. Це зроблено з метою не скільки виявити жанрові особливості видань, стільки з'ясувати підходи редакції щодо подання інформації аудиторії. Прес-релізи та звіти нині відносять до найбільш поширених жанрів медіапублікацій, зокрема таку думку має німецький журналіст і медіадослідник Г. Гіссен [3, с. 48–56]. Проте, публікація прес-релізу чи офіційного звіту як матеріалів, підготовлених не редакцією, а працівниками певних прес-служб свідчить про відповідну редакційну політику. У низці видань прес-релізи чи офіційні звіти не

публікують принципово, проте можуть на їх основі підготувати власний матеріал. У зв'язку з цим експерти ІДПО неодноразово акцентували на такій ваді сучасних регіональних медіа як «прес-релізм» – некритичне масове використання прес-релізів як основного джерела власних повідомлень [6].

Листи до редакції як класичний донедавна жанр «матеріалізації» на сторінках преси «голосу народу» з розвитком сучасних інформаційно-комунікаційних технологій видозмінюється. Натомість приходять інші форми комунікації редакції з аудиторією. Зокрема листи на електронну пошту часто стають приводом для авторських публікацій, консультацій фахівців тощо. Разом з тим, О. Тертичний, дотримуючись класичного погляду на типологію жанрових форм, лист відносить до аналітичних жанрів преси [10]. М. Василенко також звертає увагу на те, що з періодом усвідомлення і критичної оцінки масовою свідомістю соціальних катаклізмів пов'язаний розвиток аналітичних жанрів, серед яких він називає огляди листів [2, с. 10]. У нашому дослідженні листи до редакції, звернення читачів виокремлювалися перш за все як форма зворотного зв'язку. Можливо, саме з таким функціональним навантаженням листи до редакції і слід розглядати у структурі жанрової моделі місцевої газети.

З метою окреслення певних жанрових моделей місцевих газет ми спиралися на результати моніторингу дніпровських і харківських видань. Головною підставою для такого вибору стали подібні медіа-ландшафти цих регіонів, близькі соціокультурні й економічні умови функціонування місцевої преси, тісні взаємозв'язки між містами та інші фактори, які вказували на високий ступінь схожості зовнішніх умов, у яких працюють редакції місцевих газет.

У Дніпрі як об'єкт моніторингу було обрано газети: «Зоря», «Наше місто», «Днепр вечерний», «Горожанин». Було досліджено 1380 публікацій (переважно газети, що аналізувалися, – тижневики і у середньому в кожному номері – 46 публікацій). Жанрова палітра цих газет виявилася такою: авторська (редакторська) колонка – 56 публікацій (4%), кореспонденція – 48 (2,4%), стаття – 87 (6,3%), журналістське розслідування – 11 (0,8%), інтерв'ю – 39 (2,8%), матеріали таких інформаційних жанрів, як замітка, звіт, репортаж – 532 (38,5%), офіційний звіт (прес-реліз) – 32 (2,3%), рецензій – 12 (0,87%), матеріали художньо-публіцистичних жанрів – 48 (3,5%), листи до редакції – 58 (4,2%), матеріали іншого жанрового спрямування – 459 публікацій (33%).

Наведені результати моніторингу дозволяють змодельовати умовну дніпровську газету у розрізі набору жанрів так: 16 заміток (часто побудованих на матеріалах прес-служб чи повідомленнях інформагентств), 2 звіти чи репортажі, 1 прес-реліз чи офіційний звіт (матеріал прес-служби органу публічної влади або організації, підприємства), 3 статті, 1–2 кореспонденції, 1–2 інтерв'ю, 2 публікації у жанрі авторської (редакторської) колонки, рідко (1 раз на 3 номери) – журналістське розслідування або рецензія, 1–2 нариси, або життєві історії, 2 листи читачів, інше, а це – 15 публікацій (третина усіх матеріалів!), – матеріали, які, власне, не є журналістськими творами – гороскопи, літературні твори, «поради для дому, для сім'ї», «клуб знайомств», «цікавинки», кросворди, анекдоти, прогноз погоди, дитяча сторінка, анонси тощо. Тобто, дніпровські видання з урахуванням їх жанрових пріоритетів здебільшого є інформаційно-розважальними. Відповідно, їх матеріали інформаційних та аналітичних жанрів складають орієнтовно 65% від усіх публікацій. На наш погляд, достатньо близькою до описаної моделі є газета «Днепр вечерний», модель якої, втім, більшою

мірою є інформаційно-пізнавальною. Так, протягом тривалого часу газета публікує великі за обсягом добірки пізнавальних матеріалів у форматі «брошура в газеті» в рубриці «Бібліотечка ДВ».

У Харкові досліджувалися матеріали газет: «Время», «Слобідський край», «Вечерний Харьков», «Харьковские известия». За окреслений період було опрацьовано 1699 публікацій у цих виданнях (зазначені газети виходять двічі-тричі на тиждень і кожен випуск вміщує у середньому 26 матеріалів). З них за жанром до авторських колонок віднесено лише 4 матеріали, кореспонденцій – 151 (8,8%), статей – 136 (8%), журналістських розслідувань – 14 (0,82%), інтерв'ю – 43 (2,5%), інших інформаційних жанрів – 749 (44%), офіційних звітів (прес-релізів) – 200 (11,8%), рецензій – 24 (1,4%), художньо-публіцистичних жанрів – 42 (2,5%), листи до редакції – 9 (0,5%), інші публікації – 328 матеріалів (13,23%).

З огляду на отримані результати моніторингу «модельна» газета Харкова має таку жанрову структуру: 9–10 матеріалів – це замітки, 1 чи 2 звіти (репортажі), 3 повідомлення – прес-релізи чи офіційні звіти здебільшого місцевих органів публічної влади, 2 кореспонденції, 2 статті, 1 інтерв'ю, 1 публікація у жанрі нарису чи життєвої історії або рецензії (як правило стосується певної мистецької події) і 5 публікацій, які не можна віднести до названих вище жанрів. Дуже рідко до цього набору може додаватися журналістське розслідування, або лист читача, або авторська колонка. Відтак, жанрова модель газет Харкова є переважно інформаційно-аналітичною, де близько 85% матеріалів можна віднести до інформаційних та аналітичних жанрових груп. За нашими оцінками, до такої моделі найбільш наближена за своєю жанровою структурою харківська газета «Время» (зокрема, вона публікує журналістські розслідування, статті), інші ж видання мають власні особливі жанрові моделі, але близькі за сутністю до описаної.

Таким чином, здійснений аналіз продемонстрував, що за схожих зовнішніх умов редакції газет у сусідніх областях тяжіють до різних жанрових моделей. Отримані результати можемо також порівняти з узагальненими висновками експертів ІДПО, які здійснювали моніторинг в Одесі [6], і аналізували публікації газет: «Чорноморські новини», «Вечерняя Одесса», «Одесская правда», «Курьер недели». У результаті було встановлено, що домінуючими у цих виданнях є інформаційні жанри (близько 60%), навіть попри те, що газети, які досліджувалися, не є щоденними. Матеріали аналітичних жанрів (кореспонденції, статті) зустрічаються рідше (їх здебільшого близько 7% від загальної кількості). Також експерти постійно вказували на відсутність таких матеріалів як журналістські розслідування, авторські колонки. Дуже рідко в одеських газетах вміщувалися інтерв'ю, рецензії, листи читачів. Тобто, маємо ознаки іншої регіональної жанрової моделі місцевої газети, де, серед іншого, фактор частотності виходу газети не є значущим.

Подібну до «одеської» моделі було описано М. Дяченко у її дисертаційному дослідженні преси запорізького регіону. Було встановлено, що від серпня 1991 р. зменшилася площа, яку займали художньо-публіцистичні жанри (на час дослідження становила 12,3%); жанрам аналітичної групи належало 22,8% газетної площі; 64,9% – інформаційні жанри. На початку XXI ст. в усіх виданнях помітною стала тенденція до зниження площі публікацій художньо-публіцистичних жанрів, особливо нарисів, фейлетонів; виявлено зникнення памфлетів зі шпальт регіональної преси [5, с. 16–17]. Відтак, маємо підтвердження окремих тенденцій (переважання

інформаційних жанрів, скорочення художньо-публіцистичних) і одночасно демонстрацію певної регіональної унікальності жанрової моделі місцевих газет, що, очевидно, викликано впливом не лише об'єктивних, а й суб'єктивних факторів (журналістські школи, традиції, редакційна політика тощо).

Висновки. Жанрову модель газети доцільно розглядати як певну цілісну систему, що має власну структуру та функції, зокрема такі як конструювання образу газети, структурування матеріалів за формою та змістом, репрезентації видання аудиторії, формування та збереження творчої культури редакції. Поняття «жанрова модель газети» інтерпретовано як певну структуровану у відносно сталій протягом окремого відрізка часу пропорції сукупність журналістських жанрів, у яких створено матеріали цього видання.

Порівняльний аналіз жанрових моделей місцевих газет Дніпра та Харкова продемонстрував наявність регіональних відмінностей щодо жанрової палітри видань, які виходять у подібних за характеристиками медіа-просторах. Це свідчить про необхідність подальшого більш ґрунтовного вивчення суб'єктивних факторів, які впливають на вибір тієї чи іншої моделі.

Домінуючі жанрові моделі місцевих газет Дніпра та Харкова є переважно інформаційними, проте дніпровські газети доповнюють цей складник розважально-пізнавальним компонентом, харківські – аналітичним. Порівняння отриманих результатів з висновками інших дослідників щодо жанрової структури місцевих видань в інших регіонах України засвідчило як наявність спільних тенденцій, так і висвітлило справді регіональні особливості вибору жанрових моделей. У межах одного регіону також використовується декілька близьких за структурою і змістом жанрових моделей.

Подальші дослідження за спорідненою тематикою, на наш погляд, доцільно провести з метою виявлення жанрових моделей місцевих газет, що найбільш ефективні за певних економічних умов, а також для встановлення ступеня впливу аудиторії видання на вибір тієї чи іншої моделі.

REFERENCES

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол.н.; 10.01.08 – журналістика / Василенко Микита Кімович. Київ, 2007. 36 с.
3. Гиссен Г.В. Медиаадекватное публицирование. Содержание, концепция публикаций и презентаций / Ганс В. Гиссен; пер с нем. С.С. Димитров. Х. : Гуманитарный Центр, 2012. 248 с.
4. Голік О. В. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості / Голік Оксана Василівна : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій; 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Київ, 2009. 20 с.
5. Дяченко М. Д. Преса запорізького регіону другої половини ХХ ст. – початку ХХІ ст.: типологія, характеристика, жанрові домінанти : автореф. дис. на здо-

- буття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій; 27.00.04 – теорія та історія журналістики / Дяченко Марія Дмитрівна. Запоріжжя, 2010. 20 с.
6. Інститут демократії імені Пилипа Орлика: Звіти. – Режим доступу : <http://idpo.org.ua/reports>
 7. Клименко Н. Жанрово-стильові репрезентації політичного контенту в текстах української періодики / Наталя Клименко // *Стиль і текст*. 2013. Вип.14. С. 184–193.
 8. Лопатіна В. Розтікання жанрів в українській пресі / В. Лопатіна // *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2012. Вип. 33. С. 181–187.
 9. Риженко Л. М. Видозміни жанрових моделей друкованих ЗМІ / Л. М. Риженко // *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. №1 (25). С. 122–125.
 10. Тертычный А. Жанры периодической печати : учеб. пособ. / А. А. Тертычный. М. : Аспект Пресс, 2000. 312 с.
 11. Шутяк Л. М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стилістичні ознаки / Шутяк Лілія Мар'янівна : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій; 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дніпро, 2015. 216 с.
 12. Melo de J. M., Assis de F. Journalistic genres and formats: a classification model // *Intercom RBCC. São Paulo*, 2016. v.39, n.1. pp. 39–54.

GENRE MODELS OF LOCAL NEWSPAPERS IN UKRAINE (ON THE EXAMPLE OF DNIPRO AND KHARKIV EDITIONS)

Valerii Dreshpak

University of Customs and Finance

2/4, V. Vernadsky Str., 49000, Dnipro, Ukraine

e-mail: profil@ua.fm

<https://orcid.org/0000-0001-9802-3769>

The article examines the conditions of the formation and the structure of genre models in local newspapers of Ukraine on the example of the editions of Dnipro and Kharkiv. The author's interpretation of the concept of «genre model of the newspaper» is given as a certain structure of the journalistic genres in which the materials of this publication are structured in a relatively stable way during a separate period of time. The author of the article, in contrast to the concept of «genre palette» as a simple set of genres commonly used by the publication, considers the genre model of the newspaper as a certain integral system that has its own structure and functions.

The author considers the main functions of the genre model of the newspaper: designing the image of the newspaper, structuring the materials in form and content, representing the publication of the audience, forming and preserving a certain creative culture of the editorial staff. The genre model of the newspaper characterizes not only the content of the newspaper, but also the specifics of the organization of the creative process in its editorial, the features of the audience of the publication, the degree of the ability of the publication to implement certain media functions, etc. On the basis of the monitoring of local newspapers of Dnipro and Kharkiv, a comparison of their genre models was made. The regional differences of the genre palette of editions, which are derived from similar characteristics of media spaces, close socio-cultural and economic conditions, are established. Dominant genre models of local newspapers of the Dnipro and Kharkiv is predominantly informational, but Dnipro's newspapers complement this component with an entertaining and informative component, and Kharkiv's – analytical. It is demonstrated that the most typical local editions according to the genre model are the «Dnepr Vecherniy» (Dnipro) and «Vremya» (Kharkiv). In general, within the same region, several close by the structure and content of genre models of local newspapers are used.

Key words: genre, newspaper, genre model, genre structure of mass media, genrology.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 192–199 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10001>

УДК 070:81'

МОВА ВОРОЖНЕЧІ В РЕГІОНАХ: СУЧАСНІ НАДБАННЯ В ОДЕСЬКИХ МЕДІА

Тетяна Кузнєцова

Національний університет «Одеська юридична академія»

Фонтанська дорога, 23, 65009, Одеса, Україна

e-mail: arnautova.tv@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4635-0922>

Стаття присвячена проблемі вияву мови ворожнечі в сучасних українських ЗМІ. Зокрема, в роботі представлено результати проведеного протягом 2016-2018 рр. моніторингу одеських мас-медіа, що демонструє основні тенденції вияву мови ворожнечі. Встановлено, що основними об'єктами ненависті в одеських мас-медіа є українсько-російські відносини, представники етнічних та національних груп, мешканці окремих регіонів та окремі соціальні групи.

«Найпотужнішим» об'єктом за інтенсивністю вияву ворожнечі за аналізований період стали представники етнічних та національних груп. За нашими даними, стосовно цих груп журналісти припускаються використання некоректних характеристик, негативного контексту, необґрунтованої актуалізації приналежності людини до певної етнічної групи. Використані цитовані матеріали (без журналістського коментаря) містять не лише негативно-оцінні слова та вислови, а й відкриті погрози, заклики до знищення, що й призводить до розпалювання міжнаціональної ворожнечі та ненависті. У деяких матеріалах простежується емоційне посилення контексту шляхом використання некоректних найменувань та негативних оцінок.

Ключові слова: мова ворожнечі, мас-медіа, дискурс ненависті, дискримінація.

У нинішній ситуації однією з активно обговорюваних і поряд з цим однозначно не вирішеною є проблема «мови ворожнечі». І справа навіть не в тому, що на сьогодні ще немає однозначно прийнятого визначення цього явища. Сьогодні активно ведуться дискусії стосовно того, чи варто себе поводити етично зі своїм ворогом, тим більше в ситуації реальної війни. Хоча, з іншого боку, виникають питання: а чи завжди ця ворожнеча справді стосується нашого ворога? А чи не породжуємо ми самі собі нових ворогів, необізнано користуючись мовою, порушуючи норми і стандарти журналістики?

Поняття «мова ворожнечі» запозичене лінгвістами із соціології. У 1960-х рр. зарубіжні соціологи дійшли висновку, що для підтримки стабільного балансу в суспільстві потрібен постійний моніторинг мови політики і суспільно відкритих каналів комунікації з метою виявлення агресії. Цей напрямок соціального регулювання

здебільшого залежав від успіхів соціопсихотерапії, яка досліджувала питання зв'язку між рівнем особистої тривоги та соціальною агресивністю, яка стала розглядатися як щось украй небезпечне та небажане. Комунікативні дослідження цього явища активно розпочалися в Європі та США з кінця 90-х рр. минулого століття, коли предметом уваги багатьох науковців була проблема дискурсу нерівності. У 1997-1998 рр. голландський учений Т. ван Дейк разом з дослідником із Віденського університету Р. Водак, працюючи над проектом «Racism at the top» («Расизм у верхах»), показали, як дискурс відтворює основні соціальні уявлення про «інших», «чужих» у суспільно-політичному контексті. У статті «Мас-медіа сьогодні: дискурси домінування або дискурси різноманітності» Т. ван Дейк акцентує увагу на ідеологічних змінах і ролі ЗМК у цьому процесі, виявляючи основні трансформації в політичних і медійних дискурсах, наголошуючи на породженні настроїв страху, тривоги, скептицизму в суспільстві [2]. У пострадянському просторі науковці зверталися передусім до лінгвістичних досліджень мовленнєвої агресії, у ході яких виявили сутнісні ознаки цього явища, з'ясували причини його появи, визначили основні різновиди (див., наприклад, праці: [4; 7; 12]). Українські дослідники порівняно недавно розпочали дослідження «мови ворожнечі», звертаючи увагу передусім на специфіку її вияву в медіатекстах (див., наприклад: [3; 6; 8; 9; 10; 11]).

Аналізуючи явище мови ворожнечі, науковці та медіа-експерти, як правило, послуговуються визначенням, поданим у Рекомендаціях Комітету міністрів Ради Європи № 97(20)59, де зазначається, що «мова ворожнечі» – це всі види висловлювань котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів. У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, які спрямовані проти якоїсь однієї особи або якоїсь визначеної групи осіб [1].

Об'єктом для ненависті, агресії та ворожнечі, зазвичай, є соціокультурна група, яка належить до інших – національностей, етнічних груп, релігій, партій, орієнтацій тощо. Зрозуміло, сила та діапазон вияву цих одиниць можуть бути зумовлені багатьма чинниками, серед яких значну роль сьогодні відіграє соціокультурний контекст, соціокультурний простір і навіть час.

Згідно з оцінкою незалежних громадських організацій, які здійснюють моніторинг інформаційного простору, практика використання «мови ворожнечі» суб'єктами української інформаційної сфери залишається порівняно низькою. Зокрема, за підсумками контент-аналізу, здійсненого у серпні 2015 р. експертами українського об'єднання «Центр контент-аналізу», встановлено, що рівень використання «мови ворожнечі» в українських медіа не є високим (1,7% від кількості повідомлень на тему Донбасу, Криму та Росії [3]. Проте мова ворожнечі знаходить свій вияв не лише стосовно українсько-російських відносин, а й стосовно багатьох соціокультурних груп, про що свідчить проведений нами моніторинг українських медіа південного регіону.

Зокрема з метою визначення специфіки вияву мови ворожнечі у сучасному інформаційному просторі південного регіону України нами було проведено моніторинг матеріалів популярних онлайн-видань міста Одеси («Таймер», «УСИ Одеса»,

«Odessit», «048», «Думская») за період з 1 червня 2016 року до 1 червня 2018 року. У рамках цього моніторингу у фокусі нашої уваги були такі групи:

- особи за статевою ознакою;
- представники різних релігійних течій;
- мігранти/біженці;
- внутрішньо переміщені особи;
- представники різних етнічних груп;
- представники різних соціальних груп.

У ході аналізу встановлено, що сьогодні основними об'єктами ненависті в одеських мас-медіа є українсько-російські відносини, представники етнічних та національних груп, мешканці окремих регіонів та окремі соціальні групи.

«Найпотужнішим» об'єктом за інтенсивністю вияву ворожнечі за аналізований період стали представники етнічних та національних груп. Одним з найрезонансних випадків міжетнічної пропаганди стала антиромська інформаційна кампанія у серпні-вересні 2016 р. після трагічного інциденту в селі Лощинівка Ізмаїльського району Одеської області.

До проявів мови ворожнечі в даному випадку можна віднести публічні заяви офіційних посадових осіб, зокрема коментарі чинного на той час голови Одеської облдержадміністрації М. Саакашвілі; рішення органів місцевої влади, що публічно зайняли позицію захисту тих, хто здійснив самосуд над ромською спільнотою; прямі дії (формування пікетів, протестних груп) членів окремих суспільно-політичних рухів радикального спрямування. Низка загальнонаціональних та регіональних медіа («Українська правда», ICTV, «Бесарабія.inform», «Одеса.деро» та ін.), висвітлюючи цей інцидент, дотримувались позиції прихованого або відкритого співчуття учасникам погрому, поширювали неперевірену інформацію, оперуючи не фактами, а стереотипами щодо однієї сторони протистояння (вказували на приналежність підозрюваного до ромської національності та посилались на неперевірену інформацію щодо наявності в селі наркопритону, організованого місцевою ромською спільнотою) (дет. див.: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/mova-8ele2.pdf>).

Журналісти в матеріалах відкрито вказували національність підозрюваного (у багатьох випадках без рішення суду прямо називали його вбивцею та гвалтівником), використовували образливе та стереотипне «циган», протиставляли ромську громаду місцевим жителям чи іншим національностям тощо. Порівняйте: *«Цыганские банды терроризируют Николаев, а правоохранители бездействуют. Жители ромской национальности, с тихого согласия правоохранителей, превратили один из микрорайонов нашего города в рассадник преступности. Именно в микрорайоне Ялты Заводского района г.Николаева цыганская преступная группировка на протяжении многих лет держит в страхе местное население (...) Цыгане охватили практически все виды преступной деятельности: наркоторговля, воровство, мошенничество, торговля людьми, грабежи и т.д. Криминогенная обстановка в микрорайоне растет, а преступления, совершаемые цыганами, становятся все более дерзкими и жестокими»* (<http://podrobnosti.mk.ua/2016/03/22/cyganskie-bandy-terroriziruyut-nikolaev-a-pravoohraniteli-bezdeystvuyut.html>); *«Протистояння в селі Лощинівка триває: жителі формують загони самооборони»* (<http://azov.press/ukr/protistoyannya-v-seli-loschinivka-triva-zhiteli-formuyuyut-zagonisamooboroni>); *«В селі на Одещині вбили дитину: громада влаштувала погроми, вимагає виселити ромів»*

(<http://www.pravda.com.ua/news/2016/08/28/7118910/15>); «Вбивство 9-річної дитини в Лоцинівці: завтра за циганами прийдуть вантажівки» (<http://fakty.ictv.ua/ua/proisshestvija/20160828-1593013/16>); «В Лоцинівці, де вбили дівчинку, знаходиться наркопритон» (<http://odesa.depo.ua/ukr/odesa/v-loshchinivtsi-de-vbili-divchinku-znahoditsya-narkopriton--29082016094300>).

Щодо інших випадків використання мови ворожнечі стосовно етнічних груп в одеських медіа, то можемо виділити випадки, як правило, м'якої мови ворожнечі, що виявлялася через негативно-оцінні характеристики, «ворожі» ярлики, недоцільне використання назв національної та етнічної приналежності, що й сприяло створенню стереотипного образу національних меншин як ворога. Ця тенденція найчастіше простежується в матеріалах, в яких висвітлюються проблеми криміналу, ДТП: журналісти часто невмотивовано зазначають національність підозрюваних у здійсненні того чи іншого злочину або учасників надзвичайної події. Крім того мають місце використання в матеріалах найменувань етнічної групи з ярликами «бандити», «вбивці» до прийняття судового рішення. Порівняйте: «Сотрудники полиции задержали членов банды похитителей и вымогателей, состоящей из выходцев из Кавказского региона» (048. – 17.03.2018); «В Одесской области задержали румына с наркотиками» (Одесса онлайн. – 11.02.2018), «В Одессе патриоты задержали путинских молдован» (048. – 20.05.2017); «В СБУ нашли новых врагов Украины: одесских болгар, гагузов, русинов и венгров» (Таймер. – 17.03.2017); «Стрельба возле одесского суда: полиция разыскивает банду грузин» (Таймер. – 1.12.2016); «В одесском аэропорту задержали турка, подозреваемого в терроризме» (УСИ. – 5.12.2016).

Як бачимо, у текстовому просторі створені журналістами образи «своїх» та «чужих» національностей і етнічних груп перебувають в опозиції. При цьому спрацьовує стереотип сприйняття «чужого» передусім як загрози для «своїх». Занурюючи назву національності чи етнічної групи в негативний контекст, стверджуючи про її кримінальність до судового рішення, журналіст тим самим створює їх негативний образ, позиціонує як джерело кримінальної загрози, а це, у свою чергу, призводить до дискредитації групи в цілому.

У ході моніторингу поряд з необґрунтованою актуалізацією приналежності людини до певної етнічної групи, також зафіксовано випадки використання некоректних одиниць й стосовно окремих соціальних груп. Зокрема, в окремих текстах має місце лексема «нелегали» замість більш коректного і рекомендованого міжнародними правозахисними організаціями «мігранти без документів». Порівняйте: «В Одессе обнаружили тридцать азиатов-нелегалов» (Таймер. – 28.03.2017), «В Коблево задержали 12 нелегалов» (Таймер. – 29.06.2017), «Одесская область: на границе с Молдовой задержали нелегальных мигрантов и их проводника» (Думская. – 1.01.2017).

Стійка тенденція використання некоректних лексичних одиниць простежується й стосовно осіб, які не мають житла: замість нейтральної назви «особи без місця проживання» журналісти використовують некоректне найменування «бомжі». Поряд з цим журналісти не лише подають некоректну назву цієї соціальної групи, а й активно занурюють її в негативний контекст, позиціонують групу як джерело загроз, що сприяє стійкості сформованому негативного образу та негативного стереотипу щодо цих людей. Наприклад: «Неизвестные бомжеватого вида оседлали одесский трамвай» (048. – 3.02.2018), «Парк Горького закроют из-за скопления бомжей, хулиганов, алкоголиков» (УСИ Одесса. – 8.07.2017), «Одесситы боятся хо-

дить по парку Шевченко из-за бомжей» (Таймер. – 17.06.2017), *«В парке Шевченко в 200-х метрах от здания администрации парка живут и гадят бомжи»* (Таймер. – 17.06.2017).

У ході проведеного моніторингу була виявлена тенденція й щодо порушення стандартів у гендерній тематиці, які можна умовно розділити на дві групи: формування/підтримка гендерних стереотипів та використання некоректної лексики щодо жінок. За нашими даними, у мас-медійних матеріалах, героями/експертами яких є жінки, автори допускають презентацію жінки як сексуального об'єкта, підкреслюють її більш низький рівень інтелектуальних здібностей, заперечують ділові якості жінки-політика тощо. Наприклад, ось як презентовано в одному журналістському матеріалі депутата Надію Савченко: *«Взирая на статную, с хорошо развитыми формами красавицу, представил себе, как тягостно было современникам настоящей Жанны наблюдать за уходом в небытие такого классного тела»; «Что до арестованной барышни, будем надеяться, у нас с ней еще всё впереди»; «Что ж, иногда слова важнее дел, как это случилось с нашими «можновладцами», услышавшими из уст красавицы всё, что они хотели о себе услышать, и даже немножечко больше»* (Херсонці. – 25.03.2018). В іншому матеріалі журналіст допускає принизливі характеристики жінки-слідчої: *«Одесса: пьяная следовательница устроила ДТП, а потом показала «стрептизм»* (Таймер. – 1.08.2018).

Найактивніше некоректна та образлива лексика в аналізованих медіа стосувалася представників ЛГБТ. Найпоширенішими порушеннями виявилися трансляція і тиражування негативних стереотипів про ЛГБТ, позиціонування групи як джерела загрози, ствердження про неповноцінність та моральні недоліки, як-от: *«Священники окропили центр Одессы святой водой после гей-парада»* (Таймер. – 18.08.2018), *«Одесские «свободовцы» оещают сорвать гей-парад без насилия»* (Таймер. – 12.08.2018).

Некоректне ставлення подекуди траплялося й стосовно людей з обмеженими можливостями, яких у мас-медіа називають інвалідами (замість більш коректного і рекомендованого міжнародними правозахисними організаціями «люди з обмеженими можливостями»), як-от: *«Владелец кафе в Лузановке перекрыл инвалидам доступ на пляж»* (Таймер. – 12.07.2017), *«На 11 станции Фонтана появится современный пляж для людей с инвалидностью»* (Таймер. – 15.02.2018).

Щодо українсько-російських відносин як джерела мови ворожнечі, то в одеських ЗМІ найактивніше дискурс ненависті стосовно стосунків України-Росії проявлявся у мас-медійних матеріалах у травні, що зумовлено передусім подіями в Одесі 2 травня 2015 року. Саме в цей час з'являється найбільша кількість матеріалів, в яких висвітлюються проблеми «сепаратизму», які привертають увагу читача досить агресивними заголовковими комплексами, що, у свою чергу, сприяє концентрації негативно-оцінного потенціалу всього мас-медійного матеріалу. Використання «ворожих» мовних одиниць у сильних позиціях тексту не лише свідчить про активізацію маніпулятивних технологій (наприклад, привернення уваги читачів до матеріалу), а й залякування та нагнітання загрози, посилення образу ворога тощо. Порівняйте: *«В Одессе на Куликовом поле будут вычислять сепаратистов и «ватников»* (048. – 1.05.2017), *«В Одессе у коллаборационистов проводят обыски»* (048. – 2.05.2017), *«В Одессе на сепаратистском автомобиле задержали избитых «ватников»* (048. – 9.05.2017), *«Одесский «майдановец» перепуган: в городе живут толпы «ватников»,*

ждути свого часу!» (Таймер. – 9.05.2017), «Под Одессой 9 мая обернулось в «ватный» шабаш» (<https://www.048.ua/news/1647550>).

Найчастіше «мова ворожнечі» стосовно українсько-російських відносин має місце у цитованих журналістами матеріалах, що вирізняються різко вираженим негативно-оцінним потенціалом. Порівняйте: «... проклятый Донбасс, это раковая опухоль Украины (Таймер. – 31.01.2017), «Майдановка» из Краматорска: если в Николаеве поднимут голову, мочите их лопатой (Таймер. – 7.12.2016), «А что касается предателей: чтоб вы сдохли! Горите вы все в аду! Пусть к каждому из вас придёт злодей, ограбит и убьёт!» (Таймер. – 27.02.2017).

Як бачимо, цитовані матеріали містять не лише негативно-оцінні слова та вислови, а й відкриті погрози, заклики до знищення, що й призводить до розпалювання міжнаціональної ворожнечі та ненависті. У деяких матеріалах простежується емоційне посилення контексту шляхом використання негативних оцінок при характеристиці Донбасу, використання принципу переносу з часткового на загальне, внаслідок чого пересічний споживач інформації може сприйняти: «все, що має відношення до Донбасу, – це зло». Поряд з цим журналісти часто не дають жодних коментарів, які б дозволили визначити розмежування між позицією автора та героя матеріалу.

Окрему групу щодо вияву мови ворожнечі становлять українські військослужбовці, які брали участь у військових діях у Донецькому регіоні: деякі журналісти подають негативні матеріали стосовно цих осіб, називаючи їх «атошниками», занурюючи ці номінанти в негативний контекст й тим самим створюючи про цих людей негативні стереотипи. Порівняйте: «В Генштабе заявили, что убитый «атошником» в Киеве повар одесского ресторана сам виноват» (Таймер. – 23.02.2018), «Полиция: «атошники» убили семью кума Януковича» (Таймер. – 15.02.2018); «Пьяный «атошник» из Ровно пугал жену гранатой – пришлось эвакуировать весь дом» (Таймер. – 7.05.2018).

Отже, говорячи в цілому про сучасні тенденції вияву «мови ворожнечі» в одеських мас-медіа, можна визнати, з одного боку, порівняно обмежений діапазон вияву риторики ненависті, про що засвідчує незначний перелік її об'єктів (це передусім українсько-російські відносини, національні та етнічні групи, окремі соціальні групи). Поряд з цим фіксуємо досить активне вживання окремих негативно-оцінних одиниць, невмотивоване використання некоректних висловів стосовно соціокультурних груп, що й створює сприятливі умови для легітимізації «мови ворожнечі». Активне тиражування таких матеріалів може призводити до формування стійких негативних стереотипів, а також породження нової агресії та ненависті. Адже відомо, мова завжди діє та впливає швидше, аніж ми це помічаємо. Чим більш виразна негативно оцінна характеристика, тим краще вона фіксується у нашій свідомості. Звичка ненавидіти існує довше, аніж толерантність чи вміння розуміти. А «мова ворожнечі» не лише породжує агресію та злість, а й може підштовхувати до відповідних агресивних дій.

І хоча вербальна агресія в сучасному світі оцінюється суспільною свідомістю як менш небезпечна, ніж агресія фізична, однак відомо, що саме вона є першим кроком на шляху агресії фізичної. Тому сьогодні як ніколи дуже актуальним для кожного журналіста є відомий вислів: «Преса – це всі новини світу, але не школа злослів'я» [11, 20].

REFERENCES

1. Recommendation NO. R (97) 20 Of the Committee of Ministers to member states on «hate speech». URL: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680505d5b>
2. van Dijk T.A. The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? // Journal of the European Institute for Communication and Cultural. 1995. Vol. 2. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13183222.1995.11008592>
3. Дослідження «Практика використання «мови ворожнечі» (hate speech) українськими ЗМІ» [Електронний ресурс] // osvita.mediasapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/doslidzhennya_praktika_vikoristannya_movi_vorozhnechi_hat_e_speech_ukrainskimi_zmi/
4. Какорина Е. В. Стилистический облик оппозиционной прессы / Е. В. Какорина // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / В. Л. Воронцова [и др.] ; РАН, Институт русского языка. М. : Языки русской культуры, 1996. С. 409-426.
5. Кронгауз М. Язык мой – враг мой? [Электронный ресурс] / М. Кронгауз // Новый мир. 2002. № 10. Режим доступа : <http://www.classes.ru/ru.philology/krongauz-02.htm>
6. Кузнєцова Т. В. «Мова ворожнечі» в друкованих ЗМІ (на матеріалі преси Сумщини) / Т. В. Кузнєцова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2008. № 3 (142). С. 79-85.
7. Купина Н. А. Тоталитарный язык : словарь и речевые реакции / Н. А. Купина. Екатеринбург, Пермь : Изд-во Урал. ун-та, 1995. 448 с.
8. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи: Проект «Без кордонів» ГО «Центр «Соціальна дія», К., 2015. – Режим доступу: http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/guidelines_hatespeech_media.pdf
9. Мова ворожнечі у ЗМІ: якою вона буває та до чого призводить (інфографіка) / Інститут масової інформації, 2014. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/advice/mova-vorojnechi-u-zmi-yakoju-ona-buvae-ta-do-chogo-prizvodit-infografika/>
10. Мова ворожнечі: які висловлювання не можна поширювати в ЗМІ? / Центр демократії та верховенства права, 2017. – Режим доступу: <http://cedem.org.ua/consultations/mova-vorozhnechi-yaki-vyslovlyuvannya-ne-mozhna-poshyruvaty-v-zmi/>
11. Прихода Я. Зломова у газетному тексті, або наслідки свободи називання зла / Я. Прихода, Н. Станкевич // Медіа-атака : матеріали Міжнародної конференції «Медіаосвіта як частина громадянської освіти». Львів : Західноукраїнський медіа-центр «Нова журналістика», 2002. С. 28-31.
12. Рускевич К. Риторика ненависті. – Режим доступу: <http://liva.com.ua/ritorika-nenavisti.html>
13. Чічановський А. А. Світ інформації: особистість, суспільство, держава / А. А. Чічановський, В. І. Шкляр. К. ; М. : Вид-во «Слов'янський діалог», 1995. 52 с.

THE HATE SPEECH IN THE REGIONS: THE MODERN «ACHIEVEMENTS» IN THE ODESSA MEDIA

Tetiana Kuznietsova

National University «Odesa Academy of Law»

st. Fontanskaya road 2, 65009, Odesa, Ukraine

e-mail: arnautova.tv@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4635-0922>

The article is devoted to the problem of hate speech spreading by modern mass media. In particular, the work presents the results of the monitoring of Odessa mass media, which will demonstrate the main trends in the revealing of hate speech. It has established that the main objects of the hatred in the Odessa mass media are Ukrainian-Russian relations, representatives of ethnic and national groups, residents of separate regions and separate social groups. Representatives of ethnic and national groups became «the strongest» object in terms of intensifying hate during the analyzed period. According to our data, regarding these groups, journalists are expected to use incorrect characteristics, negative context, unreasonable reference of belonging to a certain ethnic group. The used cited materials (without a journalistic commentary) contain not only negative-evaluative words and expressions, but also open threats, which can appeal for destruction, which leads to incitement in international hostility and hatred.

In the text space journalists created images of «their» and «unfamiliar» nationalities and ethnic groups, which are turned to be in opposition. At the same time, the stereotype of the perception of «unfamiliar» works first of all as a threat to «their». Imposing the name of a nationality or an ethnic group in a negative context, claiming, for example, its criminal prosecution, the journalist thus creates a negative image, posing as a source of a criminal threat, which in turn leads to discrediting the group as a whole. Some materials trace the emotional enhancement of the context by using incorrect names and negative evaluations concerning separate socio-cultural groups. The revealed quoted materials contain not only negative-evaluative characteristics, but also open threats, calls for destruction, which leads to incitement of ethnic hatred. Active replication of these materials may contribute to the formation of stable negative stereotypes, which may generate new aggression and hatred.

Key words: hate speech, mass media, discourse of hatred, discrimination.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 200–207 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10002>

УДК 070:341.6](477+73)“20”

NEW FORMS OF INVESTIGATIVE JOURNALISM IN THE XXI CENTURY: WHAT TO EXPECT SOON

Oleksandr Yaroshchuk

National University of Kyiv-Mohyla Academy

2 Skovorody str., 04070, Kyiv, Ukraine

e-mail: oleksandr.yaroshchuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6040-8292>

The article deals with the history, definition, challenges, and possibilities of investigative journalism. The attention is focused on the problems, challenges, and the future developments in investigative journalism worldwide and, in particular in Ukraine, that determine this genre in media systems today. Based on the analysis of recent articles and in-depth interviews with the journalists, it shows how the practice of investigative journalism has changed and what could be the future trends in the genre.

It pays a particular attention to the recent developments in investigative journalism and discusses why they can provide a fruitful ground for the new renaissance of the genre.

Key words: investigative journalism, new forms, trends, Ukraine, U.S. journalism.

Introduction.

The challenges and future of investigative journalism (hereinafter – IJ) have been widely discussed by the scholars in the West. For instance, former journalist Brad Houston describes the transformation challenges of the American press, H. de Burgh outlines both the history of IJ and its current status quo. In Ukraine, the attention to this genre of journalism by the researchers is still weak, notwithstanding the fact that the number of investigative stories has increased since the Revolution of Dignity. Nevertheless, a few important studies may be outlined here. For instance, American journalist Cheryl Reed studied contemporary investigative journalism in Ukraine. Researchers O.Hlushko and V.Suschenko wrote about the definitions of IJ and its legal particularities.

The purpose of the article is to analyze last challenges and the recent developments in IJ, and to discuss the most important possible future trends.

The task of the article is to describe a range of new forms, that shape IJ over the last decade, and analyze possible future developments in the genre.

Results and Discussion. Investigative journalism has long been considered as one of the most important genres of journalism. Investigative journalists point out that investigation requires strong skills and knowledge that can be only gained after years of practice in media. Nevertheless, there is no clear, overarching and generally accepted

definition. Already several generations of scholars and media professionals took dozens, if not hundreds, attempts to find out the most applicable definition of this genre, but discussion continues.

One of the earliest definitions of IJ was formulated by Anderson and Benjaminson, who described it as a «sustained and systematic work of moral and legal transgressions, conducted by persons in positions of power» [1,]. It was emphasized that IJ requires more time and resources than ordinary journalism [2, 3-4].

Ettema and Glasser call investigative journalists «custodians of conscience» in the book named «Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue.» They added that IJ is an «adversary of officialdom» or, in another words, watchdogs [3].

It is also a reporting about «publicly relevant abuses that certain individuals and organizations want to remain secret» [4, 377]; it shows that something is wrong, based on a suspicion of wrongdoing, rather than simply reporting in a more passive and disinterested way [5, 114].

Kovach and Rosenstiel [6, 146-147] proposed one of the most overarching definitions:

Original investigative reporting involves tactics similar to the ones used by the police. It uncovers information not before gathered by others in order to inform the public of events or circumstances that might affect their lives. Interpretative (investigative) reporting develops as the result of careful thought and analysis of an idea as well as dogged pursuit of facts to bring together information in a new, more complete context that provides deeper public understanding. Reporting on investigations develops from the discovery or leak of information from an official investigation already underway or in preparation.

The three motivations that prompt journalists to do investigations are to expose injury and injustice, reveal information that would otherwise remain hidden and promoting reforms to correct a wrongdoing. It serves as a deterrent to democracies by exposing what remains hidden.

Taking everything into account, it is worthwhile to mention a definition formulated by the non-governmental organization «Investigative Reporters & Editors,» which is succinct in its nature and overwhelming. It defines it as a «reporting, through one's own initiative and work product, of matters of importance to readers, viewers or listeners. In many cases, the subjects of the reporting wish the matters under scrutiny to remain undisclosed.»

As a result, we should acknowledge that the nature of IJ is multifaceted: it involves original research that usually lasts for weeks, months, and even years; lot of data and analyses; it is expensive etc. [7,].

From Powerful Watchdog to What?

Without some brief historical considerations of the genre developments, it is impossible to discuss properly today's status quo and hypothesize over what might be the future of investigative journalism, particularly in Ukraine.

The origins of investigations in mass media could be traced to Renaissance England (to times even before the advent of the printing press). Author Doug Underwood believes that sixteenth-century religious reformers from England involved methods and approaches later adopted by the journalists. Most traits of their prophetic tradition, Underwood writes, such as «the spirit of righteousness, moralism, the purity of values, the call for spiritual and ethical renewal, and the fierce sense of corruption abounding everywhere, - areas typically found in today's best investigative reporters or crusading editors» [8,19-32].

Some scholar date IJ back to the year 1819. John Tyas, a Manchester correspondent for the Times, used investigative reporting techniques to report about the Peterloo Massacre, which happened in 1819. He was «one of the first who has gone out in search of information rather than merely writing up whatever falls into his lap» [5, 40].

The second spiral of development occurred in the 1850s due to the work of another the Times correspondent William Howard Russell, who reported about the Crimean War. He reported not only about what and when happened, but also about such issues as «inadequate preparations of the military, insufficient food and lack of shelter, situation on the fleet, the superiousness of French medical service, and the negligence and ignorance of British military command» [5, 39-40]. He reported about issues that are of public interest and that wanted to remain unknown.

Later British reporter W.T. Stead wrote investigations about fraud and corruption. Stead carried detailed preliminary research before going to the field, where he used undercover and other techniques to receive firsthand experience [5, 45]. These methods are still widely favored by the journalists. His investigations not only unveiled the negative sides of society but led to legislative changes. His stories had a powerful impact. For instance, after he published a story about child prostitution, the legislators adopted a law raising the age of consent to 16 years.

From the beginning of the XXth century and until the First World War, a group of American journalists engaged in IJ to uncover corruption and the deals of big businesses, the so-called trusts, and monopolies. One of the most famous investigators was Ida Tarbell, who wrote a series of investigations about the biggest oil company – Standard Oil – for McClure's magazine. Tarbell was a «leading muckraker of the progressive era ... and pioneered investigative journalism» [9, xiv]. «The History of Standard Oil,» which she published in 1904, brought about the dissolution of this monopoly and forced Congress to adopt an anti-trust law—the famous Clayton Antitrust Act.

The last important example is the famous Watergate scandal, which prompted first in-depth academic research of the field.

In the last decade of the XXth century, the situation has changed. Under pressure from a range of factors, mainly cultural, political, economic, and technological, and due to the loss of advertisement costs, IJ started to decline [10, 1900]. As a result, newspapers had to cut journalism jobs and to close investigative units. This had seriously hit the watchdog's role of the media.

New media owners, oriented at profit making, neglected costly IJ [11, 225]. In the last five to ten years, IJ's viability was questioned. The confidence in its capabilities was challenged by the growing number of disinformation and fake news. Digital technologies, social media, the spread of fakes have challenged IJ's function of providing the public with accurate and credible information.

Local reporting collapsed in the United States, and to a lesser extent in the United Kingdom. In Hungary, it has virtually been eliminated, explains journalist and author Dean Strakman. A quarter to a third of the newsroom workforce was eliminated, growing areas where there is no local news at all, the so-called «news deserts.» Local news used to be the backbone of fact-checking in the U.S., says Starkman, and the main source of investigating schools, city administration, police etc. The main reason is the migration of advertising to online, primarily to Facebook and Google [12].

In Hungary local news has been monopolized by the government friendly elites and are subsidized through a corrupt state ad-buying system. «The authoritarian FIDESZ government relies on rural support where news is entirely in pro-government hand,» says Starkman.

But still, there are some hopes. Theory of cyclical patterns, developed by the George Washington University scholar Mark Feldstein, may be a useful explanation. According to him, IJ has a cyclical nature: when a critical mass between supply and demand is reached it flourishes. The first one depends on new technologies and media competition, whereas the latter on public interests in the exposes [13].

Three New Models

Even though the number of investigative teams has decreased, and investments have been cut by the owners, it seems to be as viable as it has never been, especially in Ukraine. Even new technologies, which formerly posed a threat to its existence, provided a fruitful ground for new forms of investigative journalism and allowing journalists from different countries work independently and collaborative on transnational projects. In general, three new forms and trends, that determine the developments of the genre, might be distinguished.

The change of how investigative journalism is done was tremendous. First, while in the previous century investigations were mostly done in established traditional newsrooms by a pool of assigned staff journalists, today investigative journalists create independent non-profit organizations devoted specifically to implementing investigative techniques. In Ukraine, almost all investigative outlets are non-profit organizations. Second, these non-profits started to form regional and international alliances or consortiums. The level of collaboration increased. Third, there is a growing number of freelance, or independent investigative journalists, who may write stories for free, but usually, apply for grants from funds and other media organizations.

First, there is a growing number of investigations that are done by non-traditional independent not for profit outlets, created by teams of journalists. These organizations displace traditional newsrooms. Whilst in the previous century IJ was an estate of the traditional media companies, today it is created by detached outlets that receive funding either from funds, or through crowdfunding.

However, they lack the scale of traditional investigative newsrooms and do not have other sustainable sources of income, except for the mentioned above and some advertising [12].

Second is a collaboration. Digital technologies that undermined investigative journalism in the previous decade, gave new opportunities in this one. «Investigative journalism has crossed the borders,» writes Armenian journalist Kristine Aghalaryan [14], and it resulted in lower transaction costs for doing cross-border investigative projects. With new technology, investigative journalists could do investigations worldwide, in transnational teams, and distribute them in as many countries as necessary. Therefore, investigative journalism is no longer locked up in a single country, it is a multinational phenomenon. Today, the most influential investigations, like the Panama Papers, a leak of almost 11.5 mln documents and a network of 190 investigators [15], are done by international teams. This teams, moreover, include not only professional journalists, but also data scientists, experts, potential civil contributors and others [16, 29].

New digital technologies may play a democratizing role, writes Manuel Castells in his network communication theory. It became practically possible to link different levels

of data and people across the world to challenge established flows of information and to replace them with more open and democratic.

In a world of ever-increasing media manipulation by government and business, it is even more important for investigative journalists to use technology and connectivity to reveal hidden truths. Networked journalists are open, interactive and share the process. Instead of gatekeepers they are facilitators: the public become co-producers. Networked journalists 'are «medium agnostic» and «story-centric.» The process is faster, and the information sticks around longer [17, 147].

Investigative journalists unite into international teams on a permanent basis. Here we can mention two important organizations, namely OCCRP (the Organized Crime and Corruption Reporting Network), ICIJ (International Consortium of Investigative Journalism), GIJN (Global Investigative Journalism Network). OCCRP is an international consortium of investigative NGOs, media organizations and individual investigators, who work largely in Central and Eastern Europe, the Balkans, Central Asia, the Caucasus, and partially Central America. It is the only international investigative union specializing in reporting on organized crime and corruption. For instance, it investigated corruption in Russia—the Magnitsky act and money laundering schemes, the Russian Laundromat; worked on the Panama Papers; published stories on Milo Đukanović, a Montenegro President and Prime Minister. The International Consortium of Investigative Journalists includes 200 investigators, 100 media organizations from 70 countries. It reports on the following issues: cross-border crime, corruption, and the accountability of power. It reported about tobacco companies tax evasion, crime syndicates, cartels, lobbyists etc [18].

Recently a cross-border investigative project n-vestigate has been found by German foundation N-Ost to help journalists from Ukraine, Georgia, Moldova and Ukraine conduct cooperative, transnational research and strengthen investigative journalism culture in the region [19].

There are also organization, which provide support and assistance to investigators. A notable example is the Global Investigative Journalism Network, an association of investigative nonprofits, whose aim is to «support, promote and produce investigative journalism» [20].

Permanent collaborative projects are not the only option. More journalists start to form ad hoc, temporary projects with a purpose to investigate a single case or a person.

Third, today investigative journalism, which had previously required a lot of teamwork and large newsrooms as a source of specialized knowledge, can be exercised by individual journalists, or, as described by Brad Houston, «lone practitioners» [7, 47].

The demand from the public is also rising. Investigative journalism «may be entering a period of renaissance,» thinks David Boardman, an advisory board member for the Center for Investigative Reporting and ProPublica [7, 54]. Whereas because of the rapid increase in the number of untrue stories, or because of the lack of qualitative information, the public starts to realize the importance of investigative journalism.

Public attention towards investigations—the demand component—is extremely important for investigative outlets, since the efficiency of their exposes, the strength of their watchdog role is dependent upon the reaction of the public. No matter how powerful, revealing, and system-changing the results are, without a scrupulous attention from the public it is weak. The society, thinks the executive director of N-Ost Hanno Gundert, has

to react on the accusations with legal actions [14]. In any case, the public is an essential component of journalism overall.

Conclusion

The digital technologies, economic difficulties, political, cultural and other conditions, the advent of social media have had a powerful impact on investigative journalism and its forms. In the beginning, it was undermined by these changes, due to the growing number of nonprofessional outlets, blogs, the disappearance of the traditional press. The new flows of information replaced traditional ones, including investigative journalism as one of the most expansive genres of journalism in all respects. But over time investigative journalism was reshaped to comply with the new requirements. Traditional newsrooms were replaced by more flexible nonprofits. Competition between newsrooms was replaced by cooperation with national and international outlets. Whilst in the previous century the public was only a receiver of information, today it serves as a stories' supplier, as well as a co-producer. In contemporary conditions, Harold Lasswell's model of communication should be revised. Now communicators and the audience can play a different role. The audience can also serve the roles of communicator by producing its own messages. Social media and blogs are its primary medium. A lot of journalists work either independently or collaborate with others on an ad hoc basis. The primary sources of funding are grants and crowdsourcing.

The future of IJ is still unknown, but it is most likely that the current trends will remain valid. First, the role of data science will increase. Data collection will be easier and will take less time. As of today, researchers at Stanford University work on the new open code programs that will simplify research process. New datasets will be available for journalists. Second, IJ will focus on hyperlocal and international topics. The degree of collaboration between journalists from different countries will increase. Competitive newsrooms will have to join forces, use secure communications and sophisticated data analysis tools to produce international stories, such as the Panama papers. Third, new tools will become available to citizen journalists.

Investigative journalism will have to think about new forms of financing, since the one it has today is too unsure, and the commercial ad market will be foreclosed for the investigators. Public financing of IJ could be an answer, but it is the next step of development [12].

Artificial intelligence is also another step for IJ. OCCRP's founder Drew Sullivan believes investigative journalists must learn how to use automated systems like bots and deal more effectively with readers and viewers. IJ should provide more interactive experiences for readers, for instance some graphical interfaces, where readers can explore underlying data [21].

Sullivan concludes: «We need to reinvent investigative reporting in new and innovative ways.»

This article describes only a portion of the current and future trends in the IJ. Subsequent research should pay more attention to individual phenomena, such as application of artificial intelligence and interactive tools, as proposed by Sullivan, and public financing, as underlined by Starkman. It also has to look for similarities and differences in IJ across the world and explore individual media systems. Further research should also concentrate on how data science can improve IJ and play a positive role in safeguarding the watchdog role of the press.

REFERENCES

1. Anderson D. Investigative Reporting / D. Anderson, P. Benjaminson., 1976. 307 с.
2. Stetka V. Investigative journalism in Central and Eastern Europe: autonomy, business models, and democratic roles / V. Stetka, H. Ornebring. // *The International Journal of Press/Politics*. 2013. №18. С. 413-435.
3. Ettema J. Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue / J. Ettema, T. Glasser, T. Glasser., 1998. 233 с. (Columbia University Press).
4. Waisbord S. The challenges of investigative journalism / Silvio Waisbord. // *University of Miami Law Review*. 2002. №56. С. 377-395.
5. Burgh de H. Investigative journalism: second edition / Hugo Burgh de. London, 2008. (Routledge).
6. Kovach B. The elements of journalism / B. Kovach, T. Rosenstiel., 2007. 205 с.
7. Houston B. The future of investigative journalism / Brant Houston. // *Daedalus*. 2010. №139. С. 44-56.
8. Underwood D. From Yahweh to Yahoo!: The Religious Roots of the Secular Press / Doug Underwood., 2002. 368 с.
9. Weinberg S. A Journalism of Humanity: A Candid History of the World's First Journalism School / Steve Weinberg., 2008. 314 с. (University of Missouri).
10. Carson A. Understanding collaborative investigative journalism in a «post-truth» age / A. Carson, K. Farhall. // *Journalism Practice*. 2018. С. 1899-1911.
11. Curran J. Communication power. 2nd edition / James Curran. Oxford, 2002. 320 с. (Oxford University Press).
12. Email interview with Dean Starkman, February 1, 2019.
13. Feldstein M. A muckraking model: Investigative reporting cycles in American History [Електронний ресурс] / Mark Feldstein // *The International Journal of Press/Politics*. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/237383992_A_Muckraking_Model_Investigative_Reporting_Cycles_in_American_History
14. Aghalaryan K. Why investigative journalism can make a difference? Results of the n-vestigate discussion-panel in Odessa [Електронний ресурс] / Kristine Aghalaryan. – Режим доступу до ресурсу: https://www.cms.n-ost.org/files/uploads/Kristine_Aghalaryan.pdf
15. Future of investigative reporting focused on collaboration, big data technology, experts say at Stanford panel [Електронний ресурс] // Stanford. 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.stanford.edu/2016/07/11/future-investigative-reporting-focused-collaboration-big-data-technology-experts-say-stanford-panel/>
16. Lewis C. A Social Network Solution: How Investigative Reporting Got Back on Its Feet [Електронний ресурс] / Charles Lewis // *Columbia Journalism Review*. 2009. – Режим доступу до ресурсу: https://archives.cjr.org/feature/a_socialnetwork_solution_1.php
17. Beckett C. SuperMedia: Saving Journalism So it can save the world / Charlie Beckett., 2008.
18. International Consortium of Investigative Journalists [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.icij.org/about/#_ga=1.176642661.1198513972.1459891310

19. N-vestigate: Overview [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.n-ost.org/17-n-vestigate#>
20. Global Investigative Journalism Network: About Us [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://gijn.org/about/about-us/>
21. Email interview with Drew Sullivan, January 28, 2019.

НОВІ ФОРМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО РОЗСЛІДУВАННЯ У XXI СТОЛІТТІ: НАЙБЛИЖЧІ МАЙБУТНІ ВИКЛИКИ

Олександр Ярошук

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

вул. Григорія Сковороди, 2, 04655, Київ, Україна

e-mail: oleksandr.yaroshchuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6040-8292>

У статті розглянуто історію, виклики та можливості журналістики розслідувань як жанру журналістики. Акцентується увага на проблемах, викликах та майбутніх формах журналістських розслідувань у світі та в Україні. На основі аналізу останніх статей та експертних інтерв'ю з журналістами продемонстровано, як змінювалася журналістика розслідувань і які майбутні тенденції присутні в жанрі. У першій частині подано короткий аналіз визначень поняття «журналістика розслідувань» та аналіз основних етапів розвитку жанру, а саме з XVII ст. і до сьогодні.

У другій частині проаналізовано три основні форми журналістики розслідувань: колаборативна журналістика – об'єднання зусиль журналістів з різних видань та країн для роботи над однією темою (наприклад, справа Panama Papers), створення журналістських громадських організацій, які працюють над розслідуваннями завдяки зовнішньому фінансуванню та збільшення кількості незалежних журналістів-розслідувачів, які працюють самостійно над темами. Важливим поштовхом до розвитку журналістики розслідувань у світі та Україні є створення міжнародних організацій, таких як OCCRP, ICIJ тощо.

Також акцентовано увагу на змінах, які відбулися у журналістиці розслідувань за останні два десятиліття.

У третій частині на основі аналізу сучасних тенденцій та інтерв'ю з представниками міжнародних організацій журналістів-розслідувачів розглянуто майбутні особливості функціонування журналістики розслідувань. Серед останніх особливо важливими є нові форми фінансування журналістики розслідувань, наприклад публічне фінансування програм розслідувань суспільними телерадіокомпаніями. Також серед основних завдань є створення нових інтерактивних форм презентації розслідувань, які дозволять читачам заглибитися у процеси роботи над темою, мати доступ до всіх документів та брати активнішу участь у процесі викриття осіб та організацій, які вчиняють неправомірні дії. На важливу увагу заслуговує необхідність у майбутньому ширшого використання штучного інтелекту як для полегшення та прискорення роботи над розслідуваннями, але також і для вдосконалення самих розслідувальних методик.

Ключові слова: журналістика розслідувань, нові форми, тренди, Україна, журналістика розслідувань США.

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 208–217 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10003>

УДК 070.448:654.1]:316.77](410)“19”

ПУБЛІЦИСТИКА У РАДІОЕФІРІ: ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ КНИГИ КЛАЙВА СТЕЙПЛЗА ЛЬЮІСА «ПРОСТО ХРИСТИЯНСТВО»

Ірина Волошин

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: iryna.lazurkevych@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6070-1106>*

У статті здійснено спробу аналізу книги британського письменника, публіциста, вченого Клайва Стейплза Льюїса «Просто християнство» з позиції характеристики її як медіатексту, оскільки первинно він прозвучав в ефірі радіо BBC 1941 року.

Дослідження проводиться на основі опрацювання двох редакцій книги, зіставлення виражальних засобів, до яких вдається автор, мовно-стилістичного, змістового оформлення, а також аргументаційної складової. У матеріалі простежується адаптаційний шлях перетворення публіцистичного радіовиступу у друкований текст.

Автор статті обґрунтовує гіпотезу, що радійний тип викладу матеріалу, який зберігся у книжковому виданні, вплинув на характер аудиторії книги, спосіб сприйняття тексту та ефективність трансльованих ідей.

Ключові слова: радіопубліцистика, радійність, християнство, діалогічність тексту, інкультурація віри.

Серед багатой літературної, наукової та публіцистичної спадщини відомого британського мислителя, християнського апологета та вченого Клайва С. Льюїса його праця «Просто християнство» займає унікальну жанрову нішу, позаяк первинно дебютувала у форматі серії 15-хвилинних радіовиступів.

Тип засобу масової інформації, який став транслятором текстів, вочевидь, істотно вплинув на структуру тексту, форму подачі, мовно-стилістичний інструментарій автора та підбір аргументаційної бази. У своїй першій редакції як аудіоматеріал, він цілком закономірно підпадає під визначення радіопубліцистики, демонструючи характерні цьому жанру ознаки і підпорядковуючись законам усного публічного виступу.

© Волошин І., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – проф. Лось Й. Д.

Проте автор вирішує дати своєму «дітищу» друге життя і модифікує радіобесіди до формату книги – публіцистичного есею. У такому варіанті він здебільшого і відомий сучасним дослідникам та читачам. Водночас К.С. Льюїс свідомо вирішує максимально зберегти «радійність» свого тексту і відмовитись від цілковитої його адаптації відповідно до стандартів друкованого слова. У передмові до оновленого книжкового видання автор зізнається: «У друкованих версіях я подекуди доповнив сказане перед мікрофоном, але здебільшого залишив усе без змін» [1, 5]. У результаті цього експерименту народився унікальний твір – симбіоз жанрів і стилів, який поєднав у собі атрибути і ознаки аудіоматеріалу та друкованого тексту.

У цій статті ставимо собі за *мету* виявити і охарактеризувати основні аспекти і особливості досліджуваного тексту як унікального жанру на межі публіцистичного есею та радіобесіди, розкривши феномен позачасової актуальності книги і універсальності її адресата. Серед поставлених *завдань*: порівняльний аналіз першої та другої редакції книги; виокремлення мовно-стилістичних, риторичних засобів побудови тексту; аналіз аргументаційної бази; дослідження діалогічної природи книги.

Актуальність теми очевидна на тлі процесів конвергенції у ЗМІ, взаємоперетікання та модифікації класичних жанрів. Особливого значення дослідженню надає можливість застосування його результатів для формулювання методичних настанов з творення публіцистичних текстів для широкої аудиторії.

Новизна дослідження полягає в унікальності висунутої *гіпотези*, що медійна, точніше: радіоприрода книги «Просто християнство» створила т. зв. «додану вартість» тексту, лише зміцнивши його публіцистичну складову, чим і пояснюється феномен універсального адресата книги та її науково-популярний характер. «Просто християнство» здебільшого постає об'єктом дослідження літературознавчих, богословських та філософських студій. У цій статті вперше здійснено спробу дослідити медійні ресурси тексту.

Таким чином, для аналізу ми вдаватимемося до *праць* з теорії радіожурналістики, зокрема радіопубліцистики, а також теорії і методології класичної публіцистики, напрацювань бібліографів самого автора і дослідників його творчості.

Серед українських дослідників радіожурналістики чільне місце посідає проф. В. В. Лизанчук. Опираючись на напрацювання у цій науковій царині вчених діаспори О. Бочковського та С. Сірополка, В. Лизанчук обґрунтовує ідею про радіомовлення як «суспільний діалог», який ведеться з кожним слухачем окремо і одночасно з усією аудиторією, пропонує жанрову сітку та її детальну характеристику. Жанр радіопубліцистики і його визначальні риси ще досліджували І. Михайлин, В. Різун, В. Здоровега, російський вчений В. Захаров та ін. В наукове осмислення публіцистики як окремого особливого виду журналістської творчості зробили свій вклад Й. Лось, Т. Хоменко, М. Шлемкевич, М. Титаренко та ін.

Історія твору «Просто християнство» сягає 1941 року, коли у розпал Другої світової війни британський вчений, письменник, публіцист і моральний авторитет К. С. Льюїс 6 серпня о 19:45 в ефірі радіостанції BBC розпочав серію своїх радіобесід під назвою «Правильне і неправильне: ключ до розуміння всесвіту» [2]. Потреба слухачької аудиторії у дискусіях такого формату і тогочасні суспільно-політичні виклики спонукали письменника до регулярних ефірів впродовж трьох років. Ці виступи здобули шалену популярність, захопивши британців простотою викладу і злободенністю порушених питань, незважаючи на доволі метафізичну тему.

Друг письменника, а згодом і автор біографії, Джордж Саєрс пригадує, що якось увечері він був у пабі, де відпочивали солдати. Рівно о 7 год. 45 хв. бармен увімкнув радіоприймач зі словами: «Послухайте-но цього чоловіка. Він справді вартий уваги». Впродовж п'ятнадцяти хвилин у барі панувала тиша – з непідробною цікавістю усі солдати вслухалися у слова Клайва Льюїса [3, 36].

Після трьох років радіопрограм, які були поділені на 4 частини, К.С.Льюїс скомпонував їх у три брошури: «Бесіди в ефірі» (1942), «Християнська поведінка» (1943) і «За межею особистості» (1944). І тільки 1952 року автор дещо відредагував ці три тексти і видав єдиною книгою «Просто християнство», вдавшись до терміну релігійного мислителя XVII сторіччя Річарда Бакстера [4].

Таким чином, сьогодні читачеві доступні дві редакції книги. У нашому дослідженні ми проведемо порівняльний аналіз виражальних засобів, технік і прийомів, мовностилістичного оформлення текстів, характеру аргументації обох видань, щоб сформулювати основні принципи побудови публіцистичного матеріалу, який межує з науково-популярним текстом і уже майже впродовж семи десятиліть входить до переліку найвпливовіших книг XX сторіччя, довівши свою позачасову актуальність і універсальність викладу.

Радійність публіцистичного тексту: засоби, техніки і прийоми

К. С. Льюїс вдався до особливих способів адаптації та інкорпорації виражальних засобів радіо у друкованому тексті з метою збереження ефекту радіобесіди і досягнення однієї мети – залучення слухача/читача до спільного міркування-діалогу.

«Просто християнство» в оригінальному форматі балансує на межі жанрів радіовиступу і радіобесіди. «Радіовиступ – це короткий монолог авторитетної людини про соціально значущі, цікаві факти, події, явища суспільно-державного життя» [5, 361]. Радіобесіда ж набуває діалогічного забарвлення і має радше роз'яснювальний характер, оскільки покликана відповідати на запити суспільства [5, 405]. Ці запити у студії у формі питань може озвучувати ведучий, або ж сам експерт може коригувати свій виступ відповідно до питань слухачів, конкретного суспільно-політичного чи культурно-історичного контексту.

Так, виступи К.С.Льюїса в жанровій шкалі найбільше відповідають «монологічній радіобесіді» (І. Пенчук) [6], оскільки вступають у діалог не з ведучим програми, а безпосередньо із слухачською аудиторією.

Слід проаналізувати, який же арсенал виражальних засобів, способів впливу і переконання був у автора «Просто християнство» на етапі виходу в ефір радіопрограми і чи, втративши значну частину цього інструментарію під час написання книги, письменнику все ж вдалося знайти для них текстові відповідники.

Теоретики радіожурналістики традиційно виокремлюють такі виражальні мовні засоби радіо: темп мови; сила звуку; висота тону; тембр голосу та інтонація [7, 109]. Окрім того, радіотекст будується в основному за законами усного мовлення, що відображається на стилістиці, лексичному підборі та синтаксисі. Відомо, що лише 20% інформації передається через семантику слів під час усного мовлення, 80% припадає на тембр голосу, інтонацію, емоційне навантаження, які супроводжують наше мовлення. «Якраз властивості усного мовлення (інтонацію, тембр голосу, темп і мелодіку висловлювання) й використовує радіо, домагаючись особливої ви-

разності й переконливості своїх повідомлень, використовуючи прийоми риторики, усного слова як емоційний аргумент у своїх доказах» [8, 94].

У передмові до друкованого видання книги 1952 року К.С.Льюїс пише: «На радіо, як на мене, треба по змозі говорити так, як говориш за звичних обставин, по-справжньому, а не так, ніби читаєш у голос есей. Тож у своїх передачах я вживав усі ті скорочення і розмовні слівця, які зазвичай уживаю в розмові. Цей підхід відтворено і у друкованій версії» [1, 5]. У першому виданні книги Льюїс вирішив прокалькувати усний виступ, виділивши слова і словосполучення, які несли особливе емоційне навантаження у радіоефірі, курсивом. «Я виділив курсивом ті слова, які раніше виокремлював за допомогою інтонації» [1: 5]. Проте у другій редакції автор просить вибачення за таке «схрещення мистецтва говорити з мистецтвом писати», називаючи такий експеримент покручем. «Той, хто говорить, використовує для наголошування певних слів інтонацію цілком невимушено і природньо; тому ж, хто пише, вдаватися з тією самою метою до курсиву не слід, адже він має свої, інакші засоби для виділення ключових слів, тож ними нехай і користується. У цьому виданні я майже повсюди відмовився від курсиву, трохи переробивши натомість речення, де той траплявся» [1: 5].

Порівняймо вживання курсиву як письмового замітника інтонаційних акцентів в усному мовленні зі способом стилістичної і синтаксичної модифікації тексту у другому виданні як, своєю чергою, замітника курсиву.

Так, ілюструючи на прикладі сварки між двома людьми необхідність існування вищого закону правильності речей, у першому виданні книги К.С.Льюїс пише: «Так виглядає, наче дві сторони мають на думці такий собі Закон чи Правило чесної гри або ж гідної поведінки і моралі, чи як би вам не заманилося це назвати, стосовно якого вони погоджуються. І так і є. Якщо б не мали, вони могли б, звичайно, битися, як тварини, але вони не могли б *сваритися* у людському розумінні слова» [9, 10]. У цьому уривку слово «сваритися» К.С.Льюїс виділяє курсивом, що спонукає читача особливо його наголошувати, наближаючись до манери подачі самого автора під час радіоефіри. Нова редакція твору забирає курсив і подає фрагмент у такому формулюванні: «...Якби це було не так, вони могли б, звісно, побитися між собою, ніби тварини, але сваритися в людському розумінні цього слова не зуміли б» [1: 17]. Бачимо, що лексична і синтаксична структура речення практично не змінені, проте відсутність курсиву дає читачеві більшу свободу інтерпретацій тексту, знімаючи наголос з конкретного слова.

Ще один приклад читаємо далі. «Ти, мабуть, *хочеш* бути у безпеці значно сильніше, ніж бажаєш допомогти тому, хто тоне...» [9, 15]. Нова редакція тексту дещо модифікує це речення: «Бажання бути у безпеці, ймовірно, значно сильніше за бажання допомогти людині, яка тоне...» [1, 23]. Така зміна, по-перше набагато виразніше, ніж у першому прикладі, зміщує сутнісні і змістові акценти. По-друге, помітно, наскільки редагований варіант 1952 року ближчий за мовностилістичним і синтаксичним оформленням до законів письма, а не усного мовлення. Узагальнено-особове звертання «ти» поступається місцем безособовому формулюванню, яке звучить радше як визначення і характеристика «бажання», а не як конкретне звертання до слухача/читача.

Наступний приклад наведемо з останньої частини книги. «Це трактування розповідь тобі дуже *мало* про християнство і не матиме жодного *практичного* значення

взагалі» [10, 11]. Натомість варіант 1952 року подає паралельний текст: «Проте всієї правди про християнство таке трактування аж ніяк не розкриє і не має жодного практичного значення» [1, 156]. Знову помічаємо повну перебудову речення, а не лише зняття курсиву. Окрім інтонаційних змін, яке зазнало речення, після редакції воно набуло більш теоретичного характеру, втративши адресата, чію присутність у початковому формулюванні позначав займенник «тобі».

Якщо інтонаційні засоби вираження усного тексту на письмі автор намагався замінити курсивом, від чого згодом відмовився, то структурні особливості його виступу, синтаксис і архітектоніка тексту залишилися майже без змін.

Радіо як аудіальний засіб масової інформації диктує свої вимоги до матеріалів, які звучать в ефірі. На відміну від преси, яка допускає більшу складність мови і комплікацію речень, радіо схиляється до простішої подачі. «Тут історію можна розповісти тільки звуком, авторським текстом, інтерв'ю чи шумовими ефектами. Слухач не може повернутися й перечитати речення. Не допоможе йому й відео-картинка... Радіослухачі мають тільки одну нагоду почути, що ми їм скажемо. І ми маємо сказати це так, щоб вони зрозуміли одразу» [11].

К. С. Льюїс чітко усвідомлював цю особливість, тому будував свої виступи відповідно до вище перелічених вимог: лаконічно, стисло, конкретно, одне речення – одна думка. Деякі речення у редакції 1952 року зазнали об'єднання, проте здебільшого К.С.Льюїс залишив просту і лаконічну форму викладу, як от: «Зараз, сьогодні, цієї миті шанс зробити правильний вибір у нас ще є. Властиво, Бог і бариться, щоб дати нам цей шанс. Та вічно це не триватиме. Ми мусимо визначитися: так або ні» [1: 73]. Теоретично, усі ці чотири речення можна було б поєднати у багатокомпонентному складному, але К.С.Льюїс залишає формулювання без змін, забезпечуючи цим максимальну доступність тексту.

Радіоформат впливає і на структурну побудову твору. Оскільки кожна радіо-опрограма тривала 15 хвилин, книга у сучасному викладі також поділена на короткі розділи. Характерно, що у першій редакції книги автор залишив оригінальні вступні частини, у яких коротко підсумовував попередній ефір або ж анонсував нову бесіду. Так, 5 розділ книги видання 1942 року автор розпочинає словами: «Я закінчив минулого тижня на ідеї, що через Моральний Закон хтось або щось з того боку матеріального всевітту намагається до нас достукатися» [9: 29]. Попередній розділ К.С.Льюїс анонсував словами: «Дозвольте підсумувати, на якому ми зараз етапі» [9, 24].

Кінцевий варіант праці відходить лише від тих фрагментів тексту, які конкретно посилалися на «попередній радіоефір», «минулу програму» і схожі конструкції, які втратили свою релятивність, натомість зберігає вступні і заключні фрагменти, які систематизують і структурують працю.

Окремо слід розглянути характер аргументаційної бази, яка, вочевидь, також обумовлювалася «радійністю» тексту. Цю складову Льюїс залишає без змін у новій редакції книги, адже вона тісно переплетена зі змістовим наповненням, яке не зазнало жодних вагомих виправлень.

У найзагальнішій класифікації аргументів у журналістиці вчені поділяють їх на два типи – понятійно-логічні та емоційно-образні [12, 133]. До перших відносять фактологічні, наукові, юридичні та морально-етичні, а у другій групі виділяють образи художньої літератури та фольклору, публіцистичні образи та безпосередні емоційні оцінки.

У питанні аргументації книга «Просто християнство» К.С.Льюїса не дотримується чітких жанрових рекомендацій, які могли б бути продиктовані її характером, як от збірки радіобесід чи публіцистичного есею. Здавалось би, така метафізична, філософська чи навіть богословська тема вимагала відповідної доказової бази радше наукового характеру. Проте автор продемонстрував унікальний прийом максимальної універсалізації твору, наближення його до масового читача, у той же час не знівелювавши його змістову глибину і навіть наукову вартість.

Так, з усіх перелічених видів аргументації К.С.Льюїс не вдається ні до наукової чи юридичної, ні до образів художньої літератури та фольклору, що не менше дивує з огляду на те, що сам К.С.Льюїс був професором в галузі медієвістики та літературним критиком. Це оманливе, на перший погляд, спрощення дистилує текст книги від усього, що могло б звукати її аудиторію, спеціалізувати її, підірвати універсальність висловленого для розуміння широкою аудиторією.

Натомість публіцист подекуди вдається до фактологічних доказів і аргументів і дуже рясно використовує публіцистичні образи і емоційні оцінки. Центральною опорою для автора стає морально-етична аргументація [12, 130], яка, як і юридична, апелює до певних законів і аксіоматичних тверджень, з єдиною відмінністю у тому, що остання покладається на нерукотворні, понадлюдські і загальні моральні максими.

К.С.Льюїс також активно послуговується найефективнішим типом переконання – емоційно-образним. Його порівняння не метафізичні та абстрактні, а радше буденні і побутові. Він прирівнює моральний закон, чесноти і цінності до видимих предметів, однозначних явищ, візуалізує теоретизоване богослов'я.

Так, доводячи очевидність необхідності існування вищого і об'єктивного морального закону, К.С.Льюїс вдається до порівняння: «Не було б сенсу казати, що футболіст на полі вчинив порушення, якби не існувало певної згоди щодо правил, за якими грають футбол» [1: 17]. Паралель з відомим і однозначним твердженням, по-перше, гарантує, що ідея автора досягне максимально широкої аудиторії, а також спонукає останню набагато швидше погодитися з центральною думкою про те, що об'єктивний моральний закон таки існує.

Відповідаючи на потенційний закид, начебто моральний закон – це всього лише інстинкт чинити так чи інакше в певній ситуації, К.С.Льюїс порівнює моральний закон з нотним текстом, а природні інстинкти – з клавішами інструмента. Мораль диктує нам, як і написані ноти, який природний інстинкт буде правильно задіяти, а який – ні. Як і з виконанням музичного твору: певні клавіші треба натискати лише відповідно до того, як це диктує нотний текст, а не у хаотичному порядку [1, 23].

Ще один приклад такої аргументації прирівнює знання Бога і знання про Бога (богослов'я) до мандрівки берегом Атлантичного океану та, відповідно, розглядання і вивчення цього маршруту на карті [1, 155]. Характерно, що таке порівняння покликане роз'яснити глибокі філософські категорії, теологічні поняття, які вивчають у спеціалізованих навчальних закладах та піддають науковому аналізу. Автор книги мав вибір: піти шляхом складних теоретичних та емпіричних доводів, залучивши авторитет вчених, дослідників та спеціалізовану термінологію, або ж оформити свою ідею у коректно підібраний сильний візуальний образ, який здатен апелювати практично до 100% читачів.

Дослідники творчості письменника виділяють цей прийом як такий, що найбільше приваблював і навіть переконував аудиторію. «Льюїс вдавався до конкрет-

них візуальних образів, щоб переконати своїх читачів» [13]. Такий підбір аргументаційної і доказової бази великою мірою уможливив небачений успіх книги серед різних соціальних, національних і релігійних груп.

Отже, аналіз двох редакцій книги «Просто християнство» демонструє високий рівень «радійності» тексту: дещо більший у першому виданні, і злегка адаптований у другому. Навіть полишивши спроби зберегти інтонаційні акценти усної мови за допомогою курсиву, К.С.Льюїс все ж відстояв інші засоби, які вивели книгу у рейтинг найпопулярнішого читива ХХ ст..

По-перше, *мовно-стилістичне* оформлення тексту залишилося лаконічним, стислим і максимально наближеним до невимушеної усної бесіди. Автор притримувався «неформального тону» [1, 5], нейтральної лексики і простого викладу.

По-друге, *чітка структура* радіоматеріалу збереглася і в друкованому виданні з мінімальними корективами за загальною схемою «вступ – постановка проблеми – аргументація – висновки».

По-третє, *аргументаційний характер та доказова база* книги гарантує її універсальність, позачасову актуальність як публіцистичного твору, а також політичну, соціальну і навіть конфесійну нейтральність, що сприяє залученню максимальної аудиторії.

«Просто християнство» як зразок публіцистичного способу «інкультурації віри»

Незважаючи на те, що остання редакція радіобесід вийшла у форматі книги з певними правками, будучи адаптованою до вимог друкованого слова, первинний стиль викладу залишився незмінним. Він уможливив твердження про те, що К.С.Льюїс здійснив спробу «інкультурації віри», за визначенням папи Франциска. «Йдеться не про глибоко інтелектуальне, ускладнене, а раціонально викладену концепцію віри. Льюїс дав приклад інкультурації універсальної істини у простір і час. Простота в тому, щоб зробити віру зрозумілою для його сучасників. І ця простота не в банальності, а в доступності», – твердить о. Андрій Зелінський [14]. Цього вдалося досягнути завдяки «перекладацькому» стилю тексту та його діалогічності.

По-перше, письменник створив публіцистичний есей науково-популярного зразка, здійснивши «перекладацьку» місію журналіста, про яку говорить Ришард Капусцінський [15: 18]. Письменник, журналіст, публіцист – це перекладач з культури на культуру, це інтерпретатор смислів; той, хто наближає дійсність до читача, хто пояснює невідоме через відомі величини.

К.С.Льюїс «переклав» богослов'я на мову пересічної людини, «приземлив» метафізику і вписав високі моральні максими у зрозумілу систему координат щоденного життя, тим самим актуалізувавши вічні духовні питання навіть для найзапеклішого скептика і прагматика. Автор книги як «публічний інтелектуал» [16] вивів у публічний дискурс теми, які зазвичай залишають для вузької аудиторії, пояснивши богослов'я і віру так, як науково-популярні матеріали роз'яснюють медицину, астрономію, економіку для нефакхівців.

«Він радше говорив як початківець, – твердить дослідник творчості К.С.Льюїса Джордж Мендерс, – який лиш нещодавно навернувся у християнство і знає деякі труднощі, з якими доводиться боротися тим, хто ще лише на шляху... Інакше ка-

жучи, він говорив як аматор, новенький у цій сфері» [3, 39]. «Його манера – ключ до успіху: вона відверта, часто проста і чітко адресована до тих, хто володіє дуже незначним (або й не володіє жодним) знанням про релігію» [13].

Така манера проводить читача від незнання до знання, полегшуючи інтелектуальну навігацію у царині віри і релігії. Таким чином Льюїс виконує місію мостобудівника, прокладаючи короткий шлях до розуміння, який був би під силу кожному охочому ним скористатися.

З цієї функції провідника випливає ще одна характеристика тексту – діалогічність. Проф. В. Здоровега перелічував три дійові особи діалогу-суперечки чи діалогу-доводу: пропонент, який відстоює позицію, опонент – який піддає її сумніву, аудиторія – колективний суб'єкт, якому адресоване повідомлення [12: 123]. На перший погляд, у книзі «Просто християнство» відсутній опонент, проте якщо дослідити детальніше, стає зрозуміло, що функцію опонента також виконував автор. К.С.Льюїс не втрапив у пастку диктативного монологу, егоцентричного викладу власної позиції без огляду на те, що бажає почути читач, сказати б мовою економіки, не вивчивши попиту на продукт. Його судження і логіка викладу завжди поверталися до того, що б могло цікавити потенційного читача, у чому він би міг засумніватися, який контраргумент навести. Відтак автор творив так зване «паралельне мислення», як це явище описав проф. В. Лизанчук [5: 406], говорячи про вимоги до жанру радіобесіди. Суть цього прийому полягає у вмінні залучити радіослухачів (читачів) до співтворення думок. Автор досягає своєї мети, створивши ефект співпереживання, коли слухач одночасно з ним опиняється перед проблемою, і вони разом на основі їм обом відомих фактів доходять до певних висновків.

Серед параметрів діалогічності тексту [17, 24] книга «Просто християнство», за допомогою різних риторичних фігур та стилістичних зворотів, демонструє такі:

- *персоніфікованість*. Автор не приховує свою суб'єктивну позицію, всіляко формулюючи власну оцінку тих чи інших явищ, у той же час не презентуючи її як універсальну істину. Численні зауваги автора про те, що він «не експерт», конструкції «я гадаю», «на мою думку» [1: 63], «я не надто розумію, чому... але...» [1: 69] переводять його у ранг співрозмовника, а не пропагандиста.
- *адресованість твору*. К.С.Льюїс має чіткий портрет свого співрозмовника-читача. Автор веде його до розуміння, запрошує наважитися на спільний інтелектуальний і філософський пошук. Наприклад, розпочинає нову думку словами: «Зробімо ще один крок уперед» [1: 78]. До того ж К.С.Льюїс намагається вгадати настрої аудиторії, її запитання, сумніви і точки цікавості. Так, він формулює уявні питання, як-от: «Хтось може запитати: «Хіба ми і так уже не Божі діти?»» [1: 157]. Або: «Зараз, мабуть, хтось запитає...» [1: 122], чи «Зараз я спробую вгадати, як на читачів вплинув цей розділ...» [1: 94].
- *різносторонність суджень*. Автор висновує свою позицію не у вакуумному інформаційному просторі, а подає її як елемент загального дискурсу. Так, віра і онтологічні питання безпосередньо вбудовані у соціально-політичний та історичний контекст, набувши прагматичних характеристик. До того ж, К.С.Льюїс не ігнорує потенційних контраргументів, опонуючи їм і цим самим зміцнюючи власну позицію.

Висновки. Так, різносторонній аналіз книги «Просто християнство», порівняння двох редакційних версій та дослідження історії написання тексту демонструє

унікальність його жанрової природи, а також те, як вона вплинула на характер побудови діалогічних зв'язків «автор-читач» та місце цього твору у новій історичній та культурній дійсності.

Бачимо, що К.С.Льюїс навіть у друкованій версії своїх радіобесід вирішує максимально зберегти *атрибути радійності тексту*, серед яких: лаконічність, стислість, простий синтаксис, нейтральна мова, образність, універсальність адресата і структурованість.

«Радійне» минуле тексту водночас зміцнило його *публіцистичні ознаки*. Автор у ролі публічного інтелектуала виводить у публічний інформаційний простір тему достатньо вузького зацікавлення, хоча і універсального значення, тим самим «наближаючи» дійсність, стаючи «перекладачем» невідомого на зрозумілу мову пересічного читача. Як результат – К.С.Льюїсу вдається продемонструвати на практиці явище «інкультурації віри».

Таким чином, книга «Просто християнство» сьогодні виконує функцію публіцистики, ставши позачасовим опінієтворчим фактором, висновуючи сенси і змісти, утверджуючи моральні вартості [18]. По-перше, тема, якій Льюїс надав злободенності і актуальності ще 1941 року, так само зберігає свою вічну цінність і сьогодні, адже виносить на розгляд вічні істини і повсякчасні виклики. По-друге, радійний формат першої редакції тексту лише зміцнив його позачасову актуальність, очистивши мову, форму викладу і подачі від конфесійних, культурних, професійних та часових конотацій, універсалізувавши її й переформатувавши теоретичне християнство, яке як предмет дослідження було прерогативою богословів і філософів, у надбання мас (у позитивному сенсі).

REFERENCES

1. Льюїс К. С. Просто християнство ; пер. з англ. А. Маслюх. Львів : Свічадо, 2018. 224 с.
2. Anniversary of Lewis's First Broadcast [Електронний ресурс] // The official website of C. S. Lewis. – Режим доступу : <http://www.cslewis.com/anniversary-of-lewiss-first-broadcast-talk/>
3. Marsden M.G. C. S. Lewis Mere Christianity: A Biography. New Jersey : Princeton University Press, 2016. 264 p.
4. West J. Richard Baxter and the Origin of Mere Christianity [Електронний ресурс] // C. S. Lewis Web. – Режим доступу : <http://www.cslewisweb.com/2012/08/richard-baxter-and-the-origin-of-mere-christianity/>
5. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підр. К.: Знання, 2006. 628 с.
6. Пенчук І.Л. Радіожурналістика: основні засади функціонування : Методичні матеріали для студентів зі спеціальності «Журналістика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.studmed.ru/view/penchuk-l-radozhurnalstika-osnovn-zasadi-funkconuvannya_2c1473b68d1.html
7. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації : посібник. Львів : ПАІС, 2005. 200 с.
8. Михайлин І.Л. Основи журналістики : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
9. Lewis C. S. Broadcast Talks. London : Geoffrey Bles: The Centenary Press, 1942. 62 p.

10. Lewis C. S. *Beyond Personality. The Christian Idea of God*. London : Geoffrey Bles, 1944. 64 p.
11. Як писати тексти для радіо? [Електронний ресурс] // BBC. – Режим доступу : https://www.bbc.com/ukrainian/specials/1458_cojo_ukrainian/page3.shtml
12. Здоровега В. *Теорія і методика журналістської творчості : підручник*. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.
13. Fulford R. How C.S. Lewis Make Christianity Seem Like Common Sense [Електронний ресурс] // National Post. – Режим доступу : <https://nationalpost.com/entertainment/books/how-c-s-lewis-made-christianity-seem-like-common-sense>
14. Павлишин Н. «Просто християнство»: не все так просто [Електронний ресурс] // RISU. – Режим доступу : https://risu.org.ua/ua/index/monitoring/kaleido_digest/72740/
15. Капусцінський Р. *Автопортрет репортера*. К. : Темпора, 2011. 134 с.
16. Alquist D. *The Complete Thinker: The Marvelous Mind of G. K. Chesterton*. San Francisco : Ignatius Press, 2012. 261 p.
17. Чепелева Н. В. *Текст і читач : посібник*. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 124 с.
18. Лось Й. Д. *Перспективи світоглядної публіцистики : навч. посібник*. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 294 с.

**PUBLICISM IN RADIO BROADCAST:
THE STUDY OF THE PHENOMENON OF CLIVE STAPLES LEWIS'S BOOK
«MERE CHRISTIANITY»**

Iryna Voloshyn

*Ivan Franko National University of Lviv
General Churpynka Street 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: iryna.lazurkevych@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6070-1106>*

This article makes an attempt of analyzing the book of British writer, publicist and scientist Clive Staples Lewis «Mere Christianity» from a perspective of classifying it as a media text, for the reason that it was initially published as a series of radio broadcast talks.

The study is based on a comparison of two editions of the book, exploring different linguistic, stylistic aspects of the text and systematizing the types of arguments Lewis appealed to.

The author of the article suggests a hypothesis that radio-based way of presenting the material that remained in a printed version of the book shaped the character of the audience and influenced the cognitive principles of the text perception.

The research demonstrates that «Mere Christianity» remained some characteristics of radio talks genre, such as: linguistic neutrality, laconism, systematisms, figurative and metaphorical style of argumentation, simple syntax.

In addition, the book represents an «interpreting» mission of the journalism, which implies putting the category of unknown in understandable notions, making the reality available for intellectual navigation of the audience.

Key words: radio publicism, Christianity, dialogism, enculturation of faith.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 218–229 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10004>

УДК 821.161.2Т.Шевченко3(498):012

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ ШЕВЧЕНКОЗНАВСТВА В РУМУНІЇ І МОНОГРАФІЧНО-ХРЕСТОМАТІЙНА АНТОЛОГІЯ «СТОРИНКИ РУМУНСЬКОЇ ШЕВЧЕНКІАНИ»

Мар'ян Житарюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Ген. Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна*

e-mail: mgzhyt@i.ua

<https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>

На основі реферативного прочитання двомовного двотомника (українською та румунською) «Сторінки румунської шевченкіани» (Pagini ale Șevchenkianej din România), виданого у світ 2016-2017 рр., часопису українських письменників Румунії «Наш голос» (від заснування 1991 р. і по 2015 р.), у цій публікації вперше в українському журналістико-кознавстві підготовлено бібліографічний показник літературно-критичних статей, вступів, передмов та наукових розвідок про Тараса Шевченка, його творчість і його твори, національний український міф і код.

Ключові слова: Тарас Шевченко, румунська шевченкіана, «Наш голос», Іван Ребошапка, Константін Доброджяну-Геря, Союз українців Румунії.

Наша публікація також покликана засвідчити глибоку повагу і вдячність Почесному професорові Бухарестського університету і Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича Іванові Ребошапці, головному осмислювачеві румунської шевченкіани. Саме професор Іван Ребошапка вивчав джерела, упорядковував тексти, готував передмови, здійснював переклади, писав резюме, примітки й коментарі до чималого масиву наукової і публіцистичної шевченкіани в Румунії. Якби не творчий, науковий і громадянський порив проф. І. Ребошапки, його натхнення, неспокій і бажання встигнути завершити одну з найголовніших життєвих місій, гадаю, не з'явилися б у румунському україномовному часописі «Наш голос» серії статей і розвідок з нагоди 200-ліття від народження національного Поета і 120-ліття румунської шевченкіани, не було б і упорядкованого й систематизованого видання на 1300 сторінок, яке профінансував Союз українців Румунії.

Ми свідомі того, що поданий далі бібліографічний показник румунської шевченкіани не дасть відповіді на всі питання дослідників преси та літературної критики, але дуже сподіваємося на те, що бодай частково доповнить європейську та світову наукову спадщину шевченкознавства, тим самим розширить український інформаційно-культурний простір.

Постановка проблеми. Твори Т. Шевченка перекладені мовами усіх континентів, світова літературна критика слушно ставить його в один ряд із національними світочами інших народів, а проте, як бачимо, ці досліді актуальні й досі. Надто для нас, українців, вони особливо цінні своїм міжнародним аспектом.

Аналіз стану розробки проблеми. З сучасних румунських учених найдосконаліше і найглибше осмислює та репрезентує Тараса Шевченка професор Бухарестського університету й один з редакторів часопису українських письменників у Румунії «Наш Голос» Іван Ребошапка. Чи не найповніший його доробок – серія повноцінних розвідок у «Нашому Голосі» у 2014-2015 рр., присвячених або 200-літтю Шевченкових уродин, або 120-літтю румунської шевченкіани. Так, тільки з-під пера І. Ребошапки тут виходять понад півтора десятка статей на 3-5 газетних шпальт¹. А були ж і інші автори. Заслуга сучасних румунських вчених-шевченкознавців у тому, що вони знайшли старі публікації (з минулого і позаминулого століть), систематизували їх і намагаються розкодувати або запропонувати нове прочитання. Не минуло багато часу, як з'являється друком двомовне видання у двох томах «Сторінки румунської шевченкіани» (*Pagini ale Șevchenkianei din România*)². У 2016 р. – том 1, з передмовою професора Бухарестського університету доктора Октавії Неделку та монографічної частини авторства Івана Ребошапки, фактично добре впорядкованих публікацій у часописі «Наш Голос», на понад 120 сторінок українською та стільки ж румунською.



¹ Докладніше відображено у змісті.

² *Pagini ale șevchenkianei din România. Ediție bilingvă. Сторінки румунської шевченкіани. Двомовне видання.* București: Editura RCR Editorial, 2016. Vol. 1. 696 s. <http://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/17580/file.pdf>; *Pagini ale șevchenkianei din România. Ediție bilingvă. Сторінки румунської шевченкіани. Двомовне видання.* București: Editura RCR Editorial, 2017. Vol. 2. 590 s. <http://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/17581/file.pdf>

Потрібно сказати, що раніше певний поштовх румунське шевченкознавство одержало у 60-ті рр. минулого століття, коли світова спільнота відзначала 100-річчя від смерті Т. Шевченка. А найпершим писав про Т. Шевченка Константін Доброджану-Геря у 1894 р. («Тарас Шевченко» та «Митці-громадяни»):

Constantin DOBROGEANU-GHEREA. Taras Şevcenko // Almanahul social-democrat, 1894, p. 19-27. Константін ДОБРОДЖЯНУ-ГЕРЯ. Тарас Шевченко.

Constantin DOBROGEANU-GHEREA. Artiştii-cetăţeni (Fragmente) // Literatură şi ştiinţă, t. II, 1894, p. 1-26. Константін ДОБРОДЖЯНУ-ГЕРЯ. Митці-громадяни (Уривки).

Новизна цієї публікації – відкриття нових імен-шевченкознавців, нових дослідницьких текстів та візій українською та румунською мовами, досі недостатньо відомих у нашій країні (можливо, за винятком кількох публікацій: у часописі «Слово і Час»³, а також на сайті Харківського історико-філологічного товариства⁴). Цінним з погляду журналістикознавства буде й пізнання низки періодичних українських часописів у Румунії.

Завданням цієї публікації, як і схожої за суттю в «Українському інформаційному просторі» (Вип. 3, 2019)⁵ є намагання автора відкрити нові горизонти шевченкіани з метою її подальшого прочитання, розкодування й усвідомлення. За бажання, це тепер не так важко зробити, адже завдяки ініціативі професора Івана Ребошапки (29 травня ц.р. виповнюється 84 роки⁶) та його однодумців з Союзу українців Румунії (СУР) величезні масиви текстів про Шевченкові твори й ідеї не просто надруковані у книжках та у пресі, а й стали доступні в електронному форматі, їх легко можна знайти на офіційній сторінці СУР: <http://www.uur.ro/index.php/uk/2015-12-14-19-04-23>

У ХХ–ХХІ ст. ми умовно класифікували шевченкознавчий доробок⁷ на *три основні періоди*: 1) 1900-1939 рр.; 2) 1952-1990 рр.; 3) 1991-досі. Хронологічно зупиняємось на 2015 р., як це зроблено у згаданому двотомнику, головному *джерелі* румунського шевченкознавства.

1) 1900-1939 рр.

Ştefan PETICA. Momentul naţional în artă (Fragmente) // România jună, nr. 146, 7.V.1900. Переклад українською: *Штефан ПЕТИКЕ.* Національний момент у мистецтві (Уривки).

³ Носенко Тамара. Сторінки румунської шевченкіани [Pagini ale şevcenkianei din România] // Слово і Час, 2018, травень, № 5 (689). С.107-111.

⁴ <http://www.hi-phi.org.ua/index.php/do-lektury/publikatsii-zakordonni/269-sevcenkianei-2016-vol-1>; <http://www.hi-phi.org.ua/index.php/do-lektury/publikatsii-zakordonni/270-sevcenkianei-2017-vol-2>

⁵ Житарюк Мар'ян. Румунська шевченкіана: від Константина Доброджану-Гері («Almanahul Social-Democrat») до Івана Ребошапки («Наш голос»): статті, виступи, передмови в контексті монографічно-хрестоматійної антології. Подано до друку в науковий журнал «Український інформаційний простір» у січні 2019 р.

⁶ Кідещук Іван. Іван Ребошапка – видатний українціст і знавець усного й писаного слова: До 80-річчя з Дня народження // Наш голос. 2015. Травень. Число 251. С. 6-8. URL: <http://www.uur.ro/images/ziaare/holos/2015/holos%20251.pdf>; https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B1%D0%BE%D1%88%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0_%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD

⁷ Для повноти картини та адекватного відтворення зробленого подаємо імена авторів, назви публікацій двома мовами – румунською та українською. Більшість перекладів текстів з румунської зробив Іван Ребошапка.

Barbu LĂZĂREANU. Deșteptătorul (Rapsodie) // Viitorul social, nr. 1, august, 1907, p. 76. Переклад українською: *Барбу ЛЕЗЕРЯНУ*. Пробуджувач (Рапсодія).

M. SĂRAȚEANU. Cântul robului și răzbunarea despotului // Dimineața (București) Director: Const. Mille, nr. 3594, 6 martie, 1914. Переклад українською: *М. СЕРЕЦЯНУ*. Спів раба і помста деспота.

Zamfir C. ARBORE. Ucraina și România (Fragment) // Ucraina și România, București, Tipografia Göbl și Fii, 1916, p. 32-36. Переклад українською: *Замфір К. АРБОРЕ*. Україна і Румунія (Уривок).

Panaït ISTRATI. Sărbătorirea lui Taras Șevcenko la Kaniv. 1928. Переклад українською: *Панаїт ІСТРАТИ*. Свято Тараса Шевченка в Каневі. Перекладено за виданням 2005 р. Бухарестського вид-ва Гуманітас.

CS. J. [= Fedor Janos]. Taras Șevcenko (Rezumat). 1936. Переклад українською: *Ч. Й. [= Федор Янош]*. Тарас Шевченко. Угорською мовою стаття появилась у ж. «Korunk», Cluj, nr. 7-8, 1936. Переклад з угорської Магдалина Ласло-Куцнок надрукувала в ж. «Наш голос», № 5 (29), березень, 1991 р.

Constant VĂLCOVAN. Un mare poet al țărănimii. 125 de ani dela nașterea lui Taras Șevcenko (1814–1939) // Adevărul literar și artistic, Duminică 12 martie, 1939, anul XIX, seria III, nr. 953. Переклад українською: *Константин ВІЛКОВАН*. Із статті «Великий поет селянства» [скорочений переклад].

M. G. IVANOV. Taras Șevcenko – poet al libertății naționale // România literară. Director Cezar Petrescu, anul I, 1939, nr. 30. Переклад українською І. Ребошапки: *М. Г. ІВАНОВ*. Тарас Шевченко – поет національної свободи // Наш голос. 2014. Вересень. Число 243. С. 8-11.

2) 1952-1990 pp.

Mihail SADOVEANU. Cuvînt înainte [la Taras Șevcenko. Cobzar] // Cuvîntul înainte la ediția: Taras Șevcenko. Cobzar, Editura ARLUS „Cartea Rusă”, București, 1952. *Михай САДОВЯНУ*. Тарас Шевченко: передмова до «Кобзаря» (Скорочено). – С. 346-347.

Mihai NOVICOV. Taras Șevcenko (Fragmente [din prefața la Taras Șevcenko. Poezii]) // Fragmente din prefața Taras Șevcenko, scrisă se Mihai Novicov, la ediția: Taras Șevcenko, Poezii (colecția „Cele mai frumoase poezii”), București, Editura Tineretului, 1960. *Михай НОВИКОВ*. Тарас Шевченко (Уривки) // Уривки з передмови Міхая Новікова Taras Șevcenko до видання: Taras Șevcenko, Poezii (colecția „Cele mai frumoase poezii”), Editura Tineretului, București, 1960.

Ecaterina FODOR. T. G. Șevcenko (Fragmente [din prefața la Taras Șevcenko. Viața de artist și alte nuvele]) // Fragmente din prefața Ecaterinei Fodor, T.G.Șevcenko, la ediția: Taras Șevcenko, Viața de artist și alte nuvele, Editura pentru Literatură Universală, București, 1961. *Екатерина ФОДОР*. Т. Г. Шевченко (Уривки) // Уривки з передмови Катерини Фодор Т. Г. Шевченко до Бухарестського видання прози Шевченка 1961 року.

Valeriu CIOBANU. Aspecte ale poeziei lui Taras Șevcenko (Fragmente) // Studii și cercetări de istorie literară și folclor (Institutul de Istorie și Teorie Literară), anul X, 1961, nr. 2, p. 243-261. *Валеріу ЧОБАНУ*. Аспекти поезії Тараса Шевченка (Уривки) // Studii și cercetări de istorie literară și folclor (Institutul de Istorie și Teorie Literară), anul X, 1961, nr. 2, p. 243-261.

A. STRATULAT. Taras Șevcenko – poet revoluționar // Iașul literar. Revistă a Uniunii Scriitorilor din R.P.R., anul XII, nr. 3 / martie 1961. *А. СТРАТУЛЯТ*. Тарас Шевченко –

поет-революціонер (Скорочено) // Iașul literar. Revistă a Uniunii Scriitorilor din R.P.R., anul XII, nr. 3 / martie 1961.

Eusebiu CAMILAR. La Kaniv // Textul reprezintă Cuvântul omagial al lui Eusebiu Camilar (1961), dăruit, în manuscris, profesorului Universității Naționale „Taras Șevcenko” de la Kiev, Stanislav Semcinski. A fost publicat în „Curierul ucrainean”, nr. 67-68 / martie 2006, p. 3. *Еусебіу КАМІЛАР*. У Каневі // Переклад здійснено за рукописом Урочистого слова Еусебія Камілара (1961), подарованого професорові Київського національного університету ім. Тараса Шевченка Станіславові Семчинському, Надрукований в «Нашому голосі», № 141, 2006.

Mihai BENIUC, Un cuvînt înainte la volumul: Taras Șevcenko, Cobzarul, București, Editura pentru literatură universală, 1963. *Михай БЕНІУК* // Передне слово голови Спільки румунських письменників до Бухарестського першого повного видання румунського «Кобзаря» Т. Шевченка. 1963 р.

Ion C. CHIȚIMIA. Legăturile lui T. Șevcenko cu scriitorii i revoluționarii poloni // Romanoslavica, VIII, 1963, p. 245-259. *Іон К. КИЦІМІЯ*. Зв'язки Тараса Шевченка з польськими письменниками і революціонерами. 1963.

Михайло МИХАЙЛЮК. Образ Прометея у світовій літературі і в поемі Шевченка «Кавказ» // Обрії: Критеріон, Бухарест, 1981, с. 166-172. *Myhailo MYHAILIUK*. Figura lui Prometeu în literatura universală și în poemul «Caucazul» al lui Șevcenko (Rezumat).

Corneliu BARBORICĂ. Poemul romantic byronian. Adoptarea lui Byron (Fragmente) // Studii de literatură comparată, Editura Univers, București, 1987, p. 78-124. *Корнеліу БАРБОРИКЕ*. Байронівська романтична поема. Пристосовування Байрона (Уривки).

Dan Horia MAZILU. Despre poezia lui Taras Șevcenko [prefața la Taras Șevcenko. Kobzarul] // T. Șevcenko, Kobzarul, Editura Univers, București, 1990. *Дан Хорія МАЗІЛУ*. Балади, наснажені ліризмом // Обрії: Критеріон, Бухарест, 1989, с. 133-138.

3) 1991-досі⁸

Магдалина ЛАСЛО-КУЦЮК. Сковорода і Шевченко // Наш голос, № 2, 1991. *Magdalena LÁSZLÓ-KUȚIUK*. Skovoroda și Șevcenko (Rezumat).

Стеліан ГРУВЯ. Символ гідності і нескореності // Наш голос, № 3 (7), 1991. *Stelian GRUIA*. Simbolul demnității și nesurpunerii (Rezumat).

Магдалина ЛАСЛО-КУЦЮК. «Заповіт» Шевченка. Генеза і наступність // Ласло-Куцюк М. Боги світла і боги темряви: Критеріон, Бухарест, 1994, с. 106-131. *Magdalena LÁSZLÓ-KUȚIUK*. «Testamentul» lui Șevcenko. Geneză și ecou posterior (Rezumat).

Михайло КОЛОТИЛО. Незнищеність духу // Наш голос, № 3, 1994, с. 3. *Myhailo KOLOTYLO*. Indestructibilitatea spiritului (Rezumat).

Corneliu BARBORICĂ. Taras Șevcenko – inima vie a națiunii // Curierul ucrainean, nr. 267-268, 2014, p. 8. *Корнеліу БАРБОРИКЕ*. Тарас Шевченко – живе серце нації // Наш голос, № 1-2 (14-15), 1995, с. 4.

Стеліан ГРУВЯ. Творець української національної доктрини // Наш голос, № 1-2 (14-15), 1995 р., с. 5. *Stelian GRUIA*. Creatorul doctrinei naționale ucrainene (Rezumat).

Ліана ІВАН-ГІЛІЯ. Тарас Шевченко – художник // Наш голос, № 1-2 (14-15), 1995, с. 4. *Liana IVAN-GHILIA*. Taras Șevcenko, pictorul (Rezumat).

⁸ У цій публікації бібліографію подано по 2015 р.

Stelian GRUIA. Femeie. Mamă. Patrie // Taras Şevcenko. Ediție îngrijită de Lidia Râbco-Gruia, Ed. Artimos, Bucureşti, 2001, p. 83-107. Стеліан ГРУЯ. Жінка. Мати. Вітчизна // Груя Стеліан. Молитва і прокляття. Критичне дослідження: Критеріон, Бухарест, 1995, с. 109-142.

Stelian GRUIA. Misterul Marele beci // Stelian Gruia, Taras Şevcenko, Ed. Artimos, Bucureşti, 2001, p. 108-134. Стеліан ГРУЯ. Містерія Великий льох // Груя Стеліан. Молитва і прокляття. Критичне дослідження: Критеріон, Бухарест, 1995, с. 202-227.

Stelian GRUIA. Pasiunea baladei // Stelian Gruia, Taras Şevcenko, Ed. Artimos, Bucureşti, 2001, p. 39-61. Стеліан ГРУЯ. Пристрасті і міражі // Груя Стеліан. Молитва і прокляття. Критичне дослідження: Критеріон, Бухарест, 1995, с. 21-48.

Магдалина ЛАСЛО-КУЦЮК. Біблійні мотиви в поемі Шевченка «Кавказ» // Наш голос, № 18-19, 1996, с. 17. Magdalena LÁSZLÓ-KUŢIUK. Motive biblice în poemul lui Şevcenko «Caucazul» (Rezumat).

Магдалина ЛАСЛО-КУЦЮК. Еволюція мотиву дівчини-зведениці у поезії Шевченка // Наш голос, № 30-31-32, 1998, с. 4. Magdalena LÁSZLÓ-KUŢIUK. Evoluția motivului şevcenkian al fetei seduse (Rezumat).

Магдалина ЛАСЛО-КУЦЮК. Шевченківський образ Перебенді в контексті європейського романтизму // Наш голос, № 91-92, 2002, с. 7. Magdalena LÁSZLÓ-KUŢIUK. Personajul şevcenkian Perebendea, în contextul romantismului european (rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Обнадійливий міф періодичного сходження до світоча // Наш голос, № 91-92, 2002, с. 1. Ioan REBUŞAPCA. Nădăjduitorul mit al pelerinajului ritualic la «fagul» luminător // Curierul ucrainean, nr. 261-262, 2014, p. 12.

Микола ВЕГЕШ, Люба-Ірина ГОРВАТ. Тарас Шевченко в творчості Василя Гренджі-Донського // Наш голос, 89-90, 2002, с. 3. Mykola VEGES, Liuba Irina HORVAT. Taras Şevcenko în creația lui Vasyl Hrenghea-Donskyi (Rezumat).

Степан ТКАЧУК. Тарас Шевченко – геній і пророк українського народу // Наш голос, № 104, 2003, с. 3-4. Ştefan TCACIUC. Taras Şevcenko – geniul și prorocul poporului ucrainean (Rezumat).

Степан ТКАЧУК. Біблія і «Кобзар» Тараса Шевченка // Наш голос, № 104, 2003, с. 20. Ştefan TCACIUC. Biblia și «Cobzarul» lui Taras Şevcenko (Rezumat).

Михайло МИХАЙЛЮК. Наша слава, совість і правда // Наш голос, № 117, 2004, с. 18-19. Myhailo MIHAILIUC. Slava, conștiința și dreptatea noastră (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Адекватне «прочитання» Шеченкового слова // Наш голос, № 117, 2004, с. 6-7. Ioan REBUŞAPCA. O «lectură» adecvată a slovei şevcenkiene.

Магдалина ЛАСЛО-КУЦЮК. Поема Шевченка «Марія» // Наш голос, № 128-129, 2005, с. 10-11; Тарас Шевченко на тлі його доби: Видавництво «Мустанг», Бухарест, 2002. Magdalena LÁSZLÓ-KUŢIUK. Poemul lui Şevcenko «Măria» (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Шевченко і Есхіл: інтертекстуальні співвідношення смислово-художніх кодів у трактуванні міфу про Прометея // Наш голос, № 128-129, 2005, с. 6-7. Ioan REBUŞAPCA. Eschil și Şevcenko: coincidențe intertextuale ale constructelor semantico-structurale în abordarea mitului lui Prometeu (Rezumat).

Ірина МОЙСЕЙ. Остання дорога додому // Наш голос, № 139, 2006, 8-9 с. Iryna MOISEI. Ultimul drum, de întoarcere acasă.

⁹ Літературно-критична та художня спадщина про Тараса Шевченка періоду 1996-2015 рр. подана у томі 2 «Сторінок румунської шевченкіани» (2017).

Іван КОВАЧ. Історія творення і доля вірша «Заповіт». (До 160-річчя написання шедевра) // Наш голос, № 141, 2006, с. 8-9. *Ivan COVACI.* Istoria creării și soarta poeziei «Testamentul» (La 160 ani de la apariția capodoperei) (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Зразкове поетичне оформлення теми месіанізму // Наш голос, № 142, 2006, с. 22-23. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Old things in a new way sau o perpetuă reformulare poetică a temei mesianice (Rezumat).

Іван КОВАЧ. Обличчям до душі народу. Про нашу Мекку // Наш голос, № 152, 2007, с. 7. *Ivan COVACI.* Cu fața spre sufletul poporului. Despre Mecca noastră (Rezumat).

Іон СОЗМЕЙ. Taras Șevcenko – reprezentant de frunte al romantismului ucrainean și slav // Cf.: Ion Cozmei, Taras Șevcenko. Poetul național al Ucrainei și receptarea lui în România, Tipo Moldova, Iași, 2007, p. 25-29. *Йон КОЗМЕЙ.* Тарас Шевченко – видатний представник українського і слов'янського романтизму (Резюме).

Іван РЕБОШАПКА. Підсумовуючий афоризм визвольного моменту Тараса Шевченка // Наш голос, № 153, 2007, с. 8-9. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Subsumarea aforistică a momentului eliberării lui Taras Șevcenko (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Смысл персоналізації Шевченком універсальної метафори смерті-весілля // Наш голос, № 154, 2007, с. 10-13. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Sensul personificării șevcenkiene a metaforei universale *nuntă-moarte* (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Найзлободенніші заходи стосовно вивчення спадщини Тараса Шевченка. Інтерв'ю з науковим співробітником Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України Тамарою Носенко // Наш голос, № 153, 2007, с. 14-16. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Cele mai stringente măsuri privind valorificarea moștenirii lui Taras Șevcenko (Rezumat).

Михайло МИХАЙЛЮК. Шевченко і ми // Тарас Шевченко. Кобзар. Бухарест: Вид-во RCR-Print, 2007. С. 5-9.

М. М. [Михайло МИХАЙЛЮК]. Життєпис Тараса Шевченка // Тарас Шевченко. Кобзар. Бухарест: Вид-во RCR-Print, 2007. С. 11-19.

Іван КОВАЧ. Тарас Шевченко: «Ох діти! Діти! – Велика божа благодать!» // Наш голос, № 168, 2008, с. 4-5. *Ivan COVACI.* Taras Șevcenko: «Ah, copiii! Copiii! – marea bucurie Dumnezeiască!» (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Шевченківські конотації метафори *синє море* // Наш голос, № 165, 2008, с. 3-6. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Conotații șevcenkiene ale metaforei *marea albastră*.

Іван РЕБОШАПКА. Тарас Шевченко і Любен Каравелов // Наш голос, № 184, 2009, с. 24-25; № 186, 2009, с. 10-12; № 187, 2010, с. 13-15; № 188, 2010, с. 18-19; № 189, 2010, с. 15-17; № 192, 2010, с. 19-21. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Taras Șevcenko și Liuben Karavelov (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Впливовість – одна із складових сутності генія // Наш голос, № 178, 2009, с. 6-7. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Capacitatea de influențare – una dintre trăsăturile genialității (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Перевидання праці Сильвестра Яричевського «Ein Dichter der Liebe und des Protestes» // Наш голос, № 184, 2009, с. 18-20. *Ioan REBUȘAPCĂ.* Reeditarea lucrării lui Silvestru Iarycevskyi, «Ein Dichter der Liebe und des Protestes» (Rezumat).

Микола КОРСЮК. Вивіт нації [передмова до видання Тарас Шевченко, *Кобзар (1840 р.)*] // Передмова до видання: Тарас Шевченко, *Кобзар (1840 р.)*, Вид-во

«RCR Editorial», Бухарест, 2010; скорочено у: Наш голос, № 189, 2010, с. 12-14. *Mykola CORSIUC*. Corola națiunii (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Вагомий захід по входженню Тараса Шевченка у свідомість румунів // Наш голос, № 192, 2010, с. 14-16. *Ioan REBUȘAPCĂ*. Un act important privind pătrunderea lui Taras Șevcenko în conștiința românilor (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Відзначення в Румунії 170-х роковин першого видання «Кобзаря» Тараса Шевченка // Наш голос, № 191, 2010, с. 10-11. *Ioan REBUȘAPCĂ*. Marcarea împlinirii a 170 de ani de la prima ediție a «Cobzarului» lui Taras Șevcenko (Rezumat).

Іван КОВАЧ. Дмитро Чуб-Нитченко: «Живий Шевченко» // Наш голос, № 196, 2010, с. 8-11; № 197, 2010, с. 16-17; № 198, 2010, с. 19; № 199, 2011, с. 8-9. *Ivan COVACI*. Dmytro Ciub-Nytcenko: «Șevcenko cel viu» (Rezumat).

Ана-Марія ТУПАН. Narațiuni culturale: *euri romantice* // Comunicare științifică prezentată la Congresul Internațional «Taras Șevcenko» (Facultatea de Limbi și Literaturi Străine a Universității din București, 7 octombrie 2001). Curierul ucrainean, nr. 203-204, 2011, p. 14; nr. 205-206, 2011, p. 10. *Марія-Анна ТУПАН*. Культурні прояви і самото-жності романтичних «я» // Наш голос, № 209, 2011, с. 12-14.

Іван РЕБОШАПКА. Слов'янські «посестри» Шевченкових Катерин [Оригінальний заголовок статті: Сока Любена Каравелова – не тільки «рідня» Катерини Тараса Шевченка, але й Марусі Квітки-Основ'яненка // Наш голос, № 182-183, 2009, с. 18-21] // «Наш голос», № 203, 2011, с. 3-7; № 205, 2011, с. 3-5. *Ioan REBUȘAPCĂ*. «Suratele» slave ale Katerinelor lui Șevcenko (Rezumat).

Іван КІДЕЩУК. Борець за правду й волю // Наш голос, № 201, 2011. *Ioan CHIDEȘCIUC*. Luptătorul pentru dreptate și libertate (Rezumat).

Іван КІДЕЩУК. «Садок вишневий коло хати» Тараса Шевченка – промінь світла в казематному темному царстві // Наш голос, № 213, 2012. *Ioan CHIDEȘCIUC*. «Livada cu vișini de lângă casă» a lui Taras Șevcenko – o rază de lumină în întunecata împărăție a cazematei (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Перший крок до пізнання творчості Тараса Шевченка в Румунії // Наш голос, № 212, 2012, с. 3-5. *Ioan REBUȘAPCĂ*. Un prim pas spre cunoașterea operei lui Taras Șevcenko în România (Rezumat).

Іван РЕБОШАПКА. Румунське видання монографії про Шевченкову правду // Наш голос, № 229, 2013, с. 3-5. *Ioan REBUȘAPCĂ*. Un important eveniment cultural // Curierul ucrainean, nr. 247-248, 2013, p. 12.

Іван РЕБОШАПКА. «Од молдованина до фіна / На всіх язиках все мовчить, / Бо благоденствує!» – у шевченківському дусі розвінчує Михай Емінеску // Наш голос, № 225, 2013, с. 12-13. *Ioan REBUȘAPCĂ*. «De la moldovean la finlandez / 'N toate limbile-i tăcere, / Căci toți o duc în 'ndestulare!» înfiearează Mihai Eminescu, consonant cu spiritul șevcenkian (Rezumat).

Іван КІДЕЩУК. Заповіти Тараса Шевченка: словесний та художньо-графічний // Наш голос, № 225, 2013, с. 16-17. *Ioan CHIDEȘCIUC*. Testamentele lui Taras Șevcenko: în versuri și în formă grafică (Rezumat).

Paul DANCU. Taras Șevcenko și contemporanii săi europeni // Taras Șevcenko – un apostol al neamului ucrainean, Editura RCR Editorial, București, 2013, p. 146-150. *Паул ДАНКУ*. Тарас Шевченко та його європейські сучасники (Резюме).

Vasile MOIȘ. Influența frăției „Chirii și Metodiu» asupra operei lui Taras Șevcenko // Taras Șevcenko – un apostol al neamului ucrainean, Editura RCR Editorial, Bucuresti, 2013, p. 155-163. *Василе МОЙШ.* Вплив Кирило-Мефодіївського братства на творчість Тараса Шевченка // Наш голос, № 245, 2014, с. 10-12; № 246, 2014, с. 8-10; № 247, 2015, с. 8-9.

Іван РОБЧУК. Тарас Шевченко – творець української літературної мови // Taras Șevcenko – un apostol al neamului ucrainean / Тарас Шевченко – апостол українського народу, Editura RCR Editorial, Bucuresti, 2013, p. 155-163. *Іоан РОБЦИУС.* Taras Șevcenko – creatorul limbii ucrainene literare (Rezumat).

Євсебій ФРАСИНЮК. Мотив *могили* у творах Шевченка // Український вісник, № 3-4, 2014, с. 5; № 5-6, 2014, с. 5-6. *Eusebiu FRASINIUC.* Motivul *movilei* în creația lui Taras Șevcenko «Marele beci» (Rezumat).

Михайло Гафія ТРАЙСТА. «Давидові псалми» у творчості Тараса Шевченка та молдавського митрополита Дософтея // Наш голос, № 237, 2014, с. 8-11; № 239, 2014, с. 12-14; № 240, 2014, с. 7-9. *Mihai Hafia TRAIȘTA.* «Psalmii lui David» în creația lui Taras Șevcenko și a mitropolitului Dosoftei.

Михайло КРАМАР. Психологічні погляди Тараса Шевченка // Вільне слово, № 15-16, 2014; № 17-18, 2014. *Mihai CRAMAR.* Opiniile psihologice ale lui Taras Șevcenko (Rezumat).

Євсебій ФРАСИНЮК. Тарас Шевченко: «Царі» – обличчя, яке ридас... // Український вісник, № 13-14, 2014, с. 8; № 15-16, 2014, с. 5-6. *Eusebiu FRASINIUC.* Taras Șevcenko: «Țarii» – fața care plânge în hohote... (Rezumat).

Євсебій ФРАСИНЮК. «Саул» – обличчя, яке жахає... // Український вісник, № 17-18, 2014, с. 3-4. *Eusebiu FRASINIUC.* Taras Șevcenko: «Saul» – fața care înspăimântă... (Rezumat).

Ірина МОЙСЕЙ. «Кобзар» на вогнищі сталінської інквізиції // Наш голос, № 242, 2014, с. 8-10. *Iryna MOISEI.* «Cobzarul» lui Taras Șevcenko pe rugul inchiziției staliniste (Rezumat).

Іван КІДЕЩУК. Актуальність «Молитви» Шевченка: рівноправіє, єдинодумліє і братолубіє // Наш голос, № 249, 2015, с. 6-9. *Іоан ЧИДЕȘCIUC.* Actualitatea «Rugăciunii» lui Taras Șevcenko: egalitate în drepturi, unitate de gândire și iubire frățească (Rezumat).

Чимало останніх шевченкознавчих студій, зокрема, в часописі «Наш голос», не вміщено у двомовному двотомнику «Сторінки румунської шевченкіани», вочевидь, тому що з'явилися після упорядкування і підготовки до видання, через величезний обсяг двотомника, або й через те, що ці тексти ще не підготовлені румунською. Зокрема, маємо на увазі й такі праці¹⁰:

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. I. Вступні зауваження // Наш голос: Місячник Союзу українців Румунії. 2014. Березень. Число 237. С. 3-4. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20237.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. II. Зачинательська діяльність Константина Доброджану-Гері // Наш голос. 2014. Квітень. Число 238. С. 4-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20238.pdf>

¹⁰ Звісно, цей перелік неповний, бо ж були ще публікації (нехай і небагато) і в інших румунських часописах.

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. III. Шевченківські зацікавлення наступників Константіна Доброджяну-Гері // Наш голос. 2014. Травень. Число 239. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20239.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. IV. Поетична «кардіограма» сприйняття суспільних настроїв початку XX ст. – у душі Константіна Доброджяну-Гері // Наш голос. 2014. Червень. Число 240. С. 3-6. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20240.pdf>

Ірина МОЙСЕЙ. Презентація книги «Тарас Шевченко – апостол українського народу» в Сагу Марє // Наш голос. 2014. Червень. Число 240. С. 3-6. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20240.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. V. Усвідомлення значимості творчого феномена Тараса Шевченка // Наш голос. 2014. Липень. Число 241. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20241.pdf>

Йосип ПАЛЯТИНСЬКИЙ. Надзвичайна доля Шевченкового «Кобзаря» // Наш голос. 2014. Липень. Число 241. С. 8-9. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20241.pdf>

Іван КІДЕЩУК. Віктор Косяченко: «Та неоднаково мені...» або Незгасимий поклик віщих заповітів Тараса Шевченка та Івана Франка // Наш голос. 2014. Липень. Число 241. С. 10-12. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20241.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. VI. Часткові або повні співзвуччя з материковою інтерпретацією сприйняття Шевченка в Румунії після 1917 року // Наш голос. 2014. Серпень. Число 242. С. 4-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20242.pdf>

Марія КОВАЛЬ. «Кобзар» без шароварів // Наш голос. 2014. Серпень. Число 242. С. 11 (Передрук з журналу: Український тиждень, №42, 16 жовтня 2009 р.) URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20242.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Тернистий Шевченків шлях до своїх читачів, включно і румунських // Наш голос. 2014. Серпень. Число 242. С. 12-14. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20242.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. VII. Часткові відгомони чи співзвуччя сприйняття Шевченка в Румунії після 1917 року // Наш голос. 2014. Вересень. Число 243. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20243.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. VIII. Перші післявоєнні кроки рецепції Тараса Шевченка в Румунії // Наш голос. 2014. Жовтень. Число 244. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20244.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. IX. Зачатки її наукових осмислень // Наш голос. 2014. Листопад. Число 245. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20245.pdf>; Наш голос. 2014. Грудень. Число 246. С. 4-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2014/holos%20246.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. XI. Урізноманітнення рецептивних підходів. 2. Вивчення шевченківських співзвучностей, генетичних чи типологічних подібностей, реверберацій та абсорбцій // Наш голос. 2015. Січень. Число 247. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20247.pdf>

Іван РЕБОШАПКА. Сторінки 120-річної румунської шевченкіани. XI. Урізноманітнення рецептивних підходів. 3. Virіzнення складових мистецької сутності феномена Шевченка: романтизм поета // Наш голос. 2015. Лютий. Число 248. С. 3-7. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20248.pdf>; Наш голос. 2015. Березень. Число 249. С. 3-5. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20249.pdf>; Наш голос. 2015. Квітень. Число 250. С. 3-5. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20250.pdf>; Наш голос. 2015. Травень. Число 251. С. 3-5. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20251.pdf>; Наш голос. 2015. Червень. Число 252. С. 3-6. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20252.pdf>; Наш голос. 2015. Липень. Число 253. С. 10-13. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20253.pdf>

Іван КІДЕЩУК. «І мертвим, і живим, і ненародженим...» – поема-маніфест про увічнення української хати // Наш голос. 2015. Квітень. Число 250. С. 6-8. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20250.pdf>

Ознайомлення з масивом літературно-критичних та наукових текстів про Тараса Шевченка в румунських мас-медіа дозволяє зробити *висновок* про те, що вивчення нашого національного генія в Румунії, розпочате наприкінці XIX ст., в останні десятиліття набуло фахового і повноцінного розвитку, значною мірою завдяки україномовній румунській пресі, яка сьогодні заслуговує більшої уваги українських медіадослідників.

REFERENCES

1. Pagini ale șevcenkianeii din România. Ediție bilingvă. Сторінки румунської шевченкіани. Двомовне видання. București: Editura RCR Editorial, 2016. Vol. 1. 696 s. <http://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/17580/file.pdf>
2. Pagini ale șevcenkianeii din România. Ediție bilingvă. Сторінки румунської шевченкіани. Двомовне видання. București: Editura RCR Editorial, 2017. Vol. 2. 590 s. <http://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/17581/file.pdf>
3. Носенко Тамара. Сторінки румунської шевченкіани [Pagini ale șevcenkianeii din România] // Слово і Час, 2018, травень, № 5 (689). С.107-111.
4. <http://www.hi-phi.org.ua/index.php/do-lektury/publikatsii-zakordonni/269-sevcenkianeii-2016-vol-1>; <http://www.hi-phi.org.ua/index.php/do-lektury/publikatsii-zakordonni/270-sevcenkianeii-2017-vol-2>
5. Кідещук Іван. Іван Ребошапка – видатний україніст і знавець усного й писаного слова: До 80-річчя з Дня народження // Наш голос. 2015. Травень. Число 251. С. 6-8. URL: <http://www.uur.ro/images/ziare/holos/2015/holos%20251.pdf>
6. Союз українців Румунії: офіційна сторінка: <http://www.uur.ro/index.php/uk/2015-12-14-19-04-23>
7. Житарюк Мар'ян. Румунська шевченкіана: від Константіна Доброджану-Гері («Almanahul Social-Democrat») до Івана Ребошапки («Наш голос»): статті, виступи, передмови в контексті монографічно-хрестоматійної антології. Подано до друку в науковий журнал «Український інформаційний простір» у січні 2019 р.
8. Наш голос: літературно-культурний журнал українських письменників Румунії: <http://www.uur.ro/index.php/uk/2015-12-14-19-04-23/nas-holos>

**BIBLIOGRAPHICAL ASPECT OF SHEVCHENKO STUDY IN ROMANIA
AND MONOGRAPHIC AND BASIC ANTHOLOGY
«PAGES OF ROMANIAN SHEVCHENKIANA»**

Marian Zhytaryuk

*Ivan Franko National University of Lviv
Gen. Chuprynky street, 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: mgzhyt@i.ua
<https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>*

On the basis of abstract reading of the two-volume bilingual (Ukrainian and Romanian) edition «Pages of the Romanian Shevchenko study» («Pagini ale Șevchenkianej din România») published in 2016-2017, of the magazine of Ukrainian writers in Romania, «Nash golos» («Our voice») (from its foundation in 1991 to 2015), in this publication for the first time in the Ukrainian journalistic studies a bibliographic index of literary criticisms, speeches, forewords and scientific exploring about Taras Shevchenko, his creative work and his writings, the national Ukrainian myth and code have been prepared.

Our publication is also intended to testify to the honored professor of the University of Bucharest and Chernivtsi National University after Yuriy Fedkovych Ivan Reboshapka, the main interpreter of the Romanian Shevchenko study. It was Professor Ivan Reboshapka who studied sources, composed texts, prepared forewords, realized translations, wrote summaries, notes and comments to a large volume of scholarly and journalistic Shevchenko study in Romania. If it were not for creative scientific and civil impulses of prof. I. Reboshapka, his inspiration, the anxiety and the desire to complete one of the most important life missions, I think, series of articles and explorings on the occasion of the 200th anniversary of the National Poet's birth and the 120th anniversary of Romanian Shevchenko study also would not appear in the Romanian Ukrainian-language magazine «Our voice» there would not have been a compiled and systematic edition in 1300 pages sponsored by the Union of Ukrainians in Romania.

We are aware of the presenting bibliographical index of Romanian Shevchenko study will not answer all the questions of journalists and literary critics, but we very much hope that it'll partly complement the European and world scientific heritage of Shevchenko studies, thereby extending the Ukrainian information and cultural space.

Key words: Taras Shevchenko, Romanian Shevchenko study, «Our voice», Ivan Reboshapka, Constantin Dobrozhianu-Geria, Union of Ukrainians of Romania.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 230–237 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10005>

УДК 007:316.773.2+004.6:004.92(045)

ІНТЕРАКТИВНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ВЕЛИКИХ ОБСЯГІВ ДАНИХ У МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «THE GUARDIAN»)

Анна Ліченко

Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука,
вул. акад. С. Дем'янчука, 4, 33027, Рівне, Україна
e-mail: pocket.pin@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3327-2323>

У статті виокремлено й охарактеризовано основні типи інтерактивних візуалізацій даних у медіа. Узагальнено базові принципи візуалізації даних. Окреслено вплив інтерактивності на сприйняття контенту медіа-аудиторією, а також вплив візуального образу на процес інтерпретації даних реципієнтами.

Ключові слова: дані, візуалізація даних, інтерактивна візуалізація, журналістика даних, візуальні комунікації.

Для редакцій мас-медіа питання пошуку найбільш ефективних способів донесення інформації до аудиторії завжди було і є одним із найбільш актуальних. Також для засобів масової інформації вкрай важливо, щоб реципієнт не лише отримував повідомлення, а й міг його правильно інтерпретувати. Проте зі стрімким розвитком цифрових технологій перед редакторами поставало все більше й більше нових викликів, пов'язаних зі сприйняттям контенту. Серед них інформаційна переважаність індивідумів, що спричиняє заголовкове читання й тяжіння до малих жанрових форм. Сьогодні медіа вже навчилися боротися за трафік і кліки (від англ. «click» – клацання); вони легко адаптують контент до перегляду на різних пристроях та онлайн платформах. Журналістика стала кросмедійною, одну й ту ж новину подають у формі твіта, замітки, подкасту, відео тощо, але нова проблема – це боротьба за час, який аудиторія приділяє контенту. Пересічний читач у середньому витрачає на перегляд веб-сторінки 15 секунд [1], зважаючи на це, медіа все частіше вдаються до візуалізації інформації, адже графічні образи допомагають реципієнту швидше й ефективніше сприймати великі обсяги даних. Наочність сприяє активізації асоціативного сприйняття й кращому запам'ятовуванню, а інтерактивність передбачає безпосередню участь користувача.

У звіті *Digital News Report 2017*, опублікованому *Reuters Institute*, зазначається, що 29% респондентів (онлайн опитування проводилось у 36 країнах, у кожній з яких

вибірка склала близько 2 тис. осіб – авт. прим.) відповіли, що часто або інколи утримуються від читання новин, здебільшого причинами є негативний вплив на настрій (48%) та сумніви щодо достовірності (37%) [2, с. 41]. З цього можемо виокремити ще два важливі виклики для медіа – емотивність як фактор комунікації та втрата довіри аудиторії. У контексті вище окреслених проблем розглянемо специфіку використання в мас-медіа інтерактивної візуалізації як способу ефективної репрезентації великих обсягів даних.

Вивченню візуальних комунікацій присвячено чимало досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема В. Шевченко, О. Ситник, Г. Цуканової, О. Гресько, С. Сімакової, Р. Вільямса, Дж. Ньютона, П. Лестера, Н. Дуарте та ін. Принципи, методи та практичні аспекти візуалізації даних окреслено в працях: «Data Points: Visualization That Means Something» N. Yau; «Handbook of Data Visualization» (за ред. Chun-houh Chen, Wolfgang Karl Härdle, Antony Unwin); «Beautiful Visualization: Looking at Data through the Eyes of Experts» J. Steele, N. Iliinsky; «Narrative Visualization: Telling Stories with Data» E. Segel, J. Heer; «The Visual Display of Quantitative Information» E. Tufte та ін. Натомість у вітчизняній науці про соціальні комунікації питання застосування інтерактивних візуалізацій для репрезентації великих обсягів даних практично не розглядалося, тому дослідження вказаної проблеми є актуальним.

Мета статті – виокремити та охарактеризувати функціональні особливості інтерактивної візуалізації як способу представлення великих обсягів даних у медіа. Мета дослідження передбачає розв'язання ключових завдань:

- дати визначення поняттям «візуалізація даних», «інтерактивна візуалізація»;
- охарактеризувати основні типи інтерактивних візуалізацій даних у сучасних медіа;
- з'ясувати значення інтерактивного компоненту в системі взаємодії «аудиторія-контент».

У світовій медійній практиці опрацювання й репрезентація великих обсягів даних уже не є новим чи унікальним явищем, дедалі більше редакцій працюють у галузі data-журналістики. Дослідження *Google News Lab* і *PolicyViz*, проведене в 2017 році, показує, що 42% опитаних журналістів засвідчили, що регулярно використовують дані для того, щоб розповідати історії; а 51% новинних організацій мають у своєму штаті журналіста, що спеціалізується на роботі з даними [3, с. 3]. Робота з даними зазвичай передбачає декілька етапів, щонайменше – це збір даних, їх аналіз та візуалізація. У нашому дослідженні ми розглядатимемо останній етап – візуалізацію, адже саме вона є кінцевим результатом, який бачить аудиторія того чи іншого медіа. Спочатку варто з'ясувати значення поняття «візуалізація даних».

Німецький спеціаліст із візуалізації даних і один із співавторів відомої праці «Журналістика даних: Посібник» Грегор Айш зазначає: «Дані самі по собі – як послідовність бітів та байтів, що зберігається у файлі на жорсткому диску комп'ютера – є невидимими. Щоб побачити їх та зрозуміти їхнє значення, нам потрібно візуалізувати ці дані. У цій главі я маю намір використовувати ширше визначення терміну «візуалізація», яке включає навіть просте текстове представлення даних. Наприклад, елементарне завантаження бази даних у програму електронних таблиць вже можна розглядати як візуалізацію даних» [4]. З цього розуміємо, що візуалізацію даних можна розглядати у ширшому та вужчому контексті. Ширше тлумачення передбачає, що візуалізація даних – це будь-яке наочне представлення даних (текстове,

табличне, графічне тощо). Натомість у вужчому контексті візуалізацію даних тлумачать як графічне (статичне або інтерактивне) представлення даних, метою якого є донести до аудиторії значний обсяг інформації в легкій для сприйняття, зрозумілій і лаконічній формі. У нашому дослідженні ми використовуємо вужче тлумачення.

Основне завдання візуалізації даних у мас-медіа – інформувати, за допомогою чисел (кількісної інформації) та графічних образів автор розкриває перед читачем певну цілісну історію; показує раніше небачені взаємозв'язки, кореляції, трансформації, пояснює важливі явища, причини та наслідки тощо. Автор книги «The Functional Art» («Функціональне мистецтво») Альберто Каїро зауважує: «Перша і головна мета будь-якої графіки чи візуалізації – бути інструментом для ваших очей і мозку, що дозволить сприймати те, що знаходиться поза межами їхньої природної досяжності» [5].

Для того, щоб візуалізація була максимально читабельною варто дотримуватись базових принципів візуалізації даних:

- дані повинні бути достовірними, добре структурованими та повними, не варто візуалізувати набір даних, що містить багато пропусків;
- тип візуалізації потрібно вибирати залежно від типу даних та мети (порівняння, показ змін у часі, руху і т.д.);
- візуалізація повинна доносити головні тези, проте не варто обмежуватись виключно представленням числових даних, потрібно розкривати контекст;
- візуалізація повинна містити усі необхідні структурні елементи: заголовок, підзаголовок, вказівку на джерело даних, легенду, назви осей тощо;
- складні для сприйняття візуалізації краще «розбивати» на декілька окремих зображень;
- обирати зрозумілий формат чисел, логічно впорядковувати дані;
- не варто перенавантажувати графік зайвими графічними елементами, які не мають змістового значення, краще надавати перевагу простому дизайну, традиційним поєднанням кольорів тощо.

Інтерактивна візуалізація даних – це різновид графічного представлення даних, що дозволяє користувачу інтерпретувати та аналізувати дані, взаємодіючи з ними. Інтерактивність може застосовуватись на рівні зміни кольору, розміру, форми, руху візуальних об'єктів тощо. Розглянемо це на декількох прикладах візуалізацій видання «The Guardian»:

1) зміна розміру графічного об'єкта. У матеріалі «Bezos's empire: how Amazon became the world's most valuable retailer» («Імперія Безоса: як Amazon став найдорожчим у світі роздрібним продавцем») [6] за допомогою візуалізації показано, як зростав річний дохід компанії Amazon з 1996 року до 2017. Дохід компанії закодовано у формі кола, яке збільшується, коли користувач прокручує сторінку (*див. рис. 1*).

2) зміна кольору (інтенсивності кольору) графічного об'єкта. У матеріалі «Revealed: one in four Europeans vote populist» («Виявлено: кожен четвертий єропеець голосує за популіста») [7] за допомогою зміни кольору показано, в яких державах найактивніше голосують за популістів, а також трансформацію в часовому вимірі з 1998 року до 2018. Розшифрувати значення кольору можна за допомогою шкали, що показує відсоток голосів від 0 до 40 (*див. рис. 2*).

3) рух одного чи декількох об'єктів. У матеріалі «Deadly weather: the human cost of 2018's climate disasters – visual guide» («Смертельна погода: людські втрати від клі-

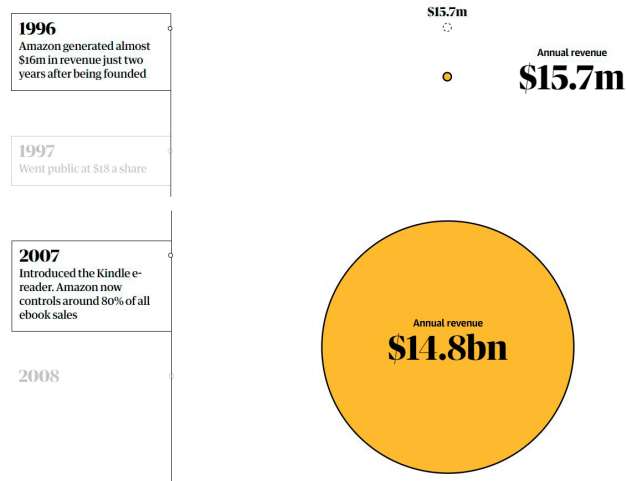


Рис. 1. Приклад інтерактивної візуалізації зі зміною розміру об'єкта [6].

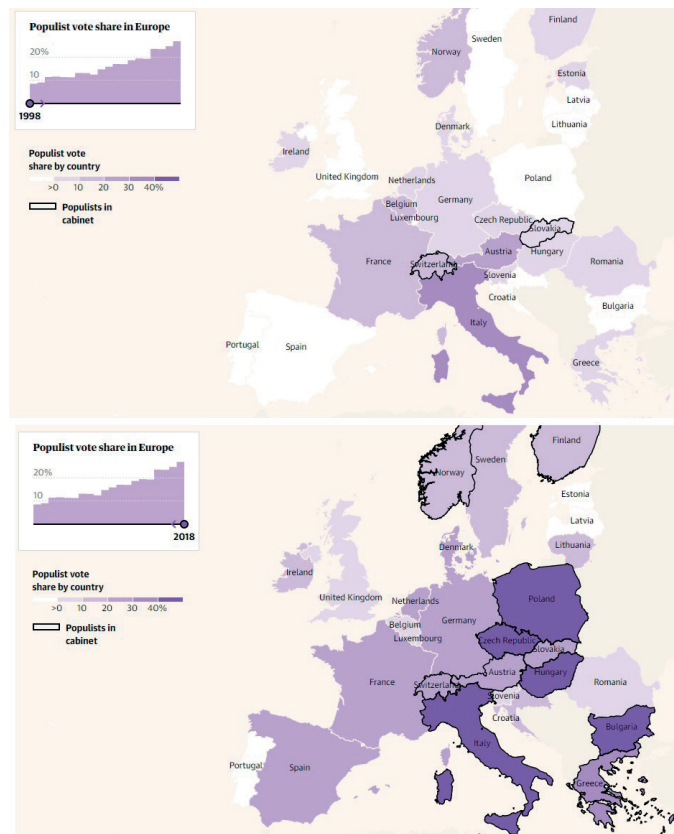


Рис. 2. Приклад інтерактивної візуалізації зі зміною кольору об'єкта [7].

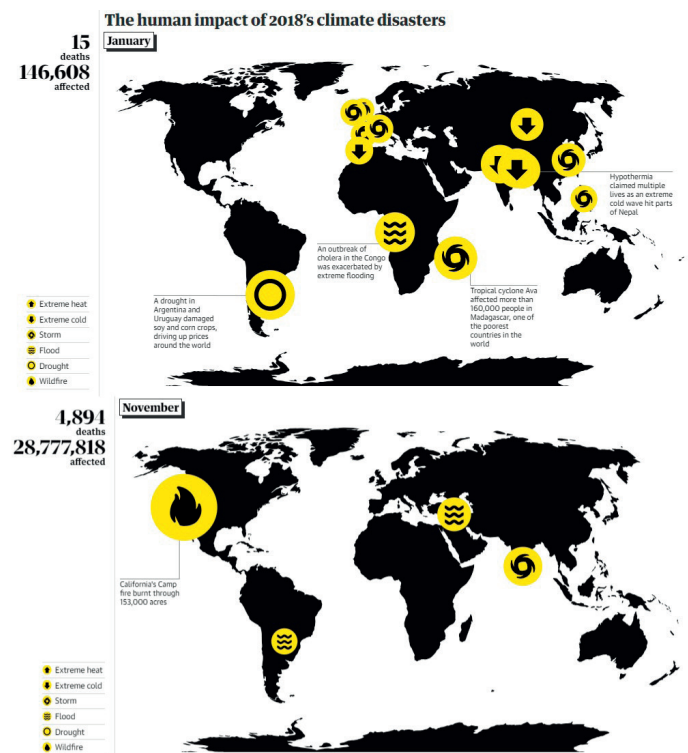


Рис. 3. Приклад інтерактивної візуалізації з рухом об'єктів [8].

матичних катастроф 2018 року: візуальний довідник») [8] представлено дані з EM-DAT: База даних надзвичайних подій, Université catholique de Louvain (UCL), Центр досліджень епідеміології катастроф, Debarati Guha-Sapir. Візуалізація показує, в яких регіонах світу протягом року були стихійні лиха, що забрали життя 10 і більше осіб. Дані змінюються залежно від місяця (з січня по листопад). Прокручуючи мапу, користувач бачить переміщення умовних позначок на ній, позначки ідентифікують тип катастрофи, а також з'являється текстова інформація, що доповнює чи роз'яснює дані (див. рис. 3).

Також інтерактивність часто застосовується задля ідентифікації графічних елементів, наводячи курсор на певний елемент зображення, графіка чи мапи, користувач бачить мітку, що ідентифікує (пояснює) елемент ділянки (числове значення, текстове пояснення тощо). Саме ідентифікація є одним із найпростіших й найпоширеніших елементів інтерактивних візуалізацій. Наприклад, такий різновид інтерактивності використаний у візуалізації «European elections: UK results» («Європейські вибори: результати Великобританії») [9], зокрема на мапі можна ідентифікувати регіон і побачити результати голосування.

Ще одним різновидом інтерактивної візуалізації даних є візуалізація, що передбачає кастомізацію (у нашому контексті – це вибір і перегляд користувачем окремого сегменту даних, фільтрація даних за обраними критеріями тощо). Прикладом може бути візуалізація «Which cities are liveable without air conditioning – and for how

much longer?» («Які міста можуть жити без кондиціонування повітря – і як довго?») [10], читач може обрати з переліку запропонованих міст світу ті, які його цікавлять, і переглянути дані про них. Такий вибір спонукає аудиторію до активної взаємодії з контентом, а також це частково вирішує проблему того, що сучасний читач швидко втрачає інтерес до інформації й залишає веб-сторінку.

Основні типи інтерактивних візуалізацій даних у медіа, на наш погляд, доцільно класифікувати залежно від мети (інтенції) візуалізації: опис, порівняння, показ змін у часі, встановлення причинно-наслідкових зв'язків та ін. Це зумовлено тим, що першочергове значення має все ж таки історія, яку розкривають дані, а графічне представлення є «зовнішньою оболонкою», що полегшує сприйняття інформації, робить її читабельною та зрозумілою для аудиторії. Таким чином, залежно від мети візуалізації вирізнятимемо інтерактивні візуалізації, що:

- описують явища, події чи процеси («*Deadly weather: the human cost of 2018's climate disasters – visual guide*» («Смертельна погода: людські втрати від кліматичних катастроф 2018 року: візуальний довідник») [8]);
- порівнюють дані («*Gender pay gap: what we learned and how to fix it*» («Гендерний розрив у оплаті праці: що ми дізналися і як його виправити?») [11]);
- показують зв'язки та залежності («*Watch how the measles outbreak spreads when kids get vaccinated – and when they don't*» («Подивіться, як розповсюджується спалах кору, якщо діти вакциновані та якщо ні») [12]);
- демонструють зміни (трансформації) в часовому вимірі («*How death has changed over 100 years in Britain*» («Як змінилася смертність у Британії за останні 100 років») [13]).

Ще одним важливим аспектом є інтерпретація даних аудиторією, адже читач повинен не лише побачити яскраву інтерактивну картинку, а й правильно розкодувати зміст, зрозуміти сутність історії. Автор книги «Говори мовою діаграм» Джин Желязни пропонує розрізняти «візуальні концепції» (складаються з абстрактних геометричних форм – стрілок, трикутників і т.д.) і «візуальні метафори» (предмети нашого життя – сходи, лабіринти, головоломки і т.д.) [14, ст. 112]. На нашу думку, «візуальними метафорами» можна також вважати впізнавані графічні образи, що активують асоціативне сприйняття й таким чином допомагають реципієнту ефективно інтерпретувати інформацію. Такою «візуальною метафорою» може бути навіть колір, наприклад, візуалізуючи дані про кількість пожеж, доцільно використати червоний або помаранчевий колір, який одразу викликає у свідомості читача стійку асоціацію. Аудиторія найкраще сприймає дані, коли вони подані просто, логічно, супроводжуються необхідними роз'ясненнями, зрозумілою легендою. Водночас фахівці зазначають: «Візуалізація має бути легкою для розуміння з першого погляду, але при цьому досить складною для того, щоб запропонувати щось цікаве людям, які хочуть заглибитися в неї» [4].

Отже, інтерактивна візуалізація – це спосіб представлення даних у графічній формі, легкій та доступній для сприйняття. Візуалізації пояснюють складні явища, залежності та зв'язки, але при цьому аудиторія не потребує значних часових затрат на споживання контенту. Серед функціональних особливостей інтерактивних візуалізацій доречно виокремити: здатні привертати увагу аудиторії, а інтерактивність сприяє тому, що читач безпосередньо взаємодіє з контентом; інтерактивність може передбачати кастомізацію, що допомагає аудиторії фільтрувати, порівнювати, ана-

лізувати дані; активують наочне та асоціативне сприйняття, що якісно впливає на розуміння та запам'ятовування інформації; наочність є складовою емотивного сприйняття; можуть використовуватись у якості аргументативної бази. Подальші дослідження з цієї проблеми будуть спрямовані на більш детальне вивчення впливу графічних образів на процес інтерпретації даних читацькою аудиторією.

REFERENCES

1. Haile T. What You Think You Know about the Web Is Wrong [Електронний ресурс] / Tony Haile // Time. 2014. – Режим доступу : <http://time.com/12933/what-you-think-you-know-about-the-web-is-wrong/>. Дата звернення : 28.01.2019
2. Reuters Institute Digital News Report 2017/[N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos та ін.]. 136 с.
3. Rogers S. Data Journalism in 2017: The Current State and Challenges Facing the Field Today / S. Rogers, J. Schwabish, D. Bowers., 2017. 24 с.
4. Журналістика даних: Посібник [Електронний ресурс] / За заг. ред. Джонатана Грея, Ліліани Бонегру, Люсі Чемберс. 2012. – Режим доступу : <http://texty.org.ua/pg/book/newsmaker/read/40161>. Дата звернення : 29.01.2019
5. Cairo A. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization [Електронний ресурс] / Alberto Cairo. 2012. – Режим доступу : http://www.elartefuncional.com/images/Intro_chapter1.pdf. Дата звернення : 29.01.2019
6. Holder J. Bezos's empire: how Amazon became the world's most valuable retailer [Електронний ресурс] / J. Holder, A. Hern // The Guardian. 2018. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2018/apr/24/bezoss-empire-how-amazon-became-the-worlds-biggest-retailer>. Дата звернення : 29.01.2019
7. Revealed: one in four Europeans vote populist [Електронний ресурс] / [P. Lewis, C. Barr, J. Holder та ін.] // The Guardian. 2018. – Режим доступу : https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2018/nov/20/revealed-one-in-four-europeans-vote-populist?CMP=share_btn_fb. Дата звернення : 29.01.2019
8. Deadly weather: the human cost of 2018's climate disasters – visual guide [Електронний ресурс] / [D. Levitt, P. Andringa, F. Hulley-Jones та ін.] // The Guardian. 2018. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/environment/ng-interactive/2018/dec/21/deadly-weather-the-human-cost-of-2018s-climate-disasters-visual-guide>. Дата звернення : 30.01.2019
9. European elections: UK results [Електронний ресурс] // The Guardian. 2014. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/politics/ng-interactive/2014/may/25/european-elections-uk-results>. Дата звернення : 30.01.2019
10. Gray N. Which cities are liveable without air conditioning – and for how much longer? [Електронний ресурс] / N. Gray, A. Voce // The Guardian. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/cities/ng-interactive/2018/aug/14/which-cities-are-liveable-without-air-conditioning-and-for-how-much-longer>. Дата звернення : 30.01.2019
11. Kommenda N. Gender pay gap: what we learned and how to fix it [Електронний ресурс] / N. Kommenda, C. Barr, J. Holder // The Guardian. 2018. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/news/ng-interactive/2018/apr/05/women-are-paid-less-than-men-heres-how-to-fix-it>. Дата звернення : 30.01.2019

12. Harris R. Watch how the measles outbreak spreads when kids get vaccinated – and when they don't [Електронний ресурс] / R. Harris, N. Popovich, K. Powell // The Guardian. 2015. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/society/ng-interactive/2015/feb/05/-sp-watch-how-measles-outbreak-spreads-when-kids-get-vaccinated>. Дата звернення : 30.01.2019
13. Davis N. How death has changed over 100 years in Britain [Електронний ресурс] / N. Davis, N. Kommenda, C. Barr // The Guardian. 2017. – Режим доступу : https://www.theguardian.com/lifeandstyle/ng-interactive/2017/sep/18/how-death-has-changed-over-100-years-in-britain?CMP=share_btn_tw. Дата звернення : 30.01.2019
14. Желязны Д. Говори на языке диаграмм: Пособие по визуальным коммуникациям для руководителей / Джин Желязны. М. : Институт комплексных стратегических исследований, 2004. 220 с.

INTERACTIVE VISUALIZATION AS A WAY OF REPRESENTING A LARGE AMOUNT OF DATA IN THE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF THE GUARDIAN)

Anna Lichenko

*International Economics and Humanities University
Academician Stepan Demyanchuk's Name,
acad. S. Demianchuk Str., 4, 33027, Rivne, Ukraine
e-mail: pocket.pin@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3327-2323>*

This paper classifies and describes the main types of interactive data visualization in the media. It also provides a brief overview of the basic principles of data visualizations. We have attempted to explain the impact of interactivity on the perception of information by the audience. We defined interactive visualization as a form of graphical representation of data that enables the exploration and interpretation of data via the manipulation of chart images (for example, the color, size, shape, and movement of objects can be changed).

Media audience is much better at understanding data when it is presented graphically rather than numerically. The readership should interpret the data correctly, so journalists need to follow the basic rules of visualization, for example, the visualization must contain all the necessary structural elements: title, subtitle, indication of the data source, legend, names of the axes, etc. The main rule is that data must tell the story. Interactive data visualizations allow the readership to see connections in data, correlations, and changes in time, etc. We propose to classify interactive data visualization depending on the purpose of visualizing. We have made the following conclusions: interactive visualization is one of the most effective ways of representing the data because it helps people quickly examine and understand information; interactivity also helps attract and retain reader attention; interactive functionality helps enhance data analysis; interactive map is one of the most commonly used types of data visualization; data visualization is used as a component of argumentation in analytical articles.

Key words: data, data visualization, interactive visualization, data journalism, visual communications.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 238–250 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10006>

УДК 07:316.4]“20”

ЧІЛЬНИЙ АКЦЕНТ СУЧАСНОСТІ: МЕДІАТИЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ САМОВИЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТОСТІ І СПІЛЬНОТИ

Йосип Лось

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,*

e-mail: jlos@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7531-8043>

Розглянуто на основі сучасних досліджень ідентифікації людської особистості й національної та соціальної спільноти (наукові ресурси і мас-медіа) питання визначення суті й ролі особи і спільнот у сучасних умовах «зміни епох» – від тотальної стривоженості до органічного упорядкування буття.

Ключові слова: особистість, спільнота, ідеали, ідентичність, сучасність, мас-медіа, аргументація, органічність, історична свідомість.

Постановка проблеми. Обґрунтовано примат ідеалів, закодованих в суцільній історичній пам'яті народів, від мотивації Рігведи («Нехай прийдуть благородні думки до вас з усіх сторін») до орієнтації на «шляхетно здисципліновані душі» (Гете), цілеспрямованої апеляції «бути людьми», сповідуючи «святую правду-справедливість» (Тарас Шевченко), орієнтації на мету буття – «цивілізацію любові», «соціально-милосердя» (Іван Павло II). Фундаментальні дослідження фахівцями «вищої ліги журналістики» – власне світоглядної публіцистики – сценарію, який базується на матеріалістичному нігілізмі й керує долею планети, результатом чого є моральне виснаження народів і сучасної цивілізації назагал, знесення буття у мас-медіа, зіставляється з макротекстами, що обґрунтовують перспективи життя в оптимістичному світі, доводять потребу формування світоглядно-орієнтаційних засад якісно нової епохи, полегшують людям здійснення їх життєвого призначення творити добро – адже усе, що нелюдське, є безсенсовним і даремним, як довела історія.

Йдеться рівно ж про роль Слова, що Визволяє, а не поневолює, про гідність мислення журналістів – Апостолів Істини. Тому, за польським вченим Гжегожем Янковічем, «власну та ідентичність дійсності довкола нас трактуємо як текст, сенс якого не є завчасно і раз назавжди даним, натомість виакцентується у процесі читання, є ефектом інтерпретації – одного з найбільших наших винаходів. Якби ми не творили значень, неможливим було б налагодження відносин між людьми, неможливим було б також будувати і жити на світі» [1].

Отож використовуємо ряд авторитетних досліджень проблеми: Барг М. А. Эпохи и идеи. – М., 1987; Колінгвуд Робін Дж. Ідея історії. – К., 1996; Ясперс Карл. Психологія світоглядів. – К., 2009; Помян Кшиштоф. Європа та її нації. – Львів, 2003; Мандер Джерри. Когда не остается ничего святого. Провал технологий и судьба коренных народов. – К., 2007; Церква і соціальні проблеми. – Львів, 2000; Онацький Євген. Портрети в профіль. – К., 2016; Єрмоленко Анатолій. Кореляція культури і цивілізації в становленні української модерної ідентичності. – Вісник Львівського університету. Серія філософські науки. Випуск 20. – 2018. – С. 9-20; Jan Pawel II. Wiara i kultura – Rzym-Lublin, 1988; Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnien deontologii dziennikarskiej. – Olsztyn, 1996; Puzynina Jadwiga. Słowo – Wartość – Kultura. – Lublin, 1997; Picard Robert G. Kto oddzieli ziarno od plew. – Gazeta Wyborcza. – 2013, 5-6 października (див. також бібліографію).

НАЦІЯ, СОЦІУМ, ОСОБИСТІТЬ:

Діагноз. Пошуки альтернатив. Перспективи

На початку кілька засадничих речей. Історія як навчителька життя довела, що людство безперестанку шукало достойнішу модель співжиття, ніж існуючий тотальний і безнадійний «прогрес», рівно ж – неминучість перемоги добра над злом. Зрештою, усі імперії, чи мілітарно-політичні, диктаторські, чи імперії зиску – розпадаються. Мотором історичного процесу по суті є пошук та реалізація властивої, тобто морально-ціннісної ідентичності. Вписуючись у порядок Всесвіту, далекоглядні особистості, у тому числі публіцисти, доводили доконечну потребу рівноваги упорядкованості буття і свободи як істини, плекання культури як образу душі народу, причому доконечно важливе поєднання її з етнічними структурами. Застановімося над думкою Василя Лісового: «Звуження генетичного фонду – велика втрата для людства... Чим життя важливе? Для нас, нашого народу це значить: як витворити оце відчуття архетипів культури, цих святинь нашої культури так, щоб був інтимний зв'язок з нашою історією, з нашими предками, які... побудували добрі стосунки з природою; культ предків існував як цінність. До того ж розрив із еволюцією спричиняє великі трагедії» [2; 21]. Юрій Липа, до слова, цю проблематику глибоко розробив у книзі «Призначення України».

Методологічним доповненням цих висновків можуть служити такі два принципово важливі положення, що їх багато разів використовували вчені та журналісти. Отож Іван Франко: «Все, що йде поза рами нації, се або фарисейство людей, що інтернаціональними ідеалами раді би прикрити свої змагання до панування одної нації над другою, або хворобливий сентименталізм фантастів, що раді би широкими «вселюдськими фразами» покрити своє духове відчуження від рідної нації. Може бути, що колись надійде пора консолідування якихсь вольних міжнародних союзів для досягнення вищих міжнародних цілей. Але се може статися аж тоді, коли всі національні змагання будуть сповнені і коли національні кривди та неволення відійдуть у сферу історичних споминів. А поки що треба нам із чеським поетом стояти на тім:

*У зорях небесних великий закон
Написаний, золотолитий,
Закон над закони: свій рідний край
Над все ти повинен любити*

(Із «Космічних пісень» Яна Неруди) [3; 276-285].

Микола Сціборський натомість посутніше від багатьох світових теоретиків держави та суспільства обґрунтував принципи, що їх сьогодні знову втілюють в життя, саме у контексті процесу новітньої ідентифікації: «Держава – це *не лише* організована *доцільність*; це насамперед *святе святих* нації, що *зобов'язує* кожного громадянина до *служіння, жертв і високих духовних поривів*.

Не внутрішня боротьба *часткових інтересів*, тільки *солідарні, узгіднені зусилля цілого суспільства*, спрямовані на забезпечення сили й ладу держави, можуть гарантувати в лоні нації *всім її* прощаруванням внутрішній мир, охорону, працю, законність, соціальну справедливість і розвиток» [4; 74].

Ситуація ніколи не буває розпачливою. Важливо прагнути внести свій вклад до невинного розвитку людської цивілізації, аби взяти на себе відповідальність за майбутній добробут людства. Найвищою метою діяльності має стати і збереження глобальної біосфери, і забезпечення творчого потенціалу та розмаїття культур і націй. Пам'ятаймо: насамперед усе, що мало місце протягом століть і тисячоліть, несе печать минулого часу. Тому якнайпильнішим предметом історичного дослідження в онтологічному плані, себто так, як було, а не так, як історичні факти заломлюються у призмі суб'єктивного підходу, повинні стати **уроки, а не механічне перенесення тогочасних історичних реалій у сучасні умовини**, бо це нонсенс психологічний, науковий, онтологічний.

Якщо ми зосередимося бодай на одному, ХХ столітті, то найголовніший його урок стисло висловила газета «Нью-Йорк Таймс» у редакційній статті за 26 січня 1995 року: «Кажучи песимістично, наше століття можна назвати століттям Сатани. Ще ніколи в історії люди не виявляли такої схильності, такого бажання вбивати мільйони інших людей через расову, релігійну чи класову приналежність». Катастрофічна доба безладдя, коли вчинено стільки політичного, соціального, економічного та іншого зла при колосальному науковому потенціалі до добра, змушувала багатьох морально та інтелектуально оснащених публіцистів (дуже часто вони виступають також як вчені, письменники, культурологи, духовні особи) ставити засадничі питання: «Чому?», «Де джерело зла?».

Із сотень концептуальних публікацій такого плану назвемо декілька типових з різних країн, років, видань. У «Філософських дослідженнях про суть людської свободи...» Фрідріха Шеллінга фахівці з царини німецького романтизму звернули увагу на глибоку думку про те, чому так повільно і з великими блуканнями розвивається людський рід. Відповідь він дав багатоаспектну: це входить в задум Бога про світ і людину. Усе покликане удосконалюватися абсолютно добровільно; сили, що протистоять собі, повинні повністю виявити свою волю таким чином, щоб злі саморозвінчалися і вичерпали себе до споду, відтак, можливо, стали спроможними на метаморфозу, на звернення до блага. Принагідно: інший представник цієї течії Йоганн Готтфрід Гердер під впливом актуальності «українського питання» в тогочасній європейській політиці після поразки виступу Івана Мазепи прорік, що «Україна стане новою Грецією. Гарне небо цього народу, його весела вдача, його музикальна натура, його родюча земля і т. д. колись прокинуться; з численних малих диких народів, якими також колись були греки, постане культурна нація. Її кордони простягнуться аж до Чорного моря, а звідти – через увесь світ» [5; 39].

Індієць Ауробіндо в ґрунтовному есеї «Людський цикл» майже сто років тому довів неминучість переходу комерційної цивілізації в духовну. Іспанець Ортега-і-Га-

сет в нарисі «Бунт мас» переконливо довів згубність споживацького суспільства. Ленс Морроу в американському тижневику «Тайм» опублікував розгорнуту й тематично системну статтю-огляд під назвою «Зло». Вже сама постановка проблеми, починаючи від посилання на «Книгу Йова», цього блискучого трактату про таємницю зла, і закінчуючи запитаннями-очікуваннями про можливість «усунути всі сліди споконвічного зла, підлості, насильства, племінної ворожнечі, жадоби вбивати», водночас – «чи втрачає добро свій сенс і призначення у світі», спонукає до замислення (евристичний текст). Бо ж потім енциклопедично виразно проаналізовано доведені факти вселенських «апокаліпсисів», від двох світових воєн, геноциду вірменів, українців, євреїв, кампучійців та інші зловіщі приклади заглади мільйонів людей. Навіть короткі спогади про зміни на краще останнім часом, наведений «чорний послужний список» людей Землі – це попередження на майбутнє [6; 8-9].

Оригінально «підсумувало» ХХ століття впливове польське суспільно-релігійне видання «Тижневик для всіх» (Tygodnik Powszechny). З нагоди 55-річчя журналу 1 квітня 2000 року простору залу Ради Суспільно-Королівського Міста Кракова заповнили тисяча осіб. Вони стали учасниками «Суду над ХХ століттям». За усіма правилами правової держави видатні вчені, кіномитці, літератори, політики, культурологи та журналісти (автором ідеї та сценарію «Суду» й був відомий публіцист Пьотр Мухарський (Piotr Mucharski)) чотири години усебічно обговорювали здобутки і злочини епохи – з восьми звинувачень:

1. Чи оскаржений винен через результати легковажної довіри розумові? **Винен;**
2. Чи оскаржений винен у поневоленні людини через підпорядкування її масі? **Винен;**
3. Чи оскаржений винен у практикуванні демократії як владу більшості, тобто як чисту процедуру? **Не винен;**
4. Чи оскаржений винен у деградації вартості людського життя? **Винен;**
5. Чи оскаржений винен у поділі світу на багату Північ і бідний Південь? **Не винен;**
6. Чи оскаржений винен у безвідповідальному використанні наукових відкриттів? **Не винен;**
7. Чи оскаржений винен у тому, що людину позбавлено спроможності раціонального пошуку сенсу життя? **Не винен;**
8. Чи оскаржений винен у перериванні тяглості пам'яті і відтак знищенні тривалості культури та заміну її масовою культурою? **Не винен.**

Повний запис «суду» був опублікований на восьми сторінках додатку до спеціального номера [7].

Індивідуальне буття національності як динамічної цінності дозволяє виявити найперспективніше загальнолюдське. Збагнути сенс цього через різнопланові аргументи дозволяють (вибірково, як золотий фонд публіцистики, крім названих вище) публікації спеціального номера журналу «Кур'єр ЮНЕСКО» – «Універсальність – поняття європейське?» (1992, вересень-жовтень); системна розмова Артура Домославського з Ришардом Капусьцінським про спадок народів, механізм «чорно-білого» мислення сучасних мас-медіа, перехід «Європи-світу» до «Європи у світі», культуру праці, гідного потрактування й визнання самовизначення особистості й спільноти, історичність свідомості, потребу наново переосмислити світ («Ciszej z tymi werblami». – Gazeta Wyborcza. – 2002, 24-26 grudnia. – S. 16-19); підсумкові

судження Ігоря Сюднюкова про круглий стіл у Національному інституті стратегічних досліджень на тему «Історична пам'ять як поле змагань за ідентичність», зокрема про поставлену Євгеном Сверстюком проблему – чим відрізняється історична пам'ять у кожного конкретного народу (Див.: «Право бути собою». – День, 24 квітня 2008 року. – С. 1, 4); стаття Ніла Габлера «Кінець світу ідей» з газети «Нью-Йорк Таймс», яка орієнтує читача на найважливішій функції ідей – не лише пізнати світ, але насправді його зрозуміти, тимчасом ми живемо у світі постідей, вони змізерніли (Opinion. The Elusive Big Idea. By Neal Gabler. – The New York Times. – 2011, August 13); рецензія Декки Ейткенгед (Decca Aitkenhead) на книгу Гарвардського професора політичної філософії Майкла Сендела (Michael Sandel) «Чого не купиш за гроші» – у ній засуджують нинішні орієнтири на вигоду, коли кожна людська активність оцінена та обернена в товар і всі оціночні судження замінені простим питанням: «Скільки?» (The Guardian. – 2012. 06); промова Світлани Алексієвич на врученні їй Премії миру Союзу німецьких книгопродавців, повністю передрукована газетою «День» (Див.: Світлана Алексієвич: «Я спускалася в пекло, щоб знайти людину». Білоруська письменниця Світлана Алексієвич розмірковує про феномен «червоної людини». – День. – 2013, 12 листопада); стаття Джеймса Мейса «Європа: матеріалізація привидів», у якій через бінокулярний історичний зір йдеться про постгеноцидний синдром роздвоєння в Україні, нерішучість європейських політиків, про лінію «європейського цивілізаційного розлому, який має політичний і світоглядний характер і пролягає по невидимих кордонах довоєнної радянщини, де збирали свої криваві жнива голодомори, репресії... Донині існує небезпека творення штучних політичних і соціальних конструкцій та схем, які розділяють, а не об'єднують інтелектуалів світу. За позірною їхньою аксіоматичністю ховається не просто чванькуватість західних мислителів, а культурний і соціальний расизм» (Джеймс Мейс. Європа: матеріалізація привидів. – День. – 2014, 14-15 лютого. – С. 22); стаття-дослідження Надзвичайного і Повноважного Посла України Олександра Сліпченка «Сто років тому в Парижі...», в якій на основі архівних матеріалів, публікацій тодішньої преси відтворено недалекоглядність провідних європейських політиків, а також невміння української еліти сконсолідуватися у вирішальні історичні моменти (Дзеркало тижня. – 2019, 16 березня. – С. 15).

Два приклади предметних досліджень мас-медіа заслуговують на ширше тлумачення й наукове узагальнення. Газета «Гардіан» (The Guardian) у числі за 19 жовтня 2011 року вмістила фундаментальну статтю Річарда Готта (Richard Gott) «Малий великий міт». Англійський історик, фахівець з ділянки колоніальних загарбань, автор книги «Британська імперія. Опір. Репресії. Бунт» (Britain's Empire. Resistance, repression and revolt) спростовує сфальшований образ колоніальних завоювань своєї країни. Згадуючи минуле «з набожною повагою», політики усіх партій не беруть до уваги позицію пригноблених народів. Поява британської імперії спричинила забарвлення мапи світу червоним кольором армійських мундирів британців. Колір цей, стверджує автор, дуже пасував до контексту, оскільки імперія була збудована і два століття структурно утримувалася на шляху розливу крові поневолених народів. А також війнами, несамовитою жорстокістю і визиском. Книга рясніє фактами епідемій, невілництва, битв, катувань, масових винищень мільйонів людей. Водночас були й великі жертви серед окупантів, яких насильно мобілізували до війська чи висилали в колонії.

Імперію збудовано на територіях, що належали іншим народам – звідси шалений опір автохтонів, які не мирилися з фізичною та культурною екстермінацією. Згадаймо бодай бунт сипаїв в 1857 році, жорстоке придушення повстання на Ямайці в 1867 році, масакру в Амрістані у 1919 році. Річард Готт: «Цього не вдасться замовчати. Однак масштаб і тривалість імперських репресій протягом десятиліть ніколи не були задокументовані належним чином». Особливий акцент зроблено на долі ірландців, які «ніколи не зрікалися своїх коренів».

Аналізуючи колоніальні завоювання іспанців, португальців, голландців, французів, італійців, німців і бельгійців, автор книги й у статті в авторитетній газеті наголошує на пограбуванні підкорених народів – відтак це стало мотором розвитку Європи протягом чотирьох століть, які й змінили обличчя світу. Висновок Р. Готта: «Досвід Британії можна порівняти з навалами Чингісхана... Володарі Британії стали організаторами перших масових злочинів проти людства, таким чином можуть конкурувати з диктаторами ХХ століття... Елімінація «недолюдків», оголошена історичною необхідністю, допомогла збудувати фундамент расистських ідеологій, які розплодилися у Європі. Технічний прогрес збільшив рівень винищення, що їх здійснено раніше».

Матеріал супроводжується переконливою статистикою – від початку експансії в 1573 року до 1997 року, коли Гонконг приєднано до Китаю згідно з порозумінням від 1984 року, а також фотоілюстраціями [8].

Маємо ще один приклад, але вже наскрізь фальшивої інтерпретації історії – вже речниками російсько-ординського й російсько-більшовицького імперіалізму, дотичного до долі України аж під сучасну пору. В Україні, Польщі, інших країнах вже відтворено «хронометраж» і сутність цього експериментального, водночас звироднілого явища світової історії. Долучилися до цього й деякі чесні російські інтелектуали. В аргументації варто й надалі використовувати судження та висновки знакових постатей про сутність Росії як субстанції. Ось Петро Чаадаєв: «Ми, можна сказати, народ винятковий. Ми належимо до числа тих націй, які мовби не входять у склад людства, а існують лише для того, щоб дати світові певний важливий урок» [9]. Також рекомендуємо прочитати упорядковане професором Мар'яном Житарюком перше видання творів П. Я. Чаадаєва українською мовою «Філософічні листи. Апологія божевільного. Уривки та різні думки (1828–1850-ті роки)» [21].

Повчальними залишаються донині, можливо – навіть особливо сьогодні! – такі витяги з книги французького дослідника Астольфа де Кюстіна «Росія 1839 року»: «У народі – давке відчуття тривоги, в армії – неймовірне звірство, в адміністрації – терор, що поширюється навіть на тих, хто тероризує інших, у церкві – низькопоклонство і шовінізм, серед знаті – лицемірство й святенництво, серед нижчих класів – невігластво й крайні злидні. І для всіх і кожного – Сибір. Ось така ця країна, якою її зробила історія, природа чи Провидіння... Милосердя вважається слабкістю у народу, вихованого терором» [10; 36-38]. У «Короткому звіті про подорож» Кюстін пояснює: «У росіян не було середньовіччя, у них немає пам'яті про давнину, нема католицизму, рицарського минулого, поваги до свого слова; вони донині залишаються візантійськими греками – по-китайськи церемонно ввічливі, по-калмицьки грубі або, принаймні, нечутливі, з ангельською красою і диким нещастям (за винятком жінок і декого з дипломатів), по-жидівськи хитрі, по-холопськи пронириліви,

по-східньому спокійні й важливі своїми манерами, по-варварськи жорстокі у своїх почуттях; вони презирливо насмішуваті від безнадійності...» [11; 214]

Чітко обгрунтовану передмову до книги Кюстіна у квітні 1958 року написав Дмитро Донцов – йдеться про «чортівський московський «ерзац» почуття, яке ставить вище над людину свою мету», ординську мету «красти, мордувати, грабувати і панувати», дикунську вдачу, «байдужу до святости даного слова, до всякого правдивого почування, до почуття справедливости», сутність суспільства, «упорядкованого страхом». Вихід? «І не дасть з тою бісівською силою собі ради Захід, ні Україна, коли тій темній силі не протиставить ще могутнішу, ще страшнішу силу ідеалізму, гарячої віри у свою Правду, поставлену над все земське і дочасне, силу мілітантного духа» [12; 5-9].

Такі міркування «правого» сектору світоглядних орієнтацій узгоджуються з висновками Карла Маркса – речника «лівої» течії соціально-політичної думки. Його праці, присвячені деспотичній суті московської держави, були в СРСР суворо заборонені. Починаючи з 1302 року і аж до епохи Петра I Москва приростила свою територію більш ніж у 300 разів, «використовуючи при цьому всі засоби: змови з ворогом (аби його потім обдурити), пряму агресію, економічну блокаду, шантаж і грабїж, отруєння сусідів-конкурентів, геноцид...». Маркс довів, що «колискою Московії було криваве болото монгольського рабства». Тільки зазирнувши углиб століть, можна збагнути агресивність московських царів, маніакальне прагнення захоплювати чужі землі та впокорювати чужі народи. Московія, як і сучасна Росія, докладала витончені зусилля для розправи з республіками. Почалося з Новгороду і його колоній, потім настала черга козачої республіки (Маркс мав на увазі Запорізьку січ), завершилося усе Польщею. Між політикою царів і політикою Путіна існує не схожість, а тотожність. Донині Московія грає роль раба, який став паном [13].

Багато що пояснює щодо сучасної політики Росії на міжнародній арені, рівно ж у контексті війни проти України, загарбання Криму програмна стаття Богдана Кистяківського «На захист права. Інтелігенція і правосвідомість» у збірнику «Вехи» в 1909 році. Знаменитий правник розкриває зневажання законності, усвідомлення цілими поколіннями російських людей, у тому числі інтелігенцією непотрібності правосвідомості. Варто застановитися над таким судженням (подаємо в оригіналі): «Притупленность правосознания русской интеллигенции и отсутствие интереса к правовым идеям являются результатом застарелого зла – отсутствия какого бы то ни было правового порядка в повседневной жизни русского народа. По поводу этого Герцен еще в начале пятидесятих годов прошлого века писал: «Русский, какого бы он звания ни был, обходит или нарушает закон всюду, где это можно сделать безнаказанно; и совершенно так же поступает правительство» [14; 4].

Невипадково світова преса (наприклад, німецька газета «Süddeutsche Zeitung», польський журнал «Nowe Państwo») ще на початку 90-х років XX століття акцентували увагу на тому, що росіянам слід швидше позбутися імперського комплексу, адже ядерного арсеналу, постійного місця в Раді Безпеки ООН замало для того, щоб претендувати на роль нормальної великої держави; певний рівень добробуту і міцні демократичні структури – неодмінна умова поваги світової громадськості.

Ідейний вакуум сучасної російської політики очевидний. Квінтесенцією російської національної ідеї, російської національної мрії залишається категорія перемоги. Відомий шовініст Олександр Проханов вважає: «Ця категорія календарна,

історична, метафізична і релігійно-містична... У ХХІ столітті, як і у попередні, Росії належить здобути надперемогу і знову зробити століття російським... Російська мрія – це мрія про рай, причому про рай для всіх народів землі» [15; 10]. Політик-провокатор Владимир Жириновский у статтях, виступах у Державній Думі, у науково-публіцистичних брошурах «Иван, запахни душу!», «Русские, жестче взгляди!», що вийшли друком у 2003, 2011 роках у Москві, змальовуючи безрадісну картину російського суспільства, приходять до висновку (цитуюмо в оригіналі): «Россия может быть лишь сильным государством с авторитарным режимом, с мощной экономикой и армией» (Жириновский. В. «Иван, запахни душу!». – Москва, 2003, – С. 54).

Виявляти статус ідентичності людини і спільноти медійній сфері, журналістській науці варто на основі інтегративного підходу, що базується на мультидисциплінарності, діалозі різних ментальних культур. Адже техноутопія, так само як і національний егоцентризм з неминучим переходом до расизму й ксенофобії, провалились. Часто траплялося, що визволені з неволі народи успадкували по своїх гнобителях дві вкрай шкідливі речі: національну нетерпимість та імперіалістичні тенденції. Відтак щоразу нове національно-політичне обличчя світу та міжнародне співжиття не узгоджувалися з первісними начебто гуманними засадами. Пролілюструємо це таким прикладом – ґрунтовним макротекстом. Йдеться про фундаментальну статтю «Пісні західних слов'ян. Думки про російську національну свідомість» досвідченого публіциста, працівника Радіо Свобода (російська редакція) Анатолія Стреляного, вміщену, в порядку дискусії, у впливовій московській «Литературной газете» ще 8 серпня 1990 року. (Користаючись з нагоди, рекомендуємо за своїти основні положення наукового осмислення Валерієм Стеценком християнського кордоцентризму «філософії серця» Памфіла Юркевича, опублікованого у Віснику Львівського університету (Серія філософська. – 2010. – Вип. 13. – С. 29-37).

Отже, про суть актуальності й новизни, аргументаційних ресурсів, композиції, виражальних засобів «Пісні західних слов'ян». Маємо своєрідний акцент феномену метаісторії – йдеться, за Сергієм Кримським, про інтерпретацію історичного процесу не як того, що відбулося й відбувається, а як того, що зберігається не тільки у пам'яті людей, а як основоположні цінності.

Тодішня «Литературная газета» ще претендувала на плюралізм думок, не була повністю підпорядкована режимові. Отож на її сторінках розгорнулася дискусія «Російська ідея: минуле і майбутнє». Мотивація редакції визначалася турботою про «долю Батьківщини, яка знову опинилася на історичному роздоріжжі «Куди йти?»». Чи має рацію досвідчений публіцист Анатолій Стреляний, обґрунтовуючи у своїй статті кризу російської національної свідомості? Редакція вважає таку позицію дуже суперечливою і очікує, що дискусія розгорнеться, аби народилася істина». Автор відразу ставить проблему: майже усі російські ідеї, які мали місце в Радянському Союзі на той час, прийшли зі Заходу, точніше із середовища російських емігрантів: «Наші нинішні пісні – це усі пісні наших західних слов'ян, у чому міг би переконалися кожний читач, якби кожний письменник був вихований правилами буржуазної чесності, що вимагає вказувати джерела і користуватися лапками».

А потім на цілій сторінці подає аргументи, посиляючись переважно на знаменитого філософа Георгія Федотова, зіставляючи факти історії із сучасністю, зачіпаючи проблеми ідентифікації народів російсько-радянської імперії, насамперед українців. Росіяни запозичили у Гегеля ідею про особливу роль нації у світі. Емб-

лематичний письменник Росії Валентин Распутін наголосив, що «Матушка-Росія репрезентує прагнення до святості». Відтак емігрантські письменники визначили мету своєї публіцистики – виховання російської політичної та патріотичної думки. Г. Федотов визнавав, що «лише завдяки Заходів Росія змогла виговорити своє слово», що «культурне життя Росії немислиме без Європи». На думку цього філософа, «найбільша слабкість російського націоналізму полягає у його обмеженому, якомусь тваринному чи рослинному натуралізмі... Для російської людини батьківщина – передовсім не думка і навіть не слово, а звучання, тембр голосу. Якщо додати звичку до пози навколішки, то вже маємо готову формулу «слов'янської душі».

Інші свідчення знаних особистостей, на які посилається Стреляний, стосуються почуття сорому за Росію, яка скалічила себе більшовизмом, вигаданими прізвиськами вождів (Ленін, Троцький та ін.), збурила охлос з його криком, схильністю до різанини. Не маючи, як інші республіки (бодай формально!) свого ЦК, НКВД, Академії наук та ін., Росія і за більшовиків залишалася імперією. Висновок автора: «З докладним знанням проблеми найавторитетніші з-поміж західних слов'ян говорили про давній гріх культурної Росії перед її народами. Цей гріх – байдужість до національного питання, до історії та культури народів імперії, особливо слов'янських і передовсім українського. Добром це не закінчиться, – попереджали вони. Сучасній середньостатистичній російській культурній людині Україна також не цікава, вона для неї – Росія, **своя**. Вона не розуміє, що вона, Україна, може не сказати росіянам за це «спасибі». На моїй пам'яті ніхто з росіян не написав навіть звичайного подорожнього нарису про Україну як **Україну**». Федотов писав прямо: «Ми завжди любили Україну певною романтичною любов'ю як своє російське, причому найгарніше, найбарвистіше і казкове у російському».

Термінологічні викрутаси сучасних російських вчених, наприклад А. Ципка, про можливість «спільної долі росіян і українців під прапором свободи» остаточно заперечив путінський режим. Однак Анатолій Стреляний ще задовго до його встановлення довів: «Без насильства Росія не зможе нести жодної історичної відповідальності **ні** за будь-кого, про це можна говорити як про несхитний історичний закон» [16]. Після окупації Криму, розгортання війни на Донбасі у сотнях публікаціях в газетах «День» (Сергій Грабовський, Ігор Яковенко, Наталя Іщенко, Ігор Лосєв, Андрій Плахонін, Лілія Шевцова, Дмитро Шушарін, Роман Гривінський та ін.), «Україна молода» (Григорій Омельченко, Микола Сядристий та ін.). «Факты» (Андрій Іларіонов, Олександр Левченко, Мустафа Джемільов, Курт Волкер та ін.), тижневику «Країна» усебічно й переконливо розкрито злочинну політику царської, більшовицької, нинішньої Росії. Це спричинило до того, що, за свідченням відомого економіста, політолога, колишнього радника російського президента А. Іларіонова, «за межами Російської Федерації слово «русский» стає синонімом мерзотника» [17]. А Ігор Яковенко з Москви доводить, що «російський телевізор має перетворитися на одне з найважливіших джерел доказів злочинів путінського режиму» [18; 27]. Публікації названих авторів, до слова, заслуговують на окреме фундаментальне дослідження як результативні свідчення сучасного етапу ідентифікації російського режиму і нації в цілості.

А щодо України, то давно доведено, що «Москва в Києва говорити вчилась» (Так озаглавлено статтю-дослідження письменника Данила Калиняка у газеті «Україна молода» 5 вересня 2013 року – звертаємо увагу на промовистий підзаголовок:

«Духовним кілерам, перш ніж братися за публіцистику, варто ліквідувати прогалини у власній історичній ерудиції»). Власне, вище зазначене наукове дослідження про «філософію серця» П. Юркевича в контексті поставленої проблеми багато що пояснює і прояснює.

А висновки, скажімо, багатьох польських публіцистів щодо українсько-російських відносин під сучасну пору одним реченням-заголовком схарактеризував відомий журналіст Петро Лісевич (Piotr Lisiewicz) – «Більшого чорта для України нема» (Więszego czorta dla Ukrainy nie ma // Nowe Państwo. – 2013. – № 12).

Звернемо увагу на те, що поставлена проблема вимагає також глибшого психологічного обґрунтування. Можемо, наприклад, зіслатися на дослідження психології юрби видатним американським суспільним психологом Філіпом Зімбардо. Відомий польський публіцист Анджей Белецький свого часу розмовляв з ним на ці теми. Інтерв'ю з'явилося у впливовій польській газеті «Жечпосполіта». Стисло передаємо суть міркувань і висновків фахівця світового рівня. Інтригує вже сам початок:

«Питання: Що вирішує про те, що одні народи йдуть за Гітлером, а інші – за Ганді? Для чого деякі люди вдаються до здійснення жажливих злочинів, а інші – є готовими з альтруїстичних мотивів ризикувати життям?

Відповідь: Пишучи книжку про Адольфа Ейхмана, Ханна Арендт мала рацію в одному: зло з'являється в дивовижно банальній формі, є справою звичайних людей. Злодієм, вбивцею може виявитися наш пекар, водій автобусу, колега з праці. Але Арендт помилилася в іншому, твердячи, що такі люди як Ейхман подібні до листя на вітрі, вписуються в контекст широких історичних явищ, в даному випадку нацистської Німеччини. Інакше кажучи, чи Ейхман був, чи би його не було, Голокост відбувався би так само. Це неправда. Чому? Бо про те, чи здійсниться зло, вирішують одиниці, а не неунікні історичні процеси. У випадку Голокосту – передовсім сам Гітлер. Він виявився каталізатором злочину. Звичайно, мав місце певний контекст: програна Німеччиною Перша світова війна, криза, загальне почуття кривди в німецькому суспільстві. У такій ситуації політики діють банально – шукають прості відповіді на те, чому справи такі погані. У випадку Німеччини могли визнати, що винні у злі багаті євреї і треба на них накласти додаткові податки. Концепція ж Гітлера була іншою. Він вважав, що євреї відповідальні за трагедію Німеччини не тому, що є багатими, а тому, що є євреями. Люди у це повірили. Таким було джерело Голокосту».

Далі з'ясовано причини успіху Гітлера: харизма, контроль над медіями, фанатична віра, пропаганда Геббельса. Цікава така думка: сьогодні, в епоху телебачення, харизма Гітлера вже не спрацювала б. Цитуємо:

«Питання: Чому?

Відповідь: Бо телебачення – це зближення, ілюзія безпосереднього контакту між вождем і звичайною людиною, контакт „один на один”. Особою, яка мала колосальну харизму і це виявлялося через телебачення також, був Іван Павло П. Він також щиро вірив в те, що говорив, але при цьому був винятково людським. Кожний міг в ньому знайти свого батька, нав'язати безпосередній контакт».

Другий найважливіший механізм керування суспільством – страх. Сталін, на противагу до Гітлера, взагалі не мав харизми. Але був шефом мафії, діяв через створення атмосфери терору, вбивства всіх реальних і потенційних противників, прагнув всіх і все контролювати. Він не був психічно хворим, так само як і Гітлер ним не був. Вони просто хотіли мали абсолютну владу (нині бачимо це на прикладі Путіна).

Чи прагнення до влади є найсильнішим мотором світового процесу? Наявність влади дає два інших найбільш очікуваних добра: секс і гроші. Люди йдуть до політики власне для того, аби мати владу. Щодо жінок, то вони використовують як владу свою красу.

«Питання: Чи це означає, що в кожному суспільстві маємо близько десяти відсотків людей, які прагнуть добра і десять тих, які здійснюють зло, а решта піде за тим, хто візьме ініціативу на себе?

Відповідь: Я назвав цю пропорцію ефектом Люцифера, улюбленого Ангела Бога, який поступово перетворюється в диявола. Так може статися з кожним із нас.

Питання: Існує, однак, оптимістичніший сценарій: ми спроможні піти в напрямку добра. Від чого це залежить?

Відповідь: Ми у Сан-Франціско досліджуємо цей процес. Психологія десятиліттями концентрувалася на механізмах зла, аби виявити загрозу для суспільства. Ми й надалі уявляємо собі, що це заслуга людей, які діють самостійно, подібно до середньовічних рицарів. Але це помилка. Героїчні вчинки здійснюються кожного дня звичайними людьми, і власне це спричиняє, що вони стають героями».

Далі Зімбардо розповів про випадок, що його спостерігали у Нью-Йоркському метро, коли одна людина, не роздумуючи, кинулася рятувати іншу людину, яка впала на рейки. 200 осіб мовчки спостерігало це, і лише один, до слова, негр кинувся допомагати потерпілому. Чому власне він? Чорношкірий батько двох дітей фактично ризикував життям, щоб врятувати білу людину. У дослідженнях Зімбардо розрізняють два типи героїв. Перший подібний до героя з нью-йоркського метро, це імпульсивно-реактивний тип: людина ухвалює рішення блискавично, часто ризикує. Другий тип героїства має характер рефлексійний: це людина, яка роками збирає матеріали про корупцію, організовує сітку співпрацівників і врешті знайомить з результатами дослідження суспільство в ім'я загального добра. В обидвох випадках одне є спільним: герой відчуває, що може змінити дійсність. Кожний з нас може в житті здійснити героїчний вчинок, але переважно не зважається на це.

«Питання: Ваша дефініція героїзму має на меті здійснення чину особою в інтересі спільноти, на резигнації з логіки егоцентризму на користь логіки соціоцентричної. Чи це не є засадничо послання Христа?

Відповідь: Звичайно, так. Дві тисячі років євангелізації змінюють все таки світ на краще. Цьому сприяє інтенсивний обмін інформацією. Нині важко щось скрити. Змінилися також суспільні норми. Нині не вдаються до суду Лінча. А чи зникне зло назагал? Розмовляв я на цю тему з Далай Ламою, він вважає що зло зникне, коли люди просвітлять свою душу через медитацію. Я керуюся більше суспільною психологією. Треба створювати альтернативну можливість елімінації зла. Я народився на Сицилії. Коли приїжджаю туди і запитую родича – пекаря, чи він допомагає мафії, відповідає – ні! Але за якусь хвилю додає: часами допомагаю грішми. Так трапляється з кожним – коли переходимо межу зла, завжди собі вмовляємо, що це лише на хвилю, що зараз повернемося в інший бік. Але це здійснити виявляється важко. Життя як гірськолижний спуск, який є слизьким. З'їхати легко, але повернутися назад дуже важко» [19].

Життя вимагає фундаментальних знань. Макротексти саме орієнтують на розуміння дійсності, суті речей. Водночас пропонують кращі рішення. Мусимо забезпечити ефективні контакти з належними пропорціями авторитету і свободи, ієрархії

та розвитку, зі стабільними організаціями, теж у царині мас-медіа. Тільки на основі ідеалів святої правди-справедливості, рівноправності й взаємозбагачення народів може утворитися цілісна особистість з ясным гуманістичним поглядом на світ, імунітетом проти неправди, страху, руйнівних орієнтирів, а також динамічна спільнота на фундаменті несхитних вартостей. З цього приводу гостро актуальними залишаються такі судження блискучого тексту Віктора Гюго: «Хіба не існує реально оце таємниче призначення: доповнювати весь світ іншим всім світом, до малості одного долучати щедротний надмір другого, збільшувати обшири: тут – свободи, там – науки, там – ідеалу, надавати низькому вищої краси, нести в далину нові віяння, сповнювати глибинним теплом планету, гармонійно поєднувати різні світи однієї системи, квапити тих, які відстали, єднати земні творіння?...». Генії за усіх часів саме й підвищували рівень моралі, одухотворювали буття, допомагали іншим збагнути одвічне, сокровенне, «вони не обтяжують цивілізацію пасивом – розчавленими народами» [20; 320].

Висновки

У нинішній період тотальної стривоженості і страху перед спотвореною тенденцією розвитку сучасних суспільств і формування людської особистості важливо опредметнити у мас-медіа і журналістській науці декілька засадничих речей:

Осмыслити хід світового розвитку і викликів, що постали перед сучасною цивілізацією у ХХІ столітті. Ідеться про макротексти, які подають цілісну характеристику пройдених етапів, виокремлюють раціональне і перспективне окреслення боготвірного феномену людської особистості, а також орієнтиру на «цивілізацію любові» (Іван Павло II);

Дослідження ролі людської особистості з яскраво вираженими вартісними орієнтаціями, плодотворними напрямками розвитку людини, нації, людства в цілості;

Випрацювання несхитних засад світоглядної публіцистики: ідеться про слово, яке визволяє, всупереч слову, яке поневолює. У цьому контексті слід збагатити аргументаційні ресурси текстів на основі найкращих здобутків світової журналістики.

REFERENCES

1. Jankowicz Grzegorz. «Nowe «Lekcje czytania». – facebook.com/LekcjeCzytania
2. Лісовий В. Історія. Ідеї. Думаючи про цивілізацію // Зустрічі. 1988. Ч. 1-2. С. 21.
3. Франко І. Поза межами можливого // Зібрання творів у 50-ти томах. Т. 45. К., 1986. С. 276-285.
4. Сціборський М. Націократія. Вінниця, 2007. С. 74.
5. Мислителі німецького романтизму. Івано-Франківськ. 2003. С. 39.
6. Морроу Л. Зло. – «Тайм», Нью-Йорк // За рубежом. 1991. № 31. С. 8-9.
7. Sąd nad XX wiekiem // Tygodnik Powszechny. 2000. № 23.
8. Richard Gott. Mały wielki mit // The Guardian. 2011. 19 oktober (Цит. за: Forum. 2011. 14-20.11).
9. Сюдюков І. Плоди руху століть // День. 2004. 12-13 травня.
10. Астольф де Кюстин. Росія 1839 року // Сучасність. 1993. Ч.1. С. 36, 38.
11. Астольф де Кюстин. Россия в 1839 году. Фрагмент книги // Иностранная литература. 1991. № 7. С. 214.
12. Донцов Д. Передмова / Астольф де Кюстин. Правда про Росію. Торонто-Нью-Йорк, 1958. С. 5-9.

13. Сюдюков І. Що таке Московська держава? Карл Маркс – про методи царських «збирачів земель» // День. 2014. 4-5 квітня, 11-12 квітня.
14. Наше наследие. 1990. № 4. С. 4.
15. Национальная тема. Современные русские писатели думают о православии, самодержавии и народности // Независимая газета. 1999. 2 окт. С. 10.
16. Стреляный А. Песни западных славян. Мысли о русском национальном сознании // Литературная газета. 1990. 8 авг. С. 3.
17. Андрей Илларионов: «За пределами Российской Федерации слово «русский» становится синонимом мерзавца...» // Факты. 2016. 16 дек.
18. Яковенко І. Червона картка для Росії // День. 2019. 15-16 лют. С. 27.
19. Andrzej Belecki. Efekt Lucyfera // Rzeczpospolita. 2014. 20-21 lipca.
20. Гюго В. Мистецтво і народ. Збірник. Київ, 1985. С. 320.
21. Чаадаев П.Я. Філософічні листи. Апологія божевільного. Уривки та різні думки (1828–1850-ті роки) / Упор. М. Г. Житарюк. Вид. перше. Львів, 2005. 176 с.

THE MAIN EMPHASIS OF THE MODERN AGE: MEDIAIZATION OF THE CONCEPT OF THE IDENTITY OF THE PERSON AND THE COMMUNITY

Josyp Los

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: jlos@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7531-8043>*

In the article, on the basis of modern researches on the identification of the human personality and the national and social community (scientific resources and mass media), the issues of definition of the essence and role of the individual and communities in the modern conditions of «changing the epochs» from total anxiety to the organic ordering of being are considered. In the current period of total anxiety and fear of a distorted trend in the development of modern societies and the formation of a human person, it is important to outline several basic things in mass media and journalistic science:

1) Understanding the course of world development and the challenges faced by modern civilization in the 21st century. It is a question of macrotrends that provide a coherent description of the stages that have passed, outlining the rational and perspective vision of the divine phenomenon of the human person, as well as the reference to the “civilization of love” (according to John Paul II);

2) Investigation of the role of the human personality with pronounced value orientations, fruitful directions of development of man, nation, humanity as a whole;

3) Elaboration of the precise principles of worldview publicism: it refers to a word that frees up, contrary to the word that enslaves. In this context, it is necessary to enrich the argumentative resources of texts based on the best achievements of world journalism.

Key words: personality, community, ideals, identity, modernity, mass media, argumentation, wholeness, historical consciousness.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 251–259 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10007>

УДК 32.01:177.3](0:82-4)“19”Х.Арендт

ANTICIPATION OF THE «POST-TRUTH» ERA IN HANNAH ARENDT'S ESSAY «TRUTH AND POLITICS»

Andrii Melnyk

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Tchuprynka Street 49 79001, Lviv, Ukraine
e-mail: andriy.melnyk12@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1646-008X>*

The article deals with the well-known essay of the German-American philosopher Hannah Arendt «Truth and Politics». An attempt was made to actualize the main themes of the essay and stressed that the authoress managed to predict the main threats to the truth in the context of the «post-truth» era and «fake news».

Key words: truth, lie, politics, post-truth, fake news, opinion, Hannah Arendt.

The problem of «post-truth» which is particularly actively discussed in recent times is not so much epistemology as politics. In general, the concepts of «post-truth» or «fake news» are unlikely to add any conceptual arguments to the theory of truth [4]. These words are rather symptoms of the ancient problem of spreading lies, which in the 20th and 21st centuries gained new incarnations through communication technologies.

Indeed, thanks to technologies, social networks, we can see the confirmation of the long-standing observation that the lie is spreading faster than the truth. Jonathan Swift once wrote that «falsehood flies, and the truth comes limping after it». In the novel by the famous fantasy writer Terry Pratchett «Truth» we can find the phrase «A lie can run around the world before the truth has got its boots on». (By the way, the story of this phrase and its attribution to Mark Twain can be a very illustrative example of the spread of unverified information [1].) In 2018, a group of scientists from MIT conducted a study of the differential diffusion of all of the verified true and false news stories distributed on Twitter from 2006 to 2017. The data comprise approximately 126,000 cascades of news stories spreading on Twitter, tweeted by about 3 million people over 4.5 million times. The findings are impressive, although they cannot be called unexpected: «False news reached more people than the truth; the top 1% of false news cascades diffused to between 1000 and 100,000 people, whereas the truth rarely diffused to more than 1000 people. (...) Falsehood diffused significantly farther, faster, deeper, and more broadly than the truth in all categories of information, and the effects were more pronounced for false political news than for false news about terrorism, natural disasters, science, urban legends, or financial information. Analysis found that it took the truth approximately six times as long as falsehood to reach 1,500 people and 20 times as long as falsehood to reach a cascade depth of ten. (...) Controlling for many factors, false

news 70% more likely to be retweeted than the truth» [10]. One of the key factors of this is novelty: «False news was perceived as more novel than true news, which suggests that people are more likely to share novel information» [10]. Of course, it should be remembered that this novelty, like the news itself, is completely fictional.

The consumption of news is not only a search for information, but also a social act. That's why it's not about truth or authenticity here. According to scientists Claire Wardle and Hossein Derakhshan, «when we try to understand why people are sharing misleading, manipulated and fabricated information, we need to appreciate that those shares and retweets are playing an incredibly important function, which is less about their veracity or truth. The act of sharing is often about signalling to others that we agree with the sentiment of the message, or that even if we don't agree, we recognize it as important and worth paying attention to. We want to feel connected to others, and these mini-performances allow us to do that» [11]. They quoted media scholar James Carey who said that «we should actually view communication through the lens of ritual if we want to understand why people seek out, consume and make sense of information. From this vantage point, Carey argued: «News is not information, it is drama». A ritual view of communication views «reading a newspaper less as sending or gaining information and more as attending a mass», where «a particular view of the world is portrayed and confirmed» [11]. Did communication in social networks really trigger the emergence of «fake news», as the authors of the article claim? If so, then obviously only as a concept, but not as a phenomenon. According to the British historian Niall Ferguson, «social networks, then, are the structures that human beings naturally form, beginning with knowledge itself and the various forms of representation we use to communicate it, as well of course as the family trees to which we all necessarily belong, even if only some of us possess detailed genealogical knowledge» [5; 15]. That is why it is worth remembering that «new technologies have facilitated our natural, ancient urge to network» [5; 17]. So, the distribution of news took place in social networks before the invention of Facebook and Twitter. Although, of course, on a much smaller scale.

In discussions about «post-truth» and «fake news» and their genuine or intrinsic self-sufficiency and novelty, it's hard not to lose the truly important and complicated problem of the relationship between truth and politics. And do not limit this topic to the discussion of Orwell's famous novel. This problem is really old, but with the advent of the «post-truth» era, it has not disappeared anywhere. One of the best attempts at this subject is Hannah Arendt's essay «Truth and Politics», published for the first time in 1967 in the «New Yorker». The reason for writing the essay was the debate around the Arendt's resonance book «Eichmann in Jerusalem», which still doesn't quench [6]. Written for a specific occasion and at the height of the Cold War this text has a universal meaning, especially in the era of «post-truth» and «fake news». Arendt explains her motivation as follows: «Its aim is to clarify two different, though interconnected, issues of which I had not been aware before and whose importance seemed to transcend the occasion. The first concerns the questions of whether it is always legitimate to tell the truth – did I believe without qualification in «Fiat veritas, et pereat mundus»? The second arose through the amazing amount of lies used in the «controversy» – lies about what I had written, on one hand, and about the facts I had reported, on the other. The following reflections try to come to grips with both issues» [2; 227]. The authoress begins to argue that the problem of confronting truth and politics is rather trivial, since even everyday consciousness suggests that veracity does not belong to political virtues. But though a person is a political being, the truth is decisive for its

existence. As Arendt says, «what is at stake is survival, the perseverance in existence (in suo esse perseverare), and no human world destined to outlast the short life span of mortals within it will ever be able to survive without men willing to do what Herodotus was the first to undertake consciously – namely, λέγειν τα ἔοντα, to say what is. No permanence, no perseverance in existence, can even be conceived of without men willing to testify to what is and appears to them because it is» [2; 229]. However, in the political sphere, the truth-teller faces the danger. Arendt reminds that in the last sentence of his allegory about the cave Plato proclaims: «If they (those in the cave – A. M.) could lay hands on [such a] man . . . they would kill him». And Thomas Hobbes finished his «Leviathan» with the thought that only «such truth, as opposeth no man's profit, nor pleasure, is to all men welcome». However, Arendt does not stop at these general pessimistic statements. She proposes to distinguish between two types of truth – rational (mathematical, scientific, and philosophical) and factual. If the knowledge of rational truth depends on the intellectual capacity of the person himself, then the factual truth is largely random and unique. And the latter is the most vulnerable in the political sphere. To illustrate this, Arendt gives an example from the history of the Russian revolution: «...if we now think of factual truths – of such modest verities as the role during the Russian Revolution of a man by the name of Trotsky, who appears in none of the Soviet Russian history books – we at once become aware of how much more vulnerable they are than all the kinds of rational truth taken together» [2; 231]. The authoress then makes a rather pessimistic generalization on the fate of the facts: «The chances of factual truth surviving the onslaught of power are very slim indeed; it is always in danger of being maneuvered out of the world not only for a time but, potentially, forever. Facts and events are infinitely more fragile things than axioms, discoveries, theories – even the most wildly speculative ones – produced by the human mind; they occur in the field of the ever-changing affairs of men, in whose flux there is nothing more permanent than the admittedly relative permanence of the human mind's structure. Once they are lost, no rational effort will ever bring them back. Perhaps the chances that Euclidean mathematics or Einstein's theory of relativity – let alone Plato's philosophy – would have been reproduced in time if their authors had been prevented from handing them down to posterity are not very good either, yet they are infinitely better than the chances that a fact of importance, forgotten or, more likely, lied away, will one day be rediscovered» [2; 231-232]. The fate of factual truth in political discourse is so gloomy because, according to Arendt, «opinion, and not truth, is among the indispensable prerequisites of all power» [2; 233]. The confrontation of truth and opinion is a long-standing theme, which Plato described in his dialogue «Gorgias». If, according to Arendt, in the age of Antiquity, the main struggle was between opinion and rational, in particular philosophical truth, then in the New Time the lie turns to the political arena as the opposite of the factual truth. This is due both to technological and philosophical changes, although Arendt focuses on the latter. «While probably no former time tolerated so many diverse opinions on religious or philosophical matters, factual truth, if it happens to oppose a given group's profit or pleasure, is greeted today with greater hostility than ever before», Arendt notes, illustrating this thesis by mentioning that even in totalitarian states, such as Hitler's Germany and Stalin's Russia it was more dangerous to talk about facts, for example about concentration and extermination camps, whose existence was no secret, than to hold and to utter «heretical» views on anti-Semitism, racism, and Communism. But suppression of the factual truth occurs not only in totalitarian countries. Even in free states, factual truths «are often, consciously or

unconsciously, transformed into opinions – as though the fact of Germany's support of Hitler or of France's collapse before the German armies in 1940 or of Vatican policies during the Second World War were not a matter of historical record but a matter of opinion» [2; 236]. Here, Arendt approaches one of the key, in our opinion, aspects of the trend outlined by the concept of «post-truth», namely that facts have to withstand no lies and falsifications, but opinions. The ease with which the obvious facts are now neglected really reminds of the attitude to an opinion that everyone has the right to ignore. The examples provided by Arendt can be replaced by the well-known facts about the downfall of the MH17 flight or Russia's aggression against Ukraine, which Russian propaganda actively denies. And the style of this denial reminds Arendt's observation: the indisputable facts are considered and rejected as opinions. Rejection of the factual truth has far-reaching political implications: if simple factual statements are not accepted the suspicion arises that it may be in the nature of the political realm to deny or pervert truth of every kind, as though men were unable to come to terms with its unyielding, blatant, unpersuasive stubbornness. The importance of factual truth for the political sphere cannot be overemphasized, because it «is always related to other people: it concerns events and circumstances in which many are involved; it is established by witnesses and depends upon testimony; it exists only to the extent that it is spoken about, even if it occurs in the domain of privacy. It is political by nature» [2; 238]. The neglecting of the facts is also devastating for such democratic values as freedom of thought and speech, because «freedom of opinion is a farce, unless factual information is guaranteed and the facts themselves are not in dispute» [2; 238]. The absence of a common ground, that is, the departure from incontrovertible facts, destroys any discussion not only of contemporary affairs, but also makes it impossible to discuss history. In this context, Arendt notes: «Even if we admit that every generation has the right to write its own history, we admit no more than that it has the right to rearrange the facts in accordance with its own perspective; we don't admit the right to touch the factual matter itself» [2; 238-239]. That is, the so-called «rewriting of history» does not mean denying the obvious facts. The authoress talks about how the former French Prime Minister, Georges Clemenceau, was asked about who was guilty for the outbreak of the First World War. «What, in your opinion,» he was asked, «will future historians think of this troublesome and controversial issue?» He replied «This I don't know. But I know for certain that they will not say Belgium invaded Germany».

Factual information is vital, but at the same time extremely dangerous for political activity. «Statements such as «The three angles of a triangle are equal to two angles of a square», «The earth moves around the sun», «It is better to suffer wrong than to do wrong», «In August 1914 Germany invaded Belgium» are very different in the way they are arrived at, but, once perceived as true and pronounced to be so, they have in common that they are beyond agreement, dispute, opinion, or consent. For those who accept them, they are not changed by the numbers or lack of numbers who entertain the same proposition; persuasion or dissuasion is useless, for the content of the statement is not of a persuasive nature but of a coercive one» [2; 240], Arendt notes, adding that from a political point of view, the truth has a despotic character. The authoress further explains why the actual truth is so often contrary to political will, why it causes hatred on the part of tyrants who regard it as their competitor, if not an outright enemy: «Facts are beyond agreement and consent, and all talk about them – all exchanges of opinion based on correct information – will contribute nothing to their establishment. Unwelcome opinion can be argued with,

rejected, or compromised upon, but unwelcome facts possess an infuriating stubbornness that nothing can move except plain lies. The trouble is that factual truth, like all other truth, peremptorily claims to be acknowledged and precludes debate, and debate constitutes the very essence of political life. The modes of thought and communication that deal with truth, if seen from the political perspective, are necessarily domineering; they don't take into account other people's opinions, and taking these into account is the hallmark of all strictly political thinking» [2; 241]. These considerations sound rather paradoxical, because the confrontation between facts and opinions may not have place if we consider facts as an argumentative resource for thoughts. But here we are not talking about the theory of rhetoric. Obviously, the sharpness of the debate around the book «Eichmann in Jerusalem» has affected the categoricalness with which Arendt opposes truth and politics. However, in the text of the essay we will not find obvious references to this discussion. For the authoress, the principles are important, not the state of affairs. In addition to the factual truth, many places in the essay are devoted to philosophical truth, which, like the factual one, does not feel very well in the political sphere. «Since philosophical truth concerns man in his singularity, it is unpolitical by nature» [2; 246]. For the philosopher, Arendt writes, it is unacceptable that his truth should be supported by an unpretentious audience, because then it will acquire the status of opinion. And today's support may change for tomorrow's denial. The genuine truth cannot depend on such changeable factors as public support. Therefore, one of the most effective methods of persuasion in the truthfulness of a philosophical principle is a personal example; the history of Socrates is a vivid testimony to this. But to make such a «procedure» with the facts is practically impossible. That's why they are more vulnerable in the political realm than rational truths. Arendt explains this view as follows: «A teller of factual truth, in the unlikely event that he wished to stake his life on a particular fact, would achieve a kind of miscarriage. What would become manifest in his act would be his courage or, perhaps, his stubbornness but neither the truth of what he had to say nor even his own truthfulness. For why shouldn't a liar stick to his lies with great courage, especially in politics, where he might be motivated by patriotism or some other kind of legitimate group partiality?» [2; 249]

The opposition of factual truth and opinion is, as we understand, a manipulative strategy, because the opposite of facts is not thought, illusion or error, but deliberate deception or lie. The clash of facts and thoughts, as well as the presentation of facts as thoughts, is a strategy used by a liar to mask his falsehood. The main danger of lies is that it is a form of action. The liar «says what is not so because he wants things to be different from what they are – that is he wants to change the world» [2; 250]. According to Arendt, the reporting of the truth is not an action, because the truth-teller just states what is, but in the context of an organized total lie, the message of truth becomes a deed. A simple fact message becomes of political significance. Of course, a lie is not an exclusive political feature. Arendt somewhat exaggerates, inextricably linking the lie with politics, not mentioning the obvious positive and vital aspects of the latter. However, it's hard not to agree with her that «truthfulness has never been counted among the political virtues, because it has little indeed to contribute to that change of the world and of circumstances which is among the most legitimate political activities» [2; 251]. Lying is a profitable instrument in political activity, and therefore there is a great temptation to use it. Its advantage over the truth is obvious: «Since the liar is free to fashion his «facts» to fit the profit and pleasure, or even the mere expectations, of his audience, the chances are that he will be more persuasive than the truth-teller. Indeed, he

will usually have plausibility on his side; his exposition will sound more logical, as it were, since the element of unexpectedness – one of the outstanding characteristics of all events – has mercifully disappeared» [2; 251]. The last statement is rather contradictory, because, as we have already stated in the beginning of the article, liars today successfully use the effect of novelty and the element of unpredictability in order to make «fake news».

The potential of lie to change the world can be truly destructive. According to the authoress, the traditional lie, as part of diplomacy and state policy, was based on concealment and real secrets that were trying to protect from the public's attention. At the same time, the liar knew the hidden truth very well. «In contrast, the modern political lies», Arendt writes, «deal efficiently with things that are not secrets at all but are known to practically everybody. This is obvious in the case of rewriting contemporary history under the eyes of those who witnessed it, but it is equally true in image-making of all sorts, in which, again, every known and established fact can be denied or neglected if it is likely to hurt the image; for an image, unlike an old-fashioned portrait, is supposed not to flatter reality but to offer a full-fledged substitute for it. And this substitute, because of modern techniques and the mass media, is, of course, much more in the public eye than the original ever was» [2; 252]. Modern lie with political violence and means of communication seeks to destroy everything that it wants to deny. «The difference between the traditional lie and the modern lie will more often than not amount to the difference between hiding and destroying» [2; 253]. That is, lies are not only a form of action, but also a form of violence. And this applies not only to totalitarian states, which do it most effectively. A total organized lying is more dangerous than mere concealment by the fact that it leads to self-deception of the liar himself: «The more successful the liar is, the more likely it is that he will fall prey to his own fabrications» [2; 254]. Written in the 1960s, these words sound today as a sinister prophecy, since the recent discoveries of neuroscience, behavioral psychology have shown how our brain is vulnerable to cognitive illusions, self-suggestion, false reminiscences, «knowledge illusion» [12], belief in the theory of conspiracy and other nonsense [9]. The constant recurrence of «fake news» and «post-truth» reminds us of a self-suggesting liar who seeks to convince himself that truth is not really needed. Cognitive psychologist and neuroscientist Daniel J. Levitin in his book «Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era» notes that «the phrase «fake news» sounds too playful, too much like a schoolchild faking illness to get out of a test» [7; xiv]. In addition, he calls: «Truth matters. A post-truth era is an era of willful irrationality, reversing all the great advances humankind has made. Maybe journalists don't want to call «fake news» what it is, a lie, because they don't want to offend the liars. But I say offend them! Call them on the carpet» [7; xiv-xv].

Describing the consequences of using a lie as a political weapon by totalitarian regimes, Arendt notes: «It has frequently been noticed that the surest long-term result of brainwashing is a peculiar kind of cynicism – an absolute refusal to believe in the truth of anything, no matter how well this truth may be established. In other words, the result of a consistent and total substitution of lies for factual truth is not that the lies will now be accepted as truth, and the truth be defamed as lies, but that the sense by which we take our bearings in the real world – and the category of truth vs. falsehood is among the mental means to this end – is being destroyed» [2; 257]. We still have to add to this that the same feeling of disorientation, the loss of ground under the feet accompanies modern citizens

of so-called «old democracies» who vote for the populists, who promise them to quickly overcome this unbearable feeling of chaos.

At the end of the essay, Arendt adds some optimistic accents to her portrait of confronting truth and politics. Although, in our opinion, they sound optimistic rather to supporters of the philosophical view of things. In particular, she writes: «Since everything that has actually happened in the realm of human affairs could just as well have been otherwise, the possibilities for lying are boundless, and this boundlessness makes for self-defeat» [2; 257]. The weakness of lies, and with it – «post-truth», «fake news», «alternative facts» – is that they will never be able to become an adequate substitute for reality. «The erection of Potemkin's villages, so dear to the politicians and propagandists of underdeveloped countries, never lead to the establishment of the real thing but only to a proliferation and perfection of make-believe» [2; 258]. Politicians, if they do not want to lose a sense of reality, must take care of the independent functioning of the institutions where truths are cherished, that is, courts, universities and mass media. Politicians must also remember that although they can easily defeat the truth, they will never be able to replace it with something worthy of.

Arendt's essay, written from the standpoint of a philosopher, may look a bit old-fashioned today, and her opposition of truth and politics may look too categorical. For example, contemporary author Hector Macdonald in his book «Truth: How the Many Sides to Every Story Shape Our Reality» demonstrates how with quite truthful facts, reality can be distorted: «Truth comes in many forms, and experienced communicators can exploit its variability to shape our impression of reality» [8; 4]. That is, sometimes, in order to lie, it does not even need to lie in its pure form, but it is enough to tear out facts from the context or to report only one of the «competing truths». Indeed, in the context of such an approach, Arendt's clear opposition of truth and lies lacks a practical dimension. However, Arendt's power of thought lies in the fact that she is not afraid to actualize the old themes and use «archaic» words to show its inevitable timeliness in this way.

REFERENCES

1. A Lie Can Travel Halfway Around the World While the Truth Is Putting On Its Shoes // Quote Investigator. – Available from: <https://quoteinvestigator.com/2014/07/13/truth/>
2. Arendt H. Truth and Politics // *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought* / Hannah Arendt. Penguin Books, 1977. PP. 227-265.
3. Arendt H. Eichmann in Jerusalem: A Report on the Banality of Evil / Hannah Arendt. Penguin Classics, 2006. 312 p.
4. Blackburn S. What Is Truth? Four Different Answers / Simon Blackburn // IAI News. – Available from: <https://iai.tv/articles/what-is-truth-four-different-answers-auid-1202>
5. Ferguson N. The Square and the Tower: Networks and Power, from the Freemasons to Facebook / Niall Ferguson. New York: Penguin Press, 2017. 592 p.
6. Kirsch A., Galchen R. Fifty Years Later, Why Does ‘Eichmann in Jerusalem’ Remain Contentious? / Adam Kirsch and Rivka Galchen // *The New York Times*. 2013. 26 Nov.
7. Levitin D. Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era / Daniel J. Levithin. New York: Dutton, 2017. 320 p.
8. Macdonald H. Truth: How the Many Sides to Every Story Shape Our Reality / Hector Macdonald. New York: Little, Brown and Company, 2018. 352 p.
9. Shermer M. The Believing Brain: From Ghosts and Gods to Politics and Conspiracies / Michael Shermer. New York: St. Martin’s Griffin, 2012. 385 p.
10. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The Spread of True and False News Online / Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral // *Science*. 2018. Vol. 359. Issue 6380. PP. 1146-1151. – Available from: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>
11. Wardle C., Derakhshan H. How did the news go ‘fake’? When the media went social / Claire Wardle and Hossein Derakhshan // *The Guardian*. 2017. 10 Nov. – Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/nov/10/fake-news-social-media-current-affairs-approval>
12. Сломен С., Фернбак Ф. Ілюзія знання. Чому ми ніколи не думаємо на самоті / Стівен Сломен, Філіп Фернбак. К.: Yakaboo Publishing, 2018. 344 с.

ПЕРЕДБАЧЕННЯ ЕПОХИ «ПОСТПРАВДИ» В ЕСЕЇ ХАННИ АРЕНДТ «ІСТИНА І ПОЛІТИКА»

Андрій Мельник

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: andriy.melnyk12@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1646-008X>*

У статті зроблено спробу проаналізувати есеї Ханни Арндт «Істина і політика» і актуалізувати його ідеї в контексті епохи «постправди» та «фейкових новин». Арндт вперше опублікувала текст 1967 року в журналі «New Yorker» як відповідь на бурхливу дискусію навколо її книги «Айхман у Єрусалимі. Репортаж про банальність зла».

Арндт категорично протиставляє істину і політику. Авторка веде мову про раціональну (філософську, математичну) та фактичну істину. Якщо першу людина пізнає за допомогою власного розуму як філософ чи науковець, то друга – це насамперед події і вчинки, які мають випадковий і непередбачуваний характер. Політика становить найбільшу загрозу саме для фактичної істини, адже її найважче передбачити чи контролювати. У тоталітарних державах із найбільшою нетерпимістю ставились до згадки заборонених фактів, тоді як шкідливі ідеї у певних дозах і під «правильним» ракурсом толерувались. І раціональна, і фактична істини, на думку Арндт, аполітичні за своєю природою, адже незалежні від громадської думки, яка є суттю політики. Тому один із найефективніших методів боротьби із ними – стирання розмежувальної лінії між фактом та опінією.

Ця тактика, на наш погляд, є однією із основних в епоху «постправди». Ясна річ, протилежністю факту є не опінія, а зумисна брехня. Політично вмотивована неправда небезпечна тим, що стосується багатьох. Традиційна брехня була пов'язана із приховуванням, тоді як модерна – не лише втаємничує, але й руйнує, зокрема й фізично. Брехня є формою насильства, її мета – зміна світу. Результатом її систематичного застосування є особливий цинізм, відмова від категорій «істина – брехня», що призводить до втрати відчуття реальності. Утім, навіть найбільш ефективна брехня ніколи не зможе адекватно замінити істини, з її допомогою не вдасться збудувати чогось реального, а лише примножити штучне та ілюзорне. Тому політики мають змиритись із тим, що їхня перемога над істиною може бути лише тимчасовою, і натомість – всіляко культивувати інституції, де плекають істину – суди, університети та мас-медіа.

У статті також зроблено акцент на тому, що поняття «постправда» та «фейкові новини» не варто вважати релевантними категоріями для опису інформаційної реальності, бо від них немає жодної епістемологічної користі, а лише політичний ефект. Натомість, варто повернутись до традиційних понять, які Арндт використовує у своєму есеї, – істина, брехня, факти.

Ключові слова: істина, брехня, політика, постправда, фейкові новини, опінія, Ханна Арндт.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 260–268 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10008>

УДК 070(73)«20»:305-055.2:[111.85:159.91]

ТІЛЕСНИЙ АСПЕКТ ІДЕЙНО-КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ВИМІРУ ЖУРНАЛУ «ХАРПЕРС БАЗАР» (США)

Наталія Михайлів

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: ozerna.n9@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8314-0196>*

В статті на прикладі журналу «Харперс Базар» (США) проаналізовано репрезентацію жіночої тілесності у гендерно маркованому глянці; з'ясовано, що термін «гендерно маркований (жіночий) журнал» відображає соціальну грань жіночої тілесності, чільне місце в якій посідає краса. Виокремлено і розкрито зміст естетичного та екзистенційно-соматичного аспектів краси тілесності, встановлено умови останньої та доведено синтез обидвох як нерозривної єдності тіла, душі та духу жіночої гендерної одиниці.

Ключові слова: тілесність, жіночий журнал, гламур, краса, екзистенційно-соматична краса.

Вступ. Абсолютизація тілесності, що відбувається в останні десятиліття, призвела до утвердження кічу як обов'язкового атрибуту життя, кристалізації демонстративного типу особистості як взірцевого та вкоріненого явища гламуру. Жіноче тіло нерідко розглядають виключно як об'єкт естетичного сприйняття. Ці тенденції розгортаються на теренах глянцевої журналістики, формують стиль життя читачів, паралельно проростаючи об'єктами неминучої критики через показовість, не підтверджену сенсом.

Вихідні передумови. Розвідка базується на наукових положеннях, викладених в працях таких дослідників, як Е. Берк, М. Гудова, Й. Лось, І. Кікінеджи, Г. Почепцов, В. Смеюха. Проблематика репрезентації жіночої тілесності відповідним глянцем впливає з розуміння останнього як осередку гламурного світу та «хронотопу уявного повсякдення» [4]. Через визнання відповідності жіночої періодики *інтересам жінок*, значного впливу, що його здійснюють на жіночу аудиторію журнали, В. Смеюха трактує їх як видання про «спосіб життя, котрий базується на матеріальних цінностях» [12, с. 42], присвоюючи читачці «Харперс Базар» «елегантність стилю», виокремлюючи серед пріоритетів останньої «високу моду, дібране коло спілкування, відомих модельєрів» [13, с. 174]. Г. Почепцов вважає гламур явищем штучного світу, де головною ознакою є посмішка, а похмурість витісняється [10, с. 396]. В означеному підході до вивчення глянцевої жіночої періодики й журналу «Харперс Базар»

© Михайлів Н., 2019

Наукове рецензування і рекомендація до друку – доц. Хоменко Т. М.

зокрема, тілесне начало протиставляється духовному, а елементи антропологічної тріади сутності людини (тіло, душа, дух) розглядаються розірвано, в ізоляції один від одного. Зважаючи на це неорганічне протиставлення та виходячи з того, що важливо постійно звіряти «вагомі» слова з реаліями динамічного світу, аби уточнювати маршрут доби [8, с. 96], метою цієї статті є розв'язання актуальної теоретико-практичної дилеми: «тіло або душа» на прикладі журналу «Харперс Базар» (США). Мета зумовлює такі завдання: 1) розглянути основні теоретичні підвалини поняття «гендерно маркований журнал»; 2) описати репрезентацію жіночої тілесності на сторінках журналу «Харперс Базар» (США); 3) здійснити аналіз подачі феномену краси ЗМІ на прикладі журналу «Харперс Базар»; 4) з'ясувати роль антропологічних феноменів душі та духу у формуванні естетичної тілесності на прикладі героїнь матеріалів журналу «Харперс Базар»; 5) виявити чинники протяжної естетичної краси; 6) окреслити співвідношення краси тілесності в інтерпретації сучасного гляяду та богословського розуміння естетичної краси.

Емпіричну основу дослідження складають матеріали примірників журналів «Харперс Базар» (видання США): за грудень-січень 2017-2018 рр., лютий 2018 року та квітень 2018 року.

Одержані результати. Поряд з націленістю на створення домашнього затишку, охайністю, емоційністю, прагненням виявляти турботу жінкам притаманні переважно підвищена, в порівнянні з чоловіками, увага до власної зовнішності, зацікавленість новітніми тенденціями її облагородження. Жінці властиво розкривати, подавати та реалізувати себе за посередництвом тілесності, з акцентом продемонстрованих взірців й залученням творчого підходу. Таку поведінку жінки охоплюють переважно типові норми, а її формування – тривалий процес, із залученням колективного (1) та індивідуального (2) аспектів. Перший полягає в засвоєнні норм поведінки, притаманних власне жінці. Статеворольова ідентифікація як багатомірний та інтегративний психологічний феномен відбувається в процесі соціалізації дитини під впливом сім'ї, школи та засобів масової інформації, виступає як соціальна та індивідуальна персоналізація гендерного «Я» [6, с. 301]. У цьому контексті доцільно застосовувати поняття «гендер», адже якщо поняттям «стать» описують анатомічні, фізіологічні, психічні та поведінкові риси людей, то «гендер» – це соціальна стать, соціально детерміновані ролі, ідентичності і сфери діяльності чоловіків і жінок, які залежать від соціальної організації суспільства [14, с. 128]. Норми жіночості та чоловічості, які охоплює поняття «гендер», своєю чергою, характеризуються такими ознаками, як змінність, варіативність, культурна зумовленість [3, с. 13]. Натомість «стать» – більш вузьке і статичне поняття, застосування якого звузило б рамки наукового пізнання у розвідці репрезентації жіночої тілесності на сторінках відповідного гляяду. Доходимо висновку, що термін «гендерно маркований (жіночий) журнал» відображає соціальну грань жіночої тілесності, зумовлену соціумом, його культурою та прогресом. Індивідуальний аспект в самопрезентації жінки як тілесної одиниці розкривається через виокремлення себе у масі собі подібних, усвідомлення власної тілесної індивідуальності, застосування творчого підходу в процесі її удосконалення.

Журнал «Харперс Базар» (США) є гендерно маркованим (жіночим) журналом, який займає широку нішу в масиві жіночої періодики США. «Харперс Базар» характеризує аудиторна ознака – він призначений для жінок зі статками, вищими за серед-

ні. Позичування жінки в соціумі, зумовлене, значною мірою, ЗМІ, здійснюється у тому числі і за посередництвом тілесності. «Харперс Базар» рясніє зображеннями жінок різного віку, здебільшого моделей та відомих особистостей. Жіночу тілесність видання репрезентує на своїх сторінках як еталон, взірць для наслідування; через жіночу тілесність подає свої товари реклама. Центральною ідеєю цієї репрезентації постає краса. Потрібно зазначити, що елітам усіх епох іманентно притаманне прагнення високоорганізованого буття, сповненого рафінованих атрибутів, чільне місце серед котрих належить власне красі. Після реалізації основних, невід'ємних потреб, як-от у харчуванні, теплі, злагоді, у жінки з'являється прагнення актуалізувати потреби наступного рівня. На ньому перебуває краса як соціальний феномен. Естетична тілесність символізує успішність, добробут, гармонію, смак. Краса – сукупність явищ, які милують зір, слух; все прекрасне, гарне (1); сукупність зовнішніх рис, фізичних якостей людини, які справляють приємне враження (2) [11, с. 716]; те, що є прикрасою, гордістю чого-небудь [15, с. 466]. Увага до тілесності і набуття означених її властивостей є фактором жіночої самооцінки та соціального визнання. Відтак, культивування у пресі для жінок, чий дохід перевищує середній, краси тілесності постає закономірним та невіддільним атрибутом елітарної преси з часу її заснування. Ще в середині XIX століття у США бездоганні леді, виховані нескінченим потоком дамських періодичних видань, стояли в самовдоволеному очікуванні нової порції журнальної продукції [5, с. 74]. Попри те, що журнал – відкрита динамічна система, що з часом зазнає зовнішніх (політичних, економічних, соціальних) та внутрішніх (редакційних) впливів, тенденція до культивування ідеї краси на його сторінках зберігається. Адже краса в бутті жінки – це і реальність тілесності; ця реальність завжди екзистенційно зумовлена, тому в контексті дослідження краси в бутті жінки евристично плідним є використання не лише словосполучення «краса тілесності», але й поняття «екзистенційно-соматична краса» [7, с. 191]. В такий термінологічний спосіб підкреслюється взаємозумовленість внутрішніх (духовних) та зовнішніх (тілесних) явищ в структурі гендерної (жіночої) одиниці. Тісний взаємозв'язок психічних і соматичних процесів в організмі вивчає психосоматика, одне з найважливіших завдань якої – дослідження ролі психологічних факторів у виникненні тілесних захворювань [9, с. 34]. Досліджено, що злагоджена діяльність людського тіла як біологічної одиниці позначається і на зовнішньому аспекті тілесності.

Звернімося до репрезентації жіночої тілесності в журналі «Харперс Базар» (США) та, з огляду на екзистенційно-соматичну зумовленість краси, спробуємо виявити екзистенційно-соматичні опори естетичної краси героїнь видання. Квітневий номер американської версії «Харперс Базар» вміщує матеріал під назвою «Кармен. Неймовірна у будь-якому віці», який умовно можна розділити на дві частини: 1) стаття про 86-річну Кармен Дель Орефіс, найстаршу у світі модель, яка працює впродовж 73-х років; 2) грамури світлин, на яких зображено героїню. Центральна ідея публікації – позачасова краса як феномен реальності. Другорядні – витривалість перед об'єктивом, народження кохання серед інтриг за лаштунками модельного світу, висока працездатність героїні. Аналогічну структуру має матеріал «Високий політ Джей Ло», на світлинах якого 49-річна співачка і продюсер демонструє ефектну, здорову, доглянуту тілесність. В одязі від «Гуччі», «Джамбатиста Валлі», «Емпоріо Армані» тощо, ікона стилю, 62-річна модель Іман постає знавцем трендів, легендою модельного бізнесу та борцем за права чорношкірих моделей [20, с. 200]. Поза фо-

тосесією «найзатребуваніша у світі супермодель» Кендал Дженнер в інтерв'ю колєзі Карі Делевінь, вміщеному в лютневому номері, виказує стурбованість світовими жахіттями, відсутністю любові серед людей, сварками онлайн, і тим, як важко залишатися позитивною [17, с. 108-110]. Спільною ознакою перелічених матеріалів є зосередження уваги на ментальних установах героїнь, котрі репрезентують себе світові передусім візуально, за посередництвом краси тіл. У статті «Джей Ло літає високо» на прикладі героїні демонструється сила позитивного мислення, працелюбності та мотиваційних мантр – «Жодних обмежень крім неба», «Життя коротке, здійснюй мрію» та інших, що підносять Лопес «на верхівку особистісно та професійно» [19, с. 131-136]. «Учись казати «ні» і йти геть від речей, які тобі не слугують. «Ні» – це завершене речення. Ти не мусиш пояснювати себе», – так Іман розкриває найкращу пораду, що її коли-небудь отримувала [20, с. 200]. У статті «Анджеліна Джолі: показ надії» квітневого номера йдеться про модне шоу, яке спеціальний посол Управління Верховного Комісаріату ООН у справах біженців і «найгламурніша жінка на планеті» організувала на підтримку біженців-ремісниць [16, с. 190-193]. В матеріалі «Весілля моїх найкращих друзів» лютневого номера розміщено світлини з весілля Еллі Галфайгер, доньки всесвітньо відомого дизайнера Томмі Галфайгера. Автор наголошує на спільності поглядів пари і на успішності зокрема, яка, на їх думку, є величною, однак якщо ти не вмієш по-справжньому насолоджуватись життям і поставити свою сім'ю, друзів і натуру *понад усім іншим* (виділ курсивом наш – Н.М.), тоді ти справді робиш щось не так [21, с. 80]. У рубриці «Новини» груднево-січневого номера за 2017-2018 рр. донька Голді Хоун, гламурна акторка Кейт Хадсон, розповідає про участь спільно з Майклом Корсом у Світовій Програмі Харчування Об'єднаних Націй: «Вважаю, що це – один з ключових компонентів, що їх ми губимо в цьому «взаємопов'язаному» світі: коли допомагаєш людям з фундаментальною потребою в їжі, переступаєш через міст» [22, с. 208]. Як бачимо, ідеї «Харперс Базар» (США) зосереджуються не стільки довкола тілесності як феномену, скільки виражають більш глибокі особистісні значення – в журналі системно розміщуються статті психологічного, світоглядного, благодійного спрямування, в центрі яких – гламурні жінки. Означена онтологічна реальність видання свідчить про інтерес аудиторії до внутрішнього світу героїнь, зокрема, принципів їхнього життя, мотивації, способу мислення, соціальної діяльності тощо. Відомі жінки демонструють не лише естетичну красу тілесності, а й силу особистості, внаслідок чого конкретна тілесно-духовна індивідуальність переростає в об'єкт загального зацікавлення, взірць для наслідування, чинник формування масового світогляду.

Співвідношення на сторінках «Харперс Базар» (США) двох складових частин статей про відомих жінок, дає підстави зробити такі висновки щодо ідейно-концептуального наповнення цих матеріалів: а) виплекана тілесність є їх обов'язковим компонентом; б) краса тілесності постає репрезентативною і водночас екзистенційно-соматичною ознакою; в) екзистенційно-соматична краса є результатом невпинної інтенсивної духовної роботи, причому остання постає первинною.

На цю пору краса нерідко підміняється поняттям «гламур», який як явище набув поширення з початком нового тисячоліття із одночасною і неминучою критикою за показовість, не підтверджену сенсом. Відомо, що гедонізм не здатен породжувати щось важливіше за сьогочасну насолоду, гламур же, як зазначає Г. Почепцов, «замкнений на себе». «Це одна точка часу і простору. Отже, відбувається звужен-

ня часового обр'ю до завдань цього дня... Створюється безпроблемний світ, хоча і штучний. В безпроблемному світі панують інші настрої, тут посмішка стає головною ознакою, похмурість залишається за кордонами цього штучно створеного світу» [10, с. 396]. Не заперечуючи цієї позиції, зазначимо, що гламур залишається за потрібним способом тілесного самовираження і читачки «Харперс Базар», і героїнь матеріалів журналу. Тимчасом, в умовах звуження часового обр'ю до короткострокових завдань, насолоди життям, яка не розмикається, залишена поза гламурним кадром похмурості екзистенційно-соматична краса жінки з часом нівелюється, унеможлиблюється плекання передусім краси духовної, яка згодом опосередковується тілесною. Доконечно відомо, що життя передбачає довгостроковий багатовекторний вимір, буття ж в одній точці часу і простору позбавляє людину перспективи. Водночас, на прикладі героїнь «Харперс Базар» – Кармен Дель Орефіс, Іман, Дженіфер Лопес, Анджеліні Джолі – спостерігаємо за гармонійною єдністю на цей час таких властивостей предмета (жінки), сприйняття яких викликає у читача захоплення – красою тілесності; за явищем, яке милує зір, сукупністю зовнішніх рис, які зумовлюють приємність враження: «Я знайома з Кармен більш як 20 років. Та навіть сьогодні у її компанії від неї неможливо відвести очей. Настільки вона вражаюче гарна» [18, с. 196]. «Вдача, – зазначає з приводу взаємобумовленості соматичних та естетичних процесів Е. Берк, – надає деякої постійності виразові обличчя; помічено, що воно досить точно відповідає їй, тим самим вплив деяких приємних якостей душі здатний з'єднатися із впливом таких самих якостей тіла...» [1, с. 144]. Попри розпад сім'ї і втрату органів тіла продовжує цвісти екзистенційно-соматична краса філантропа А. Джолі.

Красу відомих героїнь «Харперс Базар» пізнаємо насамперед за посередництвом людського естетичного (зорового) відчуття (естетичний аспект тілесності), їхня гламурність очевидна. Проте, як феномен, що не обходиться без вольових і духовних зусиль, екзистенційно-соматична краса безальтернативно потребує звернення до універсальних цінностей – Добра, Краси доколишнього світу, Любові, Правди. До головних параметрів екзистенційно-соматичної краси відносимо виразність, стійкість та тривалість. Тривалість краси у випадку К. Д. Орефіс складає 73 роки, Дж. Лопес – близько 25 років, Іман – 45. Екзистенційно-соматична краса вимагає акумуляції фізичного й морального ресурсу у часовій протяжності, наявності в жінки відповідних психологічних якостей, провадження життя у злагоді з універсальними цінностями. Як стійке та протяжне явище екзистенційно-соматична краса несумісна з обмеженістю буття однією точкою часу і простору, посмішкою безпроблемного, штучного світу й похмурістю реального, звуженням часового обр'ю до завдань цього дня.

Переклад слова «glamour» (гламур) з англійської мови – «чари», «чарівність», «романтичний ореол», «ефектність». Однак краса, на відміну від гламурності, є цілісним феноменом, тоді як гламурність – це не лише прикрашене буденне буття людини, що видає себе за граничне буття, а й саме граничне буття; лише в метаграничному вимірі людського буття гламурність трансформується в справжню красу, що об'єднує красу світогляду, красу вчинків та красу відносин (виділ курсивом наш – Н. М.); саме в цьому бутті людина набуває цілісну красу, яка протистоїть розірваності гламурності [7, с. 15].

На прикладі героїнь «Харперс Базар» спостерігаємо актуалізацію зовнішньої краси на базі внутрішньої (екзистенційно-соматичний аспект тілесності), коли тілесність постає своєрідним показником неповерхневого благополуччя; красу, яку уможливили краса світогляду, краса вчинків і краса відносин. Виникають підстави вважати, що в екзистенційно-соматичну красу героїнь журналу «Харперс Базар» як комплексне морально-психофізичне явище переросли збережені впродовж тривалого життєвого періоду: 1) злагоджена діяльність тіла як біологічної одиниці; 2) провадження життя згідно з Одвічними, універсальними цінностями; 3) психологічна стійкість. Таким чином, жіноча екзистенційно-соматична краса, що характеризується стійкістю та тривалістю, вимагає одночасних потуг від трьох елементів антропологічної тріади людини: у першому випадку це – тіло, у другому – дух, в третьому – душа.

Звіriamo «вагомі» слова з реаліями динамічного світу. Останні відсилають до Слова, яке було спочатку, синтезу матеріального та ідеального, в якому примат належить другому началу. «Вся сотворена чи то матеріальна, чи духовна дійсність є іконою Божою, а тим самим відблиском Божої краси. Одначе людська істота з огляду на свій розум і раціональність, з огляду на свободну волю і з огляду на естетичне почуття, яким вона сприймає красу, є особливою Божою іконою, сотвореною на образ і подобу Божу... Тому бути внутрішньо і зовнішньо гарним і творити красу – це *конечна екзистенціальна обставина і моральне зобов'язання* (виділ курсивом наш – Н. М.) кожної раціональної істоти» [2, с. 95]. Далі зазначається, що «Божий син Господь Ісус Христос через вочоловічення є Богочоловіком, або вочоловічим Божим Словом, який об'являє себе досконалою людиною і джерелом *людської зовнішньої і внутрішньої краси*» (виділ курсивом наш – Н. М.) [2, с. 94-95]. Тож будьте досконалі, як Отець ваш небесний досконалий (Мт. 5:48). Безпосередньо в Новому Завіті описано позитивні зміни зовнішності як вияв духовної світлості Сина Божого Ісуса Христа: «По шістьох днях узяв Ісус Петра, Якова та Івана, його брата, повів їх окремо на високу гору і преобразився перед ними: обличчя його сяяло, наче сонце, а одежа стала білою, наче світло» (Мт. 16:2-3). Тілесність у цьому випадку постає феноменом відображення внутрішньої сутності і Святості Боголюдини, зливаючись з останньою та засвідчуючи її. Результат описаних змін візуально постав естетичною тілесністю – явищем, яке милує людський зір, тілесністю соціально зумовленою, охопленою, водночас, терміном «екзистенційно-соматична краса».

У підсумку зазначимо, що зовнішня краса не лише не протистоїть внутрішній, вдаючись в аскезу чи абсолютизуючись – обидві об'єднуються, синтезуються та засвідчують одна одну, перетікаючи в антропологічну цілісність тіла, душі та духу. На прикладі проаналізованих матеріалів журналу «Харперс Базар» (США) як явища ЗМІ, що віддзеркалює динаміку суспільних відносин, спостерігаємо за актуалізацією в його ідейно-концептуальному вимірі статичної та нерозривної єдності елементів антропологічної тріади людини.

Деструктивним тенденціям в структурі жіночої гендерної одиниці можна дієво протиставити усвідомлення себе як цінності, визнання власної антропологічної цілісності, в якій тілесності відведено не меншу вагу, аніж душі і духові. Жіночому глянцеви як чиннику гендерного самоусвідомлення, самоутвердження та самовдосконалення в цьому процесі належить провідна роль. Подальші розвідки в цьому напрямі дозволять утвердити в ЗМІ погляд на жіночу гендерну одиницю як на цілісне

явище, а на Красу – як на універсальну цінність, яка, поряд з Добром, Правдою та Справедливістю, підлягає культивуванню незалежно від умов динамічного світу.

Висновки. В процесі гендерної самоідентифікації залучаються колективний та індивідуальний чинники, внаслідок чого кристалізується соціальна стать (гендер). Гендерно маркований (жіночий) журнал «Харперс Базар» (США) репрезентує жіночу тілесність у взаємозв'язку з внутрішньо-вольовими й духовними процесами, ефективність яких переростає в силу персоналії як світоглядного феномену і взірця для наслідування, чинника формування масової культури. До виокремлення підлягають два аспекти краси тілесності, репрезентованої на сторінках «Харперс Базар» (США): естетичний (зовнішня краса) та екзистенційно-соматичний як комплексне морально-психофізичне явище. Репрезентація жіночої тілесності в досліджуваному глянці відповідає закономірній потребі жінки, яка переступила етап задоволення базових потреб, в красі. Умовами екзистенційно-соматичної краси як протяжного явища є: біологічна схоронність, психологічна стійкість та звернення до універсальних цінностей. Раціональний жіночий погляд на власну гендерну ідентичність передбачає, поряд з плеканням душі і духу, увагу до тілесності, причому остання нарівні з першими постає моральним зобов'язанням. У рамках ідейно-концептуальної моделі «Харперс Базар» естетична та екзистенційно-соматична краса не протистоять одна одній, проте синтезуються у нерозривну єдність антропологічної тріади жіночого гендеру, що її відображає глянець.

Теоретико-практичний результат дослідження полягає в збагаченні творців та теоретиків жіночої преси знаннями щодо ідейно-концептуальної спрямованості жіночого глянцю, який би максимально відповідав глибинним потребам гендеру. Подальші розвідки в цьому напрямі дають змогу утвердити в ЗМІ погляд на жіночу гендерну одиницю як на цілісне явище, а на Красу – як на універсальну цінність, яка, поряд з Добром і Правдою, підлягає культивуванню, незалежно від динаміки світу.

REFERENCES

1. Берк Э. Философское исследование о происхождении наших идей возвышенного и прекрасного: пер. с англ. / Э. Берк; общ. ред., вступ., статья и коммент. Б. Меевского. М. : Искусство, 1979. 237 с.
2. Біланюк П. Божа істина, краса і любов / П. Біланюк. Дрогобич : Видавнича фірма «Відродження», 1995. 378 с.
3. Гендер для медій: підручник із гендерної теорії для факультетів журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред. М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманової та ін. К. : Критика, 2017. 218 с.
4. Гудова М. Женские глянецевые журналы: хронотоп воображаемой повседневности: монографія / М. Гудова, И. Ракипова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2010. 242 с.
5. История мировой журналистики/ кол. авторов: А. Беспалова, Е. Корнилов, А. Короченский [и др.]. М. ; Р н/Д : Изд. Центр «Март», 2003. 432 с.
6. Кікінеджи О. Гендерна ідентичність в онтогенезі особистості: монографія / О. Кікінеджи. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2011. 400 с.

7. Крилова С. Краса людини: особистість, сім'я, суспільство (соціально-філософський аналіз): монографія / С. Крилова. Ніжин : ТОВ «Вид-во “Аспект-Поліграф”», 2011. 344 с.
8. Лось Й. Перспективи світоглядної публіцистики : навчальний посібник / Й. Лось. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 294 с.
9. Міхеєнко О. Валеологія: основи індивідуального здоров'я людини: навчальний посібник / О. Міхеєнко. Суми : ВТД «Університетська книга», 2009. 400 с.
10. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіа комунікації / Г. Почепцов. К. : Спадщина, 2012. 464 с.
11. Словник синонімів української мови. Том 1 / [А. Бурячок, Г. Гнатюк, С. Головащук]. К. : Наукова Думка, 2001. 1040 с.
12. Смеюха В. Женские СМИ и новые медиа: учеб. Пособие / В. Смеюха. Р н/Д, 2015. 96 с.
13. Смеюха В. Процессы идентификации и женская пресса: монографія / В. Смеюха. Р н/Д : Росиздат, 2012. 318 с.
14. Смеюха В. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / В. Смеюха. Ростов н/Д, 2015. 87 с.
15. Творчество: от биологических оснований к социальному и культурному феноменам / ред. Д. Ушакова. М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. 736 с.
16. Тлумачний словник української мови: понад 12500 статей (близько 40 000 слів) / ред. В. Калашника. 2-ге вид. Х. : Прапор, 2004. 992 с.
17. Cohn A. Angelina Jolie: runway of hope / A. Cohn//Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc. April, 2018, issue no. 3662. P.190-193.
18. Delevingne K. Naked truth/ K. Delevingne // Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc., February, 2018, issue no 3660. P. 105-113.
19. Fiori P. Carmen. Fabulous at any age / P. Fiori//Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc., April, 2018, issue no 3662. P. 194-197.
20. Gonzales Whitaker I. J.Lo's flying high / I. Gonzales Whitaker // Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc., April, 2018, issue no 3662. P. 160-167.
21. Henson T. Iman / T. Henson // Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc, April, 2018, issue no 3662. P. 198-203.
22. Jagger J. My best friend's wedding / J. Jagger // Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc., February, 2018, issue no 3660. P. 80-81.
23. Watch hunger stop // Harper's Bazaar. New York: Hearst Communications, Inc, December 2017 / January, 2018, issue no. 3659. P.208.

CORPORAL ASPECT OF IDEA-CONCEPTUAL MEASURING OF «HARPER'S BAZAAR» MAGAZINE (USA)

Natalya Mykhayliv

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: ozerna.n9@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8314-0196>

In the article on the example of the «Harper Bazar» magazine (USA), the representation of female corporeality by gender-labeled glossy magazine was analyzed, it was found that the term «gender-stamped» female magazine reflects the social facet of female corporeality, a prominent place in which beauty takes, departed and ostended the content of the aesthetic and existential-somatic aspects of the beauty of corporeality, the conditions of the latter established and the synthesis of both is proved as the inseparable unity of the body, soul and spirit of the female gender unit, examples of which are reflected in the materials of the edition.

The author reveals common characteristic of the analyzed features of «Harper Bazar», that is concentration of an attention around mental arrangements of its heroines (Carmen Del'Orefice, Jennifer Lopez, Angelina Jolie, Iman, Kate Hudson), who represents themselves to the world first with their corporeality. Therefore there has been made a conclusion that beauty is to be considered not only as the aesthetic phenomenon, but as a work of three elements of anthropological triad of human being, formerly they are soul and spirit. While disengaged from the entire perception of human being, the phenomenon of glamor, which has been subjected to stunning critics for the demonstration not confirmed by a sense, is not able to maintain one with long-lasting perspective. As life provide multi-vector dimension, thus, rising durable beauty demands deeply interior forces.

It is emphasized that «Harper Bazar's» features corresponds to the demands of its auditory that consists of women, whose income increases a middle one. Its issues provide beauty theme as one of the central. At the same time the features of «Harper Bazar» reflect deep personal meanings, fixing on psychological, world-view and philanthropic aspects of the personalities of the heroines. Rising beauty as the lasting phenomenon consists of three basic elements: coordinated activity of body, willing efforts and the work of spirit as the indissoluble unity of anthropological triad of human being, that is elucidated in idea-conceptual filling of «Harper Bazar».

Key words: corporeality, women's magazine, glamor, beauty, existential-somatic beauty.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 269–279 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10009>

УДК 317.774

УКРАЇНА В ПОРЯДКУ ДЕННОМУ «NEWSWEEK» У ПЕРШОМУ КВАРТАЛІ 2014 РОКУ

Ірина Саківська

*Український католицький університет,
вул. Іларіона Свенціцького, 17, 79000, Львів, Україна
e-mail: sakivska@ucu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4463-5983>*

Світова преса широко висвітлювала події на Майдані у Києві та початок збройного нападу Росії на Україну. Аналіз контенту онлайн-версії провідного американського тижневика «Newsweek» щодо цих подій дозволяє побачити розгортання війни Росії проти України, показати, як ці публікації формують «порядок денний» щодо подій в Україні.

Ключові слова: інфопривід, порядок денний, праймінг, фреймінг, друковані мас-медіа, преса США, контент аналіз, мас-медіа і суспільство, комунікаційні ефекти.

Постановка проблеми. Згідно із дослідженнями формування порядку денного в американських медіа є ряд журналів та газет із репутацією, яка дозволяє їм встановлювати порядок денний для усіх інших дрібніших медіумів, таким чином роблячи їх лідерами формування громадської думки на медійному ринку. Серед таких є «Newsweek» – один із трьох найбільших ліберальних тижневиків у США [5, с. 911].

Формування порядку денного – це підбір тем для висвітлення, які вартують уваги читачів. Основна ідея порядку денного полягає в тому, що медіа відвертим чином впливають громадську думку. Таким чином що частіше певний інформаційний привід згадується у мас-медіа, то важливішим він видається його аудиторії [4].

Висвітлення міжнародних новин має функцію встановлення порядку денного у певній країні. У даній статті нас цікавить не так перший рівень порядку денного (праймінг), як другий, менш очевидний рівень – фреймінг, коли фокус дослідження зміщується з, власне, висвітлення інфоприводу на висвітлення атрибутів цих інфоприводів, тобто важливим бачиться не лише сам факт приділення уваги Україні у іноземній пресі, як такий, а фокус на тому, що саме «Newsweek» пропонує своїм читачам думати про Україну [17, с. 367]. *Актуальність* запропонованого дослідження полягає в необхідності досліджень визначення механізмів встановлення порядку денного в США – засобами найвпливовішої американської преси. В цьому полягає й *новизна* нашого дослідження.

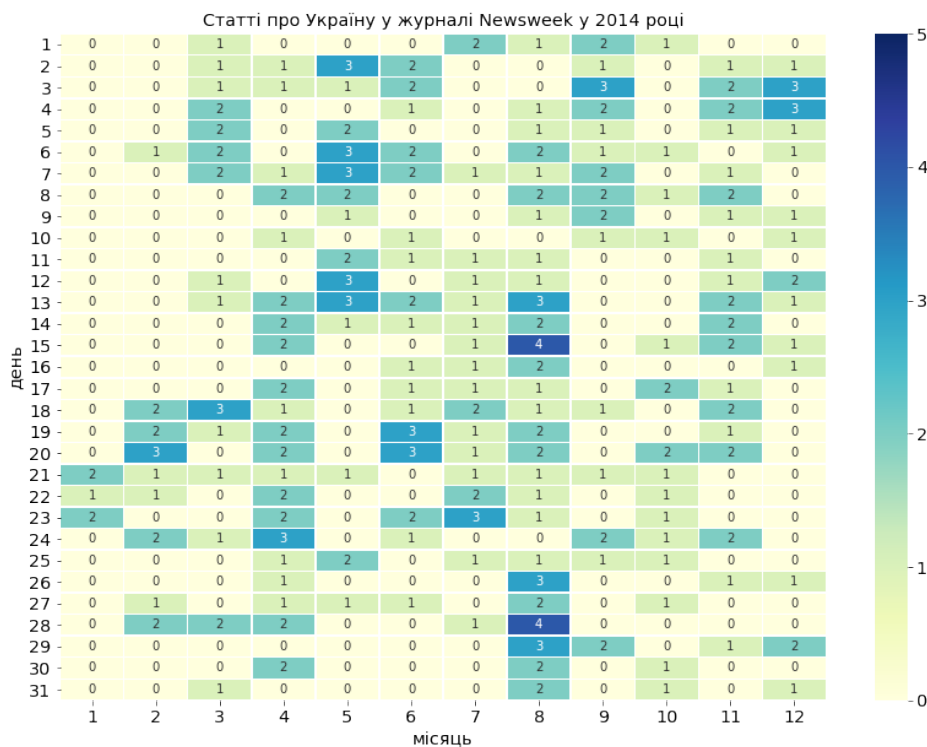
Мета публікації. У запропонованій статті ми спробуємо проаналізувати встановлення порядку денного щодо подій в Україні від січня до березня 2014-го року в

американській пресі – на прикладі онлайн-версії журналу «Newsweek». При цьому ставимо такі *завдання*: ми намагатимемося дослідити, наскільки частими були згадки про Україну у цій газеті в означений період; означити й проінтерпретувати, які головні фрейми формують образ подій в Україні у означений період; продемонструвати на теплокарті детальні «спалахи активності» частки згадувань подій в Україні в цьому часописі за перший квартал 2014 року.

Аналіз останніх досліджень. Окремі аспекти контент-моніторингу й контент-аналізу публікацій в американській пресі щодо подій 2014-го і наступних років на сторінках закордонних видань розглядалися в роботах Є. Дзюби [19], О. Консевич [20], С. Польовик [21], Галини Піскорської та Н. Яковенко [22]. Однак у цих публікаціях імідж України у сформульованій в нашій статті проблеми майже не заторкнуто.

Єдиною публікацією про встановлення порядку денного подій в Україні в американській пресі є наше дослідження (на прикладі онлайн-версії газети «The Washington Post» від січня до березня 2014-го року) [19].

У онлайн-версії журналу «Newsweek» за 2014 рік ми зафіксували 289 заміток, статей і репортажів, присвячених Україні. Ми згрупували всі згадки по датах публікації та відобразили на теплокарті (анг. – *heatmap*). Теплокарта – це спосіб графічного опису даних, при якому значення, відображені у матриці, відрізняються за допомогою кольорів. Теплокарти – це досить новий спосіб візуалізації даних. Водночас із іншими графічними методами, теплокарта є синтезом різних методів візуалізації даних [18, с. 183].



Незважаючи на те, що у цьому дослідженні ми детально розглянули лише перших три місяці 2014 року, на теплокарті ми згрупували усі дані за рік відносно місяця по осі X та дня місяця по осі Y. На теплокарті можна детально побачити «спалахи активності» у квітні, місяці активної фази кризи на Донбасі, травні та серпні. Досить велика частка згадувань припадає на березень, вересень і листопад 2014. Хоча збільшення кількості публікацій спостерігаємо з початком розстрілів демонстрантів на Майдані.

У перший місяць 2014 року інтерес до України був ще досить низьким, оскільки про Україну в «Newsweek» вийшло лише 5 матеріалів і всі вони, згідно з нашою теплокартою, датовані 21-23 січня (у порівнянні із серпнем 2014 року, коли про Україну знаходимо аж 48 згадок). У ці дні, як ми знаємо, відбулися перші криваві сутички на Майдані Незалежності, що спричинили смерті протестувальників. Водночас до цього про Україну в «Newsweek» згадували лише декілька разів за рік. Згідно з нашими результатами пошуку, в 2008 році про Україну вийшло лише 3 матеріали, у 2009 році – 4, у 2010 році було 6 статей про Україну, ще по 2 статті вийшло в 2011 і 2013 роках.

Перший репортаж вийшов 21 січня (під заголовком «Обмежені можливості президента України, поки протести набирають силу»). Текст підсумовує останні події на Майдані, наголошуючи, що: «Незважаючи на два місяці заворушень після відміни торговельної угоди з Європейським Союзом і наближення до Росії, нічого не віщує, що 63-річний колишній будівельник (тобто Янукович. – І. С.) перебуває під загрозою усунення від влади» [1]. Водночас «Newsweek» робить припущення, що варіантів виходу із ситуації у Януковича залишається не так уже й багато, оскільки вуличне протистояння його владі стає все більш інтенсивним після помилок у політиці, як от прийняття законодавства, яке забороняє практично будь-яку форму антиурядових протестів. Тут же вони подають цитату незалежного аналітика з Центру прикладних політичних досліджень «Пента» Володимира Фесенка: «Ці закони були найбільшою помилкою Януковича цього року» [1].

У репортажі використовується емоційно забарвлена лексика, спрямована на краще розуміння ситуації американськими читачами, яка водночас створює певні фрейми у сприйнятті інформації: «жостоке поводження поліції із студентами-протестувальниками»; «драконячі закони проти громадських протестів», «президент повернувся спиною до компромісу». Водночас «Newsweek» прямим текстом пише, що «його (президента) рейтинги популярності впали з початку кризи в листопаді, і будь-які більш серйозні помилки у вирішенні питань серйозно загрожуватимуть його шансам отримати другий термін повноважень у лютому 2015 року» [1].

У репортажі (під заголовком «Президент України зустрівся з опозицією після смерті трьох під час зіткнень») за 22 січня «Newsweek» відразу цитує прем'єр-міністра Миколу Азарова, який назвав антиурядових протестувальників «терористами», а також подає його цитату, де він каже: «Я офіційно заявляю, що це злочинці, які повинні відповідати за свої дії» [16].

Тут же М. Азаров заявив, що міліція не має вогнепальної зброї, а міністерство внутрішніх справ нібито спростувало наклепи, що поліція використовувала зброю під час заворушень. «Newsweek» констатує, що хоча сотні людей продовжують мирний протест у таборі на Майдані Незалежності, проте є група радикалів, яка закидає поліцію «коктейлями молотова» та бруківкою. Поліція відповідає гумовими кулями, шумовими гранатами і сльозоточивим газом [16].

Також у січні «Newsweek» приділив увагу ситуації, коли в інтернеті з'явився ролик, як Беркут знущається з чоловіка, роздягнувши його до гола (М. Гаврилюка – І. С.), із посиланням на сайт «Української правди», нагадуючи, що в день, коли знімали відео температура повітря була –10 градусів Цельсія (14 градусів за Фаренгайтом). Проте цю ж новину вони «збалансовують» згадкою про Президента і його дії, а також поліцію, яка теж страждає у сутичках: «За час насильницьких зіткнень в центрі Києва загинули три учасники мітингу, понад 150 силовиків поранені. Президент України Віктор Янукович призначив позачергове зібрання парламенту для припинення насильницьких заворушень» [14].

У лютому 2014 року в «Newsweek» вийшло всього 15 згадок про Україну, більшість із них поміж 18 і 24 лютого, коли на Майдані незалежності відбувалися масові заворушення із десятками смертей і сотнями поранень протестувальників. Уже із самих заголовків читачі «Newsweek» мали б розуміти хронологію подій: «Зафіксовано декілька смертей після наступу Беркуту проти протестів, що вже тривають декілька місяців в Україні»; «Захід введе санкції щодо України»; «Янукович підштовхнув переворот»; «Оновлення в реальному часі: кількість смертей в Україні зростає через насильство»; «ЄС прагне до миру, коли в Україні кількість смертей перевищила 75»; «В Україні підписано мирну угоду, це відкриває шлях до ранніх виборів»; «Верховна Рада України скинула президента, який після «перевороту» втікає з Києва»; «Український президент-втікач оголошений у розшук за масові вбивства»; «Озброєні чоловіки захопили два аеропорти в Криму»; «Янукович знову з'являється в Москві»; «Путін використовує українську революцію, щоб спробувати відібрати Крим».

У репортажі за 18 лютого з Майдану Незалежності «Newsweek» пише: «Це був найкривавіший день від коли колишня радянська республіка, що опинилася в геополітичній боротьбі між Росією та Заходом, здобула незалежність». Водночас нижче, цитуючи оператора Reuters, вербально візуалізуються події на Майдані для кращого розуміння аудиторії, що ж насправді відбувалося в Україні: «Навколо дим від вибухів наметів, що палають, купи шин і деревини, коли тисячі демонстрантів трималися в центрі площі. Також запалали кілька поверхів будівлі профспілок, які використовувалися як антиурядові штаби» [13].

Позицію європейської спільноти «Newsweek» вербалізує через висловлювання Комісара ЄС з питань розширення Штефана Фюле, який повідомив, що він розмовляв із прем'єр міністром і той гарантував, що влада намагатиметься уникнути використання вогнепальної зброї на Майдані. Водночас додає не дуже оптимістичне: «Заради українців і заради майбутнього цієї країни, я буду молитися, щоб він мав рацію» [13].

Також знаходимо пояснення ролі Росії у заворушеннях: «Беркут прибув (на Майдан) через кілька годин після того, як Москва надала Україні 2 мільярди доларів допомоги для підтримки економіки. Цю допомогу вона довго затримувала, вимагаючи рішучих дій для придушення протестів». Водночас подається ширша картина ставлення Росії до ситуації: «Відновлення пакету допомоги на суму 15 млрд. доларів – це сигнал, що Росія вважає, що Янукович має план припинити протести і відмовився від будь-якої ідеї приведення лідерів опозиції до влади» [13].

Водночас «Newsweek» робить припущення, у якому чітко зафреймлено симпатію до України: «Хоча, здається, президент Росії Володимир Путін зараз виграв битву

за вплив в Україні, протестувальники, які зайняли центр столиці, так просто не здадуться» [13].

У репортажі за 20 лютого у гіперпосиланні вказано 50 загиблих, проте у заголовку йдеться уже про 75 жертв. Вони підтверджують кількість вбитих словами міністра охорони здоров'я, кажучи, що це означає, що лише в четвер загинуло 47 учасників протесту. Тут «Newsweek» знову повторюється, зауважуючи, що це було, безумовно, найгіршим насильством з того часу, як Україна постала з розвалин Радянського Союзу 22 роки тому [3].

Тут же вони продовжують у репортажному стилі, що: «Лише за три години запеклої боротьби на Майдані незалежності, неподалік від того місця, де Президент Віктор Янукович зустрічався з делегацією ЄС, на землі лежало понад 20 вбитих мирних жителів», а також описують виступ на телебаченні Міністра внутрішніх справ Віталія Захарченка, який, будучи одягненим у камуфляж, заявив, що: «Поліція отримала бойове озброєння і буде використовувати його «у відповідності до закону» для захисту себе або звільнення своїх 67 колег, що перебувають у полоні» [3].

Водночас із подіями на Майдані, у лютому 2014 у світі відбувалася інша велика міжнародна подія – олімпійські ігри у російському Сочі. Новина, що частина української збірної відмовилася виступати і обурилася забороною одягнути чорні пов'язки в знак жалоби, теж потрапила у топ новин за 20 лютого в «Newsweek»: «Представники української команди хвилиною мовчання вшанували пам'ять жертв. На прапори України на балконах їхньої будівлі в олімпійському селі почепили чорні стрічки» [11].

У суботу 22 лютого вийшов інший репортаж, під заголовком «Верховна Рада України знімає президента, який втікає з Києва через «переворот»». У ньому читачам у деталях розповідають про голосування українського парламенту з метою усунення Президента В. Януковича із посади та його втечу до Росії [12]. «Newsweek» каже, що: «Незворотне повалення проросійського лідера після кровопролиття в Києві, в якому загинуло 82 людей, а центр столиці перетворився на пекло, повинно витягнути Україну з орбіти Москви і направити у бік Європи [12]. Самому ж Януковичу «Newsweek» теж надає слово, кажучи, що він засудив те, що він називає «переворотом» після тижня бойових дій на вулицях столиці, а рішення парламенту «нелегальним» [12].

А уже 24 лютого у репортажі «Президента-втікача розшукують за масове вбивство» з особою Януковича ніхто не церемониться, на відміну від січневих матеріалів. «Newsweek» пише: «Нова українська влада видала у понеділок ордер на арешт за масові вбивства Президента Віктора Януковича. Він переховується після того, як його режим повалили криваві вуличні протести, в яких поліцейські снайпери вбивали опозиційних демонстрантів». Також «Newsweek» цитує допис з Фейсбук-сторінки А. Авакова, де він пише, що на В. Януковича відкрито справу про масові вбивства мирних жителів [15].

Підсумовують тему краху правління Януковича, «Newsweek» робить однозначні висновки, не залишаючи читачам простору для іншого погляду на ситуацію в Україні: «Це був ганебний політичний кінець для Януковича; його публічно покинули найближчі союзники, він втратив свою розкішну резиденцію під Києвом, а також став свідком звільнення з в'язниці головної його суперниці Юлії Тимошенко» [15].

Цикл статей, присвячених подіям Революції Гідності, завершується детальним описом ситуації на Майдані: «Настрій серед декількох сотень на площі був сумішшю втоми, скорботи за понад 80 убитими минулого тижня, і почуття перемоги після

трьох місяців протестів» [15]. «Newsweek» подає детальний опис сцени на Майдані і великий екран, на якому одне за одним показують обличчя тих, хто загинув. Щоб краще передати атмосферу на Майдані «Newsweek» підкріплює репортаж цитатами українців, які брали участь у революції, як от одягненого у чорну уніформу Григорія Кузнецова: «Зараз не час для святкування. Ми все ще перебуваємо у стані війни. Ми залишатимемось тут так довго, як нам доведеться» чи слова Галини Кравчук, жінки середнього віку з гвоздиною у руках: «Зараз ми шукаємо Європу. У нас є надія. Ми хочемо приєднатися до Європи» [15].

Водночас «Newsweek» переводить фокус своїх читачів із Майдану на Схід і Південь України, зауважуючи, що: «Сутички у Криму і деяких східних містах між прихильниками нового порядку в Києві і тих, хто прагне залишитися поруч з Москвою, розбурхали страх сепаратизму. Тиждень тому ці проблеми були зосереджені на Заході, де українські націоналісти відмовилися від Януковича і проголосили самоврядування» [15].

Незважаючи на те, що подій лютого відбувалися в Україні і безпосереднього стосунку до Росії вони не мали, проте «Newsweek» досить багато уваги приділяє й реакції Кремля: «Втеча Януковича залишила Путіна біля розбитого корита, в той день, коли він сподівався, що очі будуть на величному фіналі Сочинської Олімпіади» [15].

«Newsweek» також цитує прем'єр-міністра Росії Дмитрія Медведєва щодо російського бачення ситуації в Україні: «Ми не розуміємо, що там відбувається. Існує реальна загроза для наших інтересів і для життя наших громадян», нагадуючи, що цими ж словами, посилаючись на обов'язок захищати своїх громадян, у 2008 році Кремль обґрунтовував своє військове втручання у Грузії, підтримуючи сепаратистів у Південній Осетії [15].

«Newsweek» наближає інтерес читачів до подій в Україні через ставлення американської сторони. Вони пишуть, що: «Підкреслюючи несхвалення Вашингтоном того як Україна справляється з протестами, посольство США в Києві заявило, що скасувало візи ряду українців, пов'язаних з насильством з боку силовиків проти демонстрантів у листопаді та грудні [2013 року]» [16].

Водночас, цитуючи Радницю з національної безпеки президента Барака Обама С'юзан Райс, часопис акцентує на тому, що американський уряд вважає, що Росія не наважиться ввести війська на територію України: «Це була б серйозна помилка. Не в інтересах України чи Росії, чи Європи, чи Сполучених Штатів бачити розкол країни» [15].

Проте «Newsweek» відверто транслює ставлення до України у висловлюваннях про те, що Сполучені Штати і їх союзники в НАТО не будуть ризикувати, щоб вступити у пряму військовою конфронтацію з Росією. Водночас наголошують, що «Відгомони холодної війни підкреслюють високі ставки в Україні, чий 46 мільйонів людей і широко розкинута територія опинилися в геополітичному перетягуванні каната» [15].

Згідно з нашою теплокартою, у березні 2014 року в «Newsweek» вийшло 22 статті про Україну, пік уваги припав на перший тиждень місяця, коли Росія окупувала Крим, провівши фіктивний референдум, та середину місяця (18-24 березня), коли російські війська захопили українські військові бази.

Головною темою місяця стало вторгнення російських військ на кримський півострів. У той час, коли в українських медіа російські війська все ще називали «зеле-

ними чоловічками», «Newsweek» на пряму пов'язував ситуацію із В. Путіним: «Україна мобілізована для війни, і Вашингтон погрожує економічно ізолювати Росію у найбільшому протистоянні Москви із Заходом після холодної війни – після того, як президент Володимир Путін заявив, що має право вторгнутися до свого сусіда» [10].

Матеріалом за 1 березня 2014 року під назвою «Російський президент Путін стверджує, що має право на вторгнення в Україну», «Newsweek» почав цикл детальних та ілюстративних репортажів з Кримського півострова, де розпочався збройний конфлікт між Україною і Росією.

«Війська без відзнак на уніформі, але явно російські (а деякі у транспортних засобах з російськими номерними знаками) вже захопили Крим, ізолюваний півострів у Чорному морі, де Москва має велику військову присутність у штабі Чорноморського флоту. Нова влада Києва була безсила їх зупинити». – розповідає про ескалацію конфлікту «Newsweek» [8].

«У самому Криму прихід військових викликав захоплення у проросійської більшості. У прибережному місті Балаклава, де російськомовні війська в броньованих машинах з чорними російськими номерними знаками оточували невеликий гарнізон українських прикордонників, сім'ї ставали до фотографії з солдатами, а весільні кортежі із захопленням сигналізували на знак привітання», – у стилі художнього репортажу продовжує «Newsweek» оповідати історію захоплення українського Криму [8].

Тут же знаходимо продовження у стилі художнього репортажу «блокбастера» для американської аудиторії: «Російські війська зміцнили свій контроль над Кримом, а в суботу неспокій поширився на інші регіони України. Проросійські демонстранти влаштували жорстокі сутички з прихильниками нової влади України й підняли російський прапор над урядовими будівлями в кількох містах» [8].

Також Росія влаштувала військові маневри з 150-ма тисячами військовослужбовців нагромаджених уздовж сухопутного кордону України. Київ підтвердив, що Росія направила сотні своїх громадян через кордон для проведення протестів [10]. Водночас Путін заперечив, що російські збройні сили безпосередньо були задіяні в безкровному захопленні Криму, заявивши, що військовослужбовці в уніформі без національних знаків були «силами самооборони» [6].

Актові підняття прапора, як маркування простору, «Newsweek» надає особливого значення. Це згадується у декілька інших репортажах із Криму, а згодом і Донбасу: «Демонстранти встановили російські прапори на урядових будівлях у Харкові, Донецьку, Одесі та Дніпропетровську [8].

«Newsweek» розповідає, як у Донецьку, рідному регіоні Януковича, місцеві посадовці заявили, що хочуть референдуму щодо статусу регіону. «Ми не визнаємо владу в Києві, вони не є легітимними», – цитують слова голови протесту Павла Губарева зі сцени в Донецьку. Тисячі послідовників, тримаючи гігантський російський прапор і скандуючи «Росія, Росія!», пройшли до донецької облдержадміністрації і, здерши український прапор, почепили російський [8].

«Newsweek» також повідомляв, що у російських мас-медіа події в Україні висвітлюються зовсім не так, як в українських та західних медіа. Усунення Януковича зображають як державний переворот, організований небезпечними екстремістами, що фінансуються Заходом, а також що не виглядає на те, що хтось з росіян висловлює незгоду з таким перекрученим висвітленням [10].

«Newsweek» робить передбачення щодо майбутньої геополітичної ситуації в Україні на основі доказів присутності російських військ у Криму, що потенційно більшим ризиком буде поширення конфлікту на решту України, адже, на їх думку, у цьому випадку населенню буде важко обрати на чийй вони стороні. «У напрузі, що панувала в суботу, демонстрації іноді перетворювалися на насильство у містах на Сході, де більшість людей, які хоча і є українцями, – російськомовні та багато хто підтримує Москву і Януковича» [8].

Окрім висвітлення російської сторони «української кризи», читачів «Newsweek» також повідомляють й про офіційну позицію України та Заходу у цьому питанні. «Прем'єр-міністр Арсеній Яценюк, голова уряду, що прийшов до влади після того, як московський спільник Віктор Янукович втік тиждень тому, заявив, що російські військові дії будуть початком війни і закінченням будь-яких відносин між Україною і Росією» [8]. «Це навіть не погроза: це фактично оголошення війни моїй країні» [10].

«Незважаючи на те, що Міністерству оборони було наказано здійснити виклик резервів, що теоретично означало б усіх чоловіків до 40 років, але Україні буде важко намагалася знайти додаткову зброю або уніформу для значної їх кількості», – розповідає «Newsweek» ситуацію із обороноздатністю України на початку військового конфлікту з Росією. Часопис доповнює, що українське військо слабе і не може рівнятися до свого сусіда. Міжнародний інститут стратегічних досліджень Великобританії оцінює, що Київ має менше ніж 130000 військовослужбовців із озброєнням, літаки ледве готові до польотів, а єдиний підводний човен має невелику кількість запасних деталей [10].

Для контрасту «Newsweek» порівнює боєготовність Росії, кажучи, що Путін витратив мільярди доларів, щоб оновити і модернізувати можливості збройних сил після розпаду Радянського Союзу. Спеціальні підрозділи Москви зараз вважаються одними із найкращих у світі [10].

Безумовно, читачів «Newsweek» цікавить, чому новини про війну в Україні потрапляють до їхнього порядку денного, а також потенційна участь американської сторони у цьому конфлікті. Практично у кожному репортажі присвяченому ситуації в бачимо роль та реакцію Сполучених Штатів Америки.

«Newsweek» розповідає у деталях, як Державний секретар США Джон Керрі здійснив свій перший візит до Києва з моменту повалення підтриманого Росією президента Віктора Януковича, описавши цей досвід як «зворушливий, сумний і надихаючий». «Керрі поклав квіти на Майдані Незалежності до меморіалу прозахідних демонстрантів, убитих поліцією в минулому місяці, зустрівся з тимчасовими лідерами країни і оголосив про надання економічного пакету на 1 мільярд доларів і технічну допомогу новому уряду» [6].

«Newsweek» також цитує Президента США Барака Обаму, який заявив, що референдум в Криму про приєднання до Росії порушує міжнародне право і що американські санкції будуть спрямовані на покарання Москви за втручання в Україну [2].

Але водночас не всі так схвально відреагували на надання допомоги Україні. До прикладу Майк Роджерс, голова Комітету Палати розвідки під час огляду звітів розвідки США про Україну запропонував з обережністю ставитися до того, як саме Америка втручається в ситуацію: «Я б, звичайно, запропонував тренінгові пакети, щоб вони (українці) могли зрозуміти які існують загрози контррозвідки, а також запропонував би поради щодо того, як має виглядати програма боротьби з повстанцями» [9].

Скептичні настрої, щодо гучних заяви про надання Україні фінансування та військової підтримки та економічних санкцій проти Росії також можна знайти у частині репортажів за березень. До прикладу: «Аналітики вважають, що економічні санкції США, швидше за все, матимуть незначний вплив на Росію, якщо вони не супроводжуватимуться потужними заходами великих європейських держав, які мають більш глибокі торговельні зв'язки з Москвою і залежать від російського газу» [9].

Проте, відзначає «Newsweek», реакція Заходу в значній мірі є лише символічною. Обама та інші лідери призупинили підготовку до саміту G8 в Сочі, де Путін тільки що завершив проведення своїх зимових Олімпійських ігор за 50 мільярдів доларів. Лише Велика Британія заявила, що її міністри будуть триматися осторонь параолімпійських ігор, що пройдуть у Сочі [10].

Безумовно революція та війна в Україні глибоко стурбувала весь Західний світ, адже вона порушує статус кво, у якому перебуває Європа уже понад п'ятдесят років. Ці віяння і реакції Заходу «Newsweek» передає у своїх репортажах про Україну: «Це, мабуть, найнебезпечніша ситуація в Європі після радянського вторгнення до Чехословаччини в 1968 році», – сказав західний чиновник на умовах анонімності. «Дійсно, ми повинні зважати на те, що Крим знаходиться у руках Росії. Сьогодні завдання полягає в тому, щоб утримати Росію від захоплення російськомовного сходу України» [8].

Висновки. Таким чином, ми розглянули встановлення порядку денного подій в Україні в першому кварталі 2014-го року на прикладі онлайн-версії газети «Newsweek». При цьому в публікації проведено фокусування на тому, які саме інформаційні меседжі пропонує «Newsweek» своїм читачам про події в Україні у період Революції Гідності.

Перспективи подальших досліджень. Перспективою досліджень є визначення головних фреймів, які формують образ подій в Україні в період подій на Майдані й розширення представлень на теплокарті детальних «спалахів активності» частки згадувань подій в Україні в американських медіа у 2014 році – році початку російської агресії проти України.

REFERENCES

1. As Protests Swell, Options Limited for Ukraine's President [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/protests-swell-options-limited-ukraines-president-226678>.
2. Crimea Votes to Join Russia, Accelerating Ukraine Crisis [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/crimea-votes-join-russia-accelerating-ukraine-crisis-231139>.
3. EU Seeks Peace as Ukraine Death Toll Hits 75 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/ukraine-truce-shattered-death-toll-tops-50-229615>
4. McCombs M. The Agenda-Setting Function of Mass Media / Maxwell McCombs, Donald Shaw // Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36 (summer). Pp. 176-187.
5. McCombs M. Shaping the Agenda of Local Daily Newspapers: A Methodology Merging the Agenda Setting and Community Structure Perspectives / Maxwell McCombs, Marcus Funk // Mass Communication and Society. 2011. Vol. 14 (6). Pp. 905–919.

6. Putin: Military Force Would Be ‘Last Resort’ in Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/putin-military-force-would-be-last-resort-ukraine-230876>.
7. Russian Forces Storm Ukraine Base in Crimea, U.S. Sees ‘Dark Path’ to Isolation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/russian-forces-storm-ukraine-base-crimea-us-sees-dark-path-isolation-232378>.
8. Russia’s Putin Claims Authority to Invade Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/russias-putin-claims-authority-invade-ukraine-230622>.
9. Stein J. Intelligence Panel Chief Urges U.S. Aid for Ukraine / Jeff Stein [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/intelligence-panel-chief-urges-us-aid-ukraine-231110>
10. Ukraine Mobilizes After Putin’s ‘Declaration of War’ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/ukraine-mobilizes-after-putins-declaration-war-230637>.
11. Ukraine Olympic Team Members Leave Sochi in Support of Protesters [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.newsweek.com/ukraine-olympic-team-members-leave-sochi-support-protesters-229738>.
12. Ukraine Parliament Removes President, Who Flees Kiev in ‘Сoup [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/ukraine-parliament-removes-president-who-flees-kiev-coup-229909>.
13. Ukraine Police Charge Protesters After Nation’s Bloodiest Day [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.newsweek.com/ukraine-police-charge-protesters-after-nations-bloodiest-day-229401>.
14. Ukrainian Riot Police Caught on Video Making Naked Man Stand in Snow, Taking Pictures [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/ukrainian-riot-police-caught-video-making-naked-man-stand-snow-taking-pictures-226890>.
15. Ukraine’s Fugitive President Wanted for Mass Murder [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/ukraines-fugitive-president-wanted-mass-murder-230038>.
16. Ukraine’s President, Opposition Meet After Three Killed in Clashes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.newsweek.com/ukraines-president-opposition-meet-after-three-killed-clashes-226704>.
17. Wanta W. Agenda Setting and International News : Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations / W. Wanta, G. Golan, C. Lee // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2004. No 81(2). Pp. 364–377.
18. Wilkinson Leland, Friendly Michael (2009). The History Of The Cluster Heat Map. *The American Statistician*. –2009 (May). Vol. 63. No 2. Pp. 178-185. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cs.uic.edu/~wilkinson/Publications/heatmap.pdf>
19. Дзюба Є. Медіа-імідж України: українська проблематика в іноземних ЗМІ [Електронний ресурс] / Є. Дзюба. – Режим доступу : <http://www.dialogs.Org.ua/gu/cross/page1819.html>.
20. Консевич О. Образ України у польському тижневику «Polityka» після Революції Гідності / О. Консевич // *Грані*. 2016. Вип. 15 (40). С. 118-136.

21. Польовик С. Образ України на сторінках російських газет: контент-аналітичне дослідження / С. Польовик // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації», 2018. № 11. С. 35–40.
22. Піскорська Г. Імідж України в контексті російсько-українського конфлікту / Галина Піскорська, Наталія Яковенко // Міжнародні відносини. Серія: Політичні науки. 2015. № 5. С. 1–10.
23. Саківська І. Україна в порядку денному «The Washington Post» у першому кварталі 2014 року / Ірина Саківська // Spheres of Culture / Ed. by I. Nabytovych. Lublin, 2018. Vol. 17. Pp. 497–508.

UKRAINE IN «NEWSWEEK» AGENDA SETTING IN FIRST QUARTER OF 2014

Iryna Sakivska

Ukrainian Catholic University,

Ilariona Svetnitskoho Street 17, 79000, Lviv, Ukraine

e-mail: sakivska@ucu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-4463-5983>

The world press widely covered the events on the Maidan in Kyiv and the beginning of the armed attack of the Russian Federation on Ukraine as well as the occupation of the Crimea. According to research on the formation of the agenda in American media, there are a number of reputable magazines and newspapers that allows them to set an agenda for all other smaller media, thus making them the leaders of public opinion in the media market. Among them is a «Newsweek» – one of the three largest liberal weekly magazine in the United States. Of course, the revolution and the war in Ukraine deeply disturbed the whole Western world, because it violates the status quo, which has been in Europe for over fifty years. These trends and reactions of the West the «Newsweek» reports in their articles about Ukraine.

The content analysis of the leading American press on this matter allows us to see the beginning and deployment of Russia's war against Ukraine (not just armed, but also media aka hybrid war), to show how these publications set the agenda in American press about the events in Ukraine, and hence, from the perspective of time, demonstrate how this media agenda begins to affect the political reaction to Russia's armed attack on Ukraine.

This is a perspective that we use to look into an agenda setting for events in Ukraine in the first quarter of 2014, using the example of the online version of the Newsweek magazine. At the same time, the publication is focused on what information messages and frames «Newsweek» offers to its readers about events in Ukraine during the period of the Revolution of Dignity.

The article analyzes how frequent and deep mentioning of Ukraine in this magazine was during the specified period; it is indicated and interpreted what main frames form the image of events in Ukraine during the specified period; a detailed «outbreak of activity» on the heatmap was shown on the example of the mentions of events in Ukraine in the magazine for the first quarter of 2014.

Key words: newsmaker, agenda setting, framing, priming, communication effects, print media, USA press, content analysis, media and society.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 280–290 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10010>

УДК 81'33:7.049.2:327.5

RUSSIAN-UKRAINIAN MILITARY CONFLICT IN AMERICAN, GERMAN AND UKRAINIAN POLITICAL CARTOONS: QUANTITATIVE AND QUALITATIVE ANALYSIS

Orest Semotiuk

Technical University Lviv

Mytropolyta Andreja str. 3, 79000, Lviv, Ukraine

e-mail: orest.semotiuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7922-380X>

The article is devoted to coverage of Russian-Ukrainian military conflict in American, German and Ukrainian political cartoons. Political cartoon is the subject of many different disciplines. From the linguistic point of view the political cartoon is a «creolized text». («multimodal text» or «hybrid text»). The perception of creolized text is a double decoding of information: at the visual level (symbols, visual metaphors) and at the verbal level (captions, phrases of cartoon's characters). This double-decoding provides the integral perception of the cartoon. Political cartoon combines different cultural codes to implement cognitive and communicative purposes, using a minimum of verbal and non-verbal means. The discursive modus of the conflict was analyzed by using of quantitative and qualitative methods (content analysis, frame analysis, metaphor analysis). This combination of methods provide objective and reliable research results.

Key words: political cartoon, creolized text, conflict, frame, content analysis, category, metaphor, script.

Introduction. Today, many applied and theoretical studies in linguistics are devoted to various problems of text and discourse. Text and discourse are rather complex phenomena and can be studied in various aspects: formal-structural, semantic, syntactic, pragmatic, functional, semiotic etc. For most of these studies the text is the source of the empirical material. Despite all the diversity of text sorts under study, political cartoon is of increasing interest to researchers.

Political cartoon is the subject of many different disciplines: cultural studies, communication and media studies, media linguistics, political science, political linguistics, cognitive linguistics, semiotics. This is due to the following reasons:

1) the political cartoon is a media phenomenon and at the same time an instrument for political communication and criticizing social shortcomings. It is perceived by a mass audience, has an impact on it and shapes its identity, reflects the «agenda» of a particular society;

2) the political cartoon is a social and cultural phenomenon and provides precise temporal and local orientation;

3) the political cartoon is a special sort of text. It combines the verbal and nonverbal components. However, the political cartoon as a special sort of text is not a simple sum of these components, it is rather a completely new text and can be regarded as a result of their interaction. This sort of text is described by different researches as creolized, or multimodal, or hybrid text. (Grishaeva 2013, Voroshylova 2013, Sorokin 1990, El Refaie 2009, Ch. Achtenberg 1998, Th. Knieper 2013).

Political cartoon combines different cultural codes to implement cognitive and communicative purposes, using a minimum of verbal and non-verbal means. In this study we use the term «creolized text» and understand it as a synonym to «multimodal text» and «hybrid text». Creolized texts are texts, consisting of two non-homogeneous elements: verbal (lingual) and nonverbal (visual), which is a part of other sign systems than the natural language. The perception of creolized text is a double decoding of information: at the visual level (symbols, visual metaphors) and at the verbal level (captions, phrases of cartoon's characters). This double-decoding provides the integral perception of the cartoon.

But the political cartoon can be studied not only in the mentioned regards (text, media phenomenon, instrument of political communication). The political cartoon also enables and impacts the establishing and expressing of the image of politicians, political parties, and countries. Image is a stereotypical image of a particular object that exists in the mass consciousness. According to K. Boulding, «...image must be thought of as the total cognitive, affective and evaluative structure of the behavior unit or its internal view of itself and its universe»¹. In parallel with the term *image*, and sometimes synonymously with it, the term *stereotype* are used, although *image* is, we believe, a more neutral and changeable notion than *stereotype* that has rather negative connotations and is more stable. Despite this difference, both terms have the common feature: they were formed under the influence of the primary or secondary experience of communicating with «others». When there is no primary (= own) experience, then secondary (=mediated) experience begin to «work» This experience include also the consumption of media content which shapes the image of the people or the country.

Purpose, corpus and methodology of the study. The **purpose** of this paper is to define and to describe the quantitative and qualitative characteristics of verbal and non-verbal tools used in political cartoons and the impact of these tools on public opinion and the image of political actors. **Corpus** includes 489 political cartoons from USA, Germany and Ukraine, dedicated to the Ukrainian-Russian military conflict. These cartoons were taken from the several web galleries:

www.radiosvoboda.org/media/photogallery

www.paolo-calleri.de

www.stuttman-karikaturen.de

www.de.toonpool.com,

www.politicalcartoons.com.

www.cagle.com

¹ Boulding K. National Images and International systems. In: J.N. Rosenau (Ed.) International Politics and Foreign Policy. – New York. Free Press, 1969. – p.422.

The **time frame** of the study covers March 2014 – February 2016. Annexation of the Crimea, shooting down of the MH 17, G 20 summit in Brisbane, visit of A. Merkel and F. Hollande in Ukraine, G7 summit in Germany, Minsk II, four-foursome summit in Paris etc. define the **social context** of the study.

Before moving on to the description of the methodology we would like to make some theoretical remarks. After the beginning of Russian aggression in Ukraine we observe the instant growing of papers and books, considering such topics as «war», «conflict», «media and conflict», «hybrid war» in general and the Ukrainian-Russian military conflict in particular. Modern warfare is interpreted by experts as a kind of more complex concept of «military conflict». This last concept has two components: organized armed contingents and combat actions of a given intensity².

This definition regards the war as a «material», «physical» phenomenon. At the same time, this «physical» modus/dimension of war coexists with its discursive modus/dimension: «an armed clash of any kind begins to exist as a war – that means, as a historical and social ... event – only within its discursive ... comprehension.»³

There is an asymmetry between these two modi/dimensions. In the «physical» modus/dimension, the Russian-Ukrainian military conflict is locally limited (Crimea and Donbas). Instead, the discursive dimension of this conflict exists at three levels: global, interstate (Russian-Ukrainian) and local (Ukrainian). Moreover, the interpretation of events at these three levels is different, and often even controversial. This conflict of interpretations, «is used during the hybrid warfare as a kind of weapon along with other non-military components of hybrid action»⁴.

Our study is methodologically based on: 1) the *functional approach* for relations between the media and politics, which considers shaping of the public opinion as one of the important tasks of the media; 2) the *framing approach* as part of the qualitative research. Main features of qualitative research are: understanding as the principle of cognition, case studies as the starting point for the analysis of ways of constructing social reality, texts are the as empirical material for the research. This approach is used to explore the principles of selection, organization and presentation of information and of accentuation in the media coverage; 3) The *synergistic approach* that enables the combination of quantitative and qualitative (semantic-cognitive) research techniques to study the relations between of «physical» and discursive modi of the Ukrainian-Russian military conflict. This multidimensional approach helps to obtain reliable and objective results with further quantification. In our study we used content analysis, semiotic analysis and framing analysis.

At the first stage, we conducted a *content analysis* of cartoons. This method is based on a system of codes (categories), developed by the researcher and their subsequent quantitative analysis. There are formal and content-related categories of content analysis. The formal ones include additional information on the research material (name, release date, material placement, heading). Content-related categories answer the questions *What?*

² Final Report on the Meaning of Armed Conflict in International Law. The Hague Conference (2010). Use of Force. Retrieved from: http://www.rulac.org/assets/downloads/ILA_report_armed_conflict_2010.pdf.

³ Javorska G. M. Hybrid War as a Discursive Construct // Strategic Priorities. No. 4 (41), 2016. p. 42.

⁴ Ibid., p. 45.

Who? Where? When? and help to classify and systematize the research material. Categories are then divided into subcategories.

We developed the following formal codes: *cartoon's type*, *cartoon with text*, *cartoon without text*. Subcategories are: *personal individual cartoon*, *personal group cartoon*, *impersonal cartoon*, *hybrid cartoon*.

Personal individual cartoon (I) presents individual features of a well-known person in a hyperbolized form. Its gestures and facial expressions are corresponding to a situation or problem covered by a cartoon (Fig.1) A personal group cartoon (II) depicts a typical representative of a social group, political party or an entire nation, which stand for them (Fig.2). This type often uses personalization, national symbols (colors) of countries, or animal images. The impersonal cartoon (III) has no image of the person, and the problem criticized by the cartoonist is depicted through objects or symbols. These objects or symbols are connected by the viewer to the concrete events or persons. (Fig.3). After preliminary analysis of the our corpus, we decided to add another cartoon's type: hybrid cartoon (IV). In this cartoon the features described above are presented in various combinations: the image of politicians + national symbols, national symbols + animal images, typical representatives of the nation/ countries + national symbols etc.



Fig.1 Personal individual cartoon. Fig.2 Personal group cartoon. Fig.3 Impersonal cartoon.

The content-related codes are: **conflict participants** (with the subcodes *persons*, *countries*, *institutions*, *the ДНР*, *the ЛНР*⁵), **course of the conflict** (with the subcodes *annexation of the Crimea*, *Russian «humanitarian» convoy*, *crash of the MH 17*, *the delivery of American weapons to Ukraine*, *G20 / G7 summits*, *A Merkel's and F. Hollande's visit to Ukraine*, *the Minsk agreements*), **context of the conflict** (with the subcodes *revival of the Cold War*, *Russian aggression in the Caucasus*), **consequences** (with subcodes *sanctions*, *impoverishment of the population*, *losses for the world economy*)

After the establishing of the system of categories, their quantitative analysis was carried out. We analyzed the number of cartoons and the distribution of cartoons with and without text (caption) in each content-related category (table 1 in chapter *Research findings*). We also analyzed distribution of different cartoon's types in each content-related category and subcategories (table 2 in chapter *Research findings*).

The next stage of the study was the analysis of verbal and non-verbal means used in political cartoon to enhance its ironic or sarcastic effect. This feature is one of the most

⁵ The Donetsk People's Republic and The Luhansk People's Republic are landlocked proto-states in eastern Ukraine, occupied by Russia.

important in the political cartoon. Thus, following techniques enhance the ironic or sarcastic effect of the political cartoon: a) the caption or replica of characters contrast sharply with the situation depicted in the cartoons; b) allusions with films, computer games, characters of fairy tales, historical events and characters, c) wordplay, d) homophony. Some results of the analysis are presented in chapter *Research findings*, table 3.

At the next stage of the study, we applied a frame analysis to determine by what frames the Ukrainian-Russian military conflict is represented in political cartoons. Recently, the concept of «frame» is increasingly used in not only in linguistics, but also in other disciplines like media studies and political science. «To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating context, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described»⁶.

Framing is a process of reality construction between the producer and recipient of media content. This media content includes verbal texts (news) and nonverbal /visual texts (pictures and cartoons). In political cartoons frames can refer to overall motif, but also to particular key features of the cartoon. Frames are visual observations of situations/matters, events, persons.

There are two approaches to the analysis of frames in creolized texts in general and in political cartoons in particular: deductive and inductive. The first one involves the preliminary definition of frames without without prior acquaintance with the research material. The second one involves this acquaintance and preliminary analysis of the corpus, definition of the frames and their content based on the preliminary analysis of the corpus. In our study we combined both approaches, since using only an inductive approach may ignore frames that have been identified a priori. So, having preliminary analyzed the corpus, we defined 5 frames: *aggression*, *responsibility*, *economic consequences*, *game*, *struggle*. To identify this or that frame, we developed a set of 12 questions that should be answered with «yes» or «no». The answer «yes» to these questions means that particular frame is present in the cartoon, the answer «no» means «the frame is absent. 1. *Aggression*. This frame describes destructive behavior / attitudes, hostile actions, or military attacks in order to demonstrate the power or threat to apply it. To identify this frame, we asked: a) does the cartoon depict destructive behavior?; b) does the cartoon depict a military attack in the cartoon?; c) does the cartoon represent a demonstration of force or a threat to apply it?

2. *Responsibility*. This frame represents the problem, assuming responsibility for it or its resolution to a country or a politician. To identify this frame, we asked: a) does the cartoon «consider» that the character is responsible for the problem?; b) does the cartoon «consider» that the character can / must solve the problem?; c) does the cartoon «believe» that the problem needs an urgent solution?

3. *Economic consequences*. This frame describes the problem, or more exactly the consequences it will have for the institution or country. To identify this frame, we asked: a) does the cartoon depict financial or material losses?; b) does the cartoon indicate the economic consequences that will take place or will not take place after the actions depicted in the cartoon?

⁶ Entman, Robert. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication 43(4), 1993, Autumn, p.52.

4. *Game*. This frame describes the physical or mental competitions that the participants conduct according to the rules, being in front of each other. To identify this frame, we asked: a) does the cartoon show physical or mental competitions ?; b) does the cartoon contain images of people located in front of each other?

5. *Struggle*. This frame describes an event as a volitional effort aimed at defeating an opponent or achieving goals or preventing certain actions. To identify this frame, we asked: a) does the cartoon show an effort to defeat an opponent? b) does the cartoon contain images of people who are trying to achieve certain goals or prevent any actions?

The results and examples of frame analysis are in the Table 4.

At the final stage, we analyzed visual metaphors and metaphorical scenarios/scripts in political cartoons. We distinguish stereotyped, metaphorical and mixed/hybrid scripts. In the first case, the cartoon characters (e.g. politicians, statesmen) are depicted in their usual environment: conferences, negotiations, summits. Metaphorical scenarios «place» characters in the spheres, borrowed from real (medicine, circus, hunting) or fictitious (movies, tales, myths) world. These places originally are not typical for these characters. This enhances the humorous or satirical effect of the political cartoon. Mixed (hybrid) scenarios involve a mix of elements from different scenarios (for example, death is a party to peace negotiations).

Research findings. In this chapter we would like to present some of our findings and also to comment them. First we show the results of content analysis (table 1 and table 2).

Category	Participants	Course	Context	Consequences	Total
Total	197	222	14	56	489
caption	144	191	14	56	405
no caption	53	31	-	-	84

Table 1. Cartoons with and without text (caption) in each content-related category

Content-related category/ Type of the cartoon	I	II	III	IV	Total
Participants	105	27	-	65	197
Course	134	4	-	84	222
Context	2	6	2	4	14
Consequences	8	14	-	34	56

Table 2. Different cartoon's types in each content-related category

As we can see, in our corpus (489 political cartoons) cartoons with the text prevail (405). The rest are cartoons without text (84). In this regard the actual cartoon's caption and also phrases or replicas of characters depicted in the caricature are interpreted here as «text». Most of the cartoons from our corpus refer to the categories *conflict participants* (197) and *conflict course* (222).

As to the distribution of different cartoon's types in the content-related categories, so we can see that most frequent cartoon's type in content-related categories is personal individual cartoon, since modern politics is highly personified. This explains is a rather small amount percentage of impersonal cartoons in our corpus. The second most frequent





Technique	Text	Illustration
Contrast with situation	Nothing I can do then	
Allusion	Putinocchio	
Wordplay	Hardball: 1. Game 2. Hard line in politics	
Homophony	Ah! The perfect <i>whine</i> for my meal! Whine /Wine	

Table 3. Techniques providing the ironic/sarcastic effect in the cartoon

cartoon's type is a hybrid cartoon type, since the cartoon is a multidimensional phenomenon and his functionality is provided by various verbal and visual means: text, symbols, metaphors, colors etc.

Second we would like to present a sample of most important techniques in political cartoons which enhance the ironic or sarcastic effect. Considering the scope of the journal article we limit our examples to one or two cartoons for each stage of the analysis. On

the first picture we see a huge figure of the OSCE officer and a small separatist who does not let an observer to step into the terrain of MH17 crash. The second cartoon refers to Pinocchio, a fabulous character whose nose grew up when he was lying. So did Putin after annexation of Crimea. The third cartoon we see US President Obama, Russian President Putin, and Presidents of China and Iran. US President is going to play basketball, but as we can see, other Presidents are ready for hardball. This word means in English 1. Baseball. 2. Hard line in politics. The last cartoon shows Putin at the dinner table. Putin has a wine bottle with a label «NATO Sanctions 2014» in his hand. Putin says: «Ah! *The perfect whine for my meal!*». Here the technique of homophony is used: whine – a long, high-pitched complaining cry and wine (alcoholic drink). This means, NATO sanctions after annexation of Crimea were harmless for Russia.

In the next table we show some examples for frames occurring in our corpus and their frequency.






Frame	Aggression	Responsibility	Economic consequences	Game	Struggle
Illustration					
Number	134	255	40	32	28

Table 4. Frames in the cartoons and their frequency

The most frequent frames in our corpus are «responsibility» (255 cartoons) and «aggression» (134 cartoons). Less frequent, but also important are frames «Economic consequences», «Game», «Struggle». But we would like to mention, that one and the same cartoon may contain more than one frame, for example, «aggression» and «responsibility». This is the most common combination. The «game» frame has different implementations in political cartoons. The conflict is depicted as card game, puzzle game, chess game, wrestling, arm wrestling, squash. The frame «struggle» has different connotations in German and American political cartoons. German cartoonists frame the Ukrainian-Russian conflict as geopolitical confrontation between the USA and Russia. US-cartoonists see European Union and United States as partners in a joint struggle for Ukraine against Russia.

And finally we would like to present the results of the semiotic analysis (metaphors and scripts). We developed a scheme which enabled a complex analysis of metaphors and scripts in political cartoons (see table 5).

Regarding scripts in political cartoons the most frequent of stereotypical ones are: NEGOTIATIONS, SUMMIT, CONFERENCE. Metaphorical scripts cover a wide range of sources: SPORT, CIRCUS, RESTAURANT/KITCHEN, RELIGION, MYTHOLOGY, TALE, THEATER, HOUSEHOLD, WAY, SHOP/SHOPPING, HOSPITAL/MEDICINE.

As for participants of the Ukrainian-Russian military conflict and their metaphorical representation in cartoons, we also note a wide range of metaphors. Considering the format of a journal article we simply provide here the list of the most frequent metaphors used for Ukraine, Putin, the ДНР and the ЛНР without deeper analysis of them.

Script	Implementation	Illustration	Methaphors & Symbols
TALE	<p>Persons/Institutions: Merkel, Hollande, Putin</p> <p>Roles: dwarf, peacekeepers</p> <p>Objects: fire place, bear fell, bomb, barbed wire, silhouette of Ukraine, saber, book</p> <p>Attributes: sleeping</p> <p>Text: Russia, III Reich, Ukraine</p>		<p>PUTIN IS A DWARF</p> <p>RUSSIA IS DWARF'S HOUSE</p> <p>RUSSIA IS A BEARSKIN</p> <p>UKRAINE IS A FIREWOOD</p> <p>UKRAINE IS A VICTIM</p> <p>SYMBOLS: barbed wire, olive branch, bombs</p>

Table 5. Results of the semiotic analysis (metaphors and scripts)

Ukraine in political cartoons is represented by metaphors GIRL/WOMAN, HOUSE, FOOD; CHESSBOARD, FISH, EASTER EGG. The proto-states ДHP and ЛHP are depicted as JAIL, COFFIN, TRASH BIN. We should mention that these quasi-state formations occur only in Ukrainian political cartoons. Separatists in political cartoons are depicted mostly in connection with Putin as his DOGS, DOLLS, PUPPETS, VASSALS.

Considering metaphorical representation of Putin in political cartoons we can note, that this character is the most depicted one. The range of metaphors here is huge and only with negative connotations. Here the short list of metaphors: BANDIT, TERRORIST, MAFIOSO, THIEF, DWARF, WIREPULLER, VAMPIRE, PSYCHO, BLACKMAILER, BARBARIAN, DRUNKARD.

Conclusion. It should be emphasized that the discursive dimension of the Ukrainian-Russian military conflict is implemented at the global, interstate and local levels. This discursive dimension of the conflict was analyzed on the corpus of 489 political cartoons from US, Germany and Ukraine using quantitative and qualitative methods. At the first stage we conducted a content analysis of cartoons with following formal and content based categories: *cartoon's type, cartoon with text, cartoon without text; conflict participants, course of the conflict, context of the conflict, consequences.* On the next stages we analyzed verbal and non-verbal means to enhance ironic or sarcastic effect of the political cartoon and frames that represent the Ukrainian-Russian military conflict in political cartoons. The most frequent techniques are contrast with the situation and allusion. As for frames, two most frequently used frames in cartoons are *responsibility* and *aggression* or their combination.

On the final stage we analyzed the metaphorical representation of the Ukrainian-Russian military in political cartoons. We have discovered a wide range of metaphorical, stereotypical and blended scripts and visual metaphors.

Summing up, the combination of quantitative and qualitative methods enables objective and reliable research results.

REFERENCES

1. Achtenberg Ch. Karikatur als Quelle. Determinanten sozialwissenschaftlicher Interpretation. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang 1998 (Europäische Hochschulschriften: Reihe XXXI, Politikwissenschaft 372); 240 S.
2. Boulding K. National Images and International systems. In: J. N. Rosenau (Ed.) International Politics and Foreign Policy. New York. Free Press, 1969. P. 422.
3. El Refaie 2009 Multiliteracies: How Readers interpret political cartoons. Visual Communication, 8(2), 75.
4. Final Report on the Meaning of Armed Conflict in International Law. The Hague Conference (2010). Use of Force. Retrieved from: http://www.rulac.org/assets/downloads/ILA_report_armed_conflict_2010.pdf
5. Grishaeva L.I. The potential of caricature as an object of humanitarian research // Language, communication and social environment. Issue 11. Voronezh, 2013. P. 61-79.
6. Javorska G. M. Hybrid War as a Discursive Construct // Strategic Priorities. No. 4 (41), 2016. p. 42
7. Knieper Th. Die politische Karikatur: eine journalistische Darstellungsform und deren Produzenten H. von Halem, 2002. 346 S.
8. Sorokin Yu.A. Creolized texts and their communicative function // Optimization of speech influence. Moscow: Nauka, 1990. 240 p.
9. Voroshilova, M. B. Political Creolized Text: Keys to read: ; Ural. State pedagogical Institute – Yekaterinburg, 2013. 194 p.

РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА У ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУРАХ США, ФРН І УКРАЇНИ: ЯКІСНИЙ І КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ

Орест Семотюк

Національний університет «Львівська політехніка»

вул. Митрополита Андрея, 3, 79000, Львів, Україна

e-mail: orest.semotiuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7922-380X>

Стаття присвячена висвітленню російсько-української війни в американських, німецьких та українських політичних карикатурах. Матеріал дослідження складають 489 політичних карикатур, опублікованих на веб-галереях США, ФРН та України: www.radiosvoboda.org/media/photogallery; www.paolo-calleri.de; www.stuttman-karikaturen.de; www.politicalcartoons.com. www.cagle.com. Часові рамки дослідження охоплюють березень 2014 – лютий 2016 рр.

Соціальний контекст дослідження сформували такі події: анексія Криму, аварія літака МН17, саміт Великої двадцятки в Брісселі, візити А. Меркель та Ф. Олланда в Україну, саміт G7 у Німеччині, Мінські переговори та ін. Політична карикатура є об'єктом дослідження різних наук: політології, культурології, прикладної лінгвістики (політичної лінгвістики і медіалінгвістики), семіотики, когнітивної лінгвістики, медіапедагогіки. Це пояснюється такими причинами: 1) карикатура є поліаспектним медіафеноменом і водночас засобом політичної комунікації та критики соціальних недоліків; вони впливають на формування картини світу та відображають порядок денний суспільства; 2) карикатура є соціально-культурним феноменом, який має точну локальну і часову прив'язку. 3) політична карикатура є ефективним засобом формування іміджу країни, народу чи окремого політика. З погляду медіалінгвістики політична карикатура є креолізованим (гібридним, мультимодальним) текстом.

Автори політичної карикатури поєднують різні культурні коди для реалізації когнітивних і комунікативних цілей, використовуючи мінімум вербальних та невербальних засобів. Розкодування такого тексту відбувається на двох рівнях: візуальному/невербальному (символи, візуальні метафори, метафоричні сценарії, візуальні фрейми) і на вербальному (підписи, заголовки, вставки, фрази персонажів). Таке подвійне розкодування забезпечує цілісне сприйняття політичної карикатури і посилює її комунікативний ефект. Дискурсивний вимір українсько-російського військового конфлікту було проаналізовано з допомогою кількісних та якісних методів (контент-аналіз, фреймовий аналіз, мультимодальний дискурс-аналіз). Таке поєднання методів забезпечило об'єктивні та надійні результати.

Ключові слова: політична карикатура, креолізований текст, конфлікт, фрейм, контент-аналіз, категорія, метафора, сценарій.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 291–298 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10011>

УДК 654.195:316.77]:316.658.4(477:470)

УКРАЇНСЬКА РЕДАКЦІЯ РАДІО «СВОБОДА»: ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКИМ ІНФОРМАЦІЙНИМ ФЕЙКАМ

Іван Ципердюк

*ПВНЗ «Університет Короля Данила»,
вул. Є. Коновальця, 35, 76000, Івано-Франківськ, Україна
e-mail: ivandjuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-0940-5066>*

У статті проаналізовано, як українська редакція радіо «Свобода» протистоїть поширенню російських інформаційних фейків та інформує аудиторію про їх викриття. Розглянуто досвід редакції у підготовці матеріалів, де роз'яснюється, як розпізнати фейки. Відзначено, що українська редакція радіо «Свобода» в роботі дотримується високих професійних стандартів, уникаючи новин з ознаками недостовірності. Наголошено, що в час російської військової агресії проти України особливу вагу має протидія інформаційним атакам, які її супроводжують, зокрема у вигляді поширення фейків.

Ключові слова: українська редакція радіо «Свобода», фейки, пропаганда, інформаційна війна.

Упродовж «холодної війни» одним із головних завдань української редакції радіо «Свобода» було викриття дезінформації, що її масово продукувала радянська пропаганда. Комуністична ідеологія, якою керувалися ЗМІ СРСР, спонукала їх свідомо перекручувати та спотворювати факти, підтасовуючи їх для творення ілюзії справедливості та добробуту, що начебто панують у радянському суспільстві.

Єдиним способом ефективно протистояти державній машині з виготовлення дезінформації було поширення правди. І цю роботу впродовж багатьох десятиліть із-посеред багатьох інших радіостанцій, які вели мовлення на Радянський Союз, виконувала українська редакція радіо «Свобода». Вона не лише інформувала про реальний стан справ у країні «розвинутого соціалізму», але й стала голосом переслідуваної опозиції – численних українських дисидентів, які намагалися протистояти тоталітарній державі.

Натомість у СРСР цілеспрямовано проводили пропагандистську кампанію, спрямовану на дискредитацію «ворожих радіоголосів», і постійно намагалися довести, що західні радіостанції подають неправдиві новини. Це врешті мало для Радянського Союзу та державних ЗМІ фатальні наслідки. Офіційній пропаганді не вірили не лише звичайні громадяни, але й самі представники радянських мас-медіа, завданням яких було продукувати «правильні» матеріали. Про це пише Д. Саттер: «Коли журналісти ТАРС (Телеграфне агентство Радянського Союзу. – *І. Ц.*) вранці

приходили на роботу, вони зазвичай обговорювали те, що чули напередодні ввечері від західних радіостанцій, вважаючи їх цілком надійними джерелами інформації. Проте вони ніколи не обговорювали змісту радянської преси, включно з власними кореспонденціями, які через замовчування вважали нічого не вартими» [1, с. 85].

Сучасні російські ЗМІ успадкували весь арсенал засобів, притаманних радянській пропаганді. Російські медіа лише адаптували їх до сучасних інформаційних та технічних реалій. «Радіовійна», яка тривала між СРСР та Заходом у ХХ ст., зараз перетворилася в інформаційну війну, яку Росія веде проти України, разом з військовою агресією: «Різниця між російською і радянською пропагандою в тому, що російська не намагається представити Росію в кращому світлі для решти світу, як це робив СРСР. Їм все одно, що думають європейці про Росію. Мета російської пропаганди – створювати політичні поділи всередині європейських країн» [2]. Відповідно більш витонченими стали засоби ведення російськими медіа інформаційної війни. Одним із ключових елементів таких дій, спрямованих на деморалізацію, поширення паніки та введення в оману населення держави, на яку скерована інформаційна атака, є масове поширення фейків.

Необхідно відзначити, що українські науковці, незважаючи на кількарічну військово-інформаційну агресію Росії щодо України, лише фрагментарно звертали свою увагу на цю гостру проблему. Основним дослідником технології створення фейків і їхнього впливу на населення є професор Г. Почепцов, який підготував низку статей, присвячених цій проблематиці. Видавничий дім «Києво-Могилянська академія» вже анонсував публікацію окремої книги Г. Почепцова «Фейк. Технології спотворення реальності», у якій досліджується, як створюються фейки, чому вони так легко поширюються і якими є ефективні методи боротьби з ними. Вартим уваги є також статті М. Кіци та І. Мудрої, присвячені впливу фейкової інформації в українських соціальних медіа на аудиторію та видам фейків у ЗМІ. Основні зусилля у роз'ясненні як журналістам, так і громадськості, що ж таке фейки, яку вони несуть загрозу і як їх розпізнавати, взяла на себе спеціалізовані інтернет-портали: StratComUA, InformNapalm, OSINT Academy та ін., найавторитетнішим із яких у цьому напрямку є StopFake (<https://www.stopfake.org/uk/golovna/>). Низка українських ЗМІ та закордонних, які представлені в Україні, також веде послідовну роботу з виявлення та викриття російських фейків. Одним із них є українська редакція радіо «Свобода».

Мета нашого дослідження – проаналізувати, як українська редакція радіо «Свобода» сприяє виявленню російських інформаційних фейків, повідомляє про них громадськість, запобігає їхньому поширенню.

Лише 2018 року російські ЗМІ поширили в інформаційному просторі одну тисячу фейків, у яких значно частіше за інші країни (461 раз) ішлося про Україну. Це зафіксовано в підсумковому звіті організації «ЄС проти дезінформації» («EU vs Disinformation») [3]. Ці дані підтверджують, що Україна продовжує бути основним об'єктом інформаційної війни (разом з військовою агресією) з боку Росії. Масове поширення фейків є одним із дешевих та ефективних способів спотворення фактів і введення в оману населення країни, на яку спрямована інформаційна атака.

Що ж таке фейк? Основне значення терміна «фейк» (англ. *fake*) – ‘підробка’. Фахівці Інституту масової інформації (ІМІ) роз'яснюють, як у зв'язку з інтенсивним розвитком медіа-сфери та активного ведення інформаційних війн цей термін набув

нового значення: «Це слово спершу застосовували як назву для підробок під відомі бренди. Пізніше, з поширенням соціальних мереж, його почали застосовувати як означення несправжніх акаунтів, а з початком активної фази інформаційної війни це поняття все ширше почали використовувати для назви неправдивої інформації або неправдивих фото/відео до такої інформації. Інформаційна агресія призвела до появи тисячі людей, для яких стало вигідно поширювати фейкову інформацію, а для деяких це стало роботою. Тому це поняття стало реальним викликом для українських журналістів» [4]. Варто також наголосити, що фейк не є синонімом вислову «неправдива інформація». Неправдива інформація подекуди є наслідком байдужості журналістів, які не перевіряють отриманих відомостей. Натомість «фейк» – це цілком свідоме, умисне перекручення та спотворення фактів з метою дезінформування аудиторії. Тому погоджуємось із твердженням, що «фейк» є «видом неправдивої інформації, а не її ототожненням» [5, с. 283].

Росія не єдина країна, яка масово поширює фейки, але вона займається цією руйнівною діяльністю найефективніше: «вона, напевно, є одним із найбільш впливових та успішних противників у сучасній інформаційній війні. Причому ця війна дорого не коштує, і Росія, яка має набагато менші економічні можливості, може мати «дешевший» вплив, завдяки маніпуляціям у соціальних мережах. Згідно з дослідженнями американської мережі Twitter, фейкові повідомлення поширюються мережею у шість разів швидше, ніж правдиві» [6].

Українська редакція радіо «Свобода» проводить системну роботу щодо інформування аудиторії про викриття чергових фейків російських пропагандистських ЗМІ та поширення фейків російськими троями в соціальних мережах. Журналісти редакції поруч із колегами з інших українських медіа, активістами з громадських ініціатив послідовно займаються виявленням чергових російських інформаційних фейків. Підтвердженням цього є перше місце, яке посіла журналістка української редакції радіо «Свобода» Євгенія Тюхтенко 2018 року на конкурсі «Лови фейк», що його проводив ІМІ в межах проекту «Розвиток відповідальних інтернет-ЗМІ». Одним із основних завдань конкурсу було виявлення російських інформаційних фейків. Нагородою відзначено фотофейк із українським солдатом, що повертався з Донбасу. Він став найкращим у номінації «Виявлення фейкових зображень у медіа». Є. Тюхтенко знайшла військового, зображеного на фотографії, і він спростував фейкову інформацію, яка супроводжувала цю світлинку, що її масово поширювали в мас-медіа та соціальних мережах. Підпис, що супроводжував це фото, був такого змісту: «Боець АТО проводить свою дівчину в Москву». Солдат розповів, що насправді він повертався із зони бойових дій до Тернополя і на вокзалі його зустріла дівчина [7].

Українська редакція радіо «Свобода» також розміщує матеріали та інтерв'ю, у яких роз'яснюється, що таке фейки, як їх розпізнавати та викривати. Російські пропагандисти навчилась уміло маскувати фейки, видаючи їх за правдиву інформацію. Із цього приводу головний редактор інтернет-видання «Тексти», яке бореться з фейками, Р. Кульчинський в інтерв'ю спецпроекту української редакції радіо «Свобода» «Донбас. Реалії» зауважив: «Зіштовхнулися з проблемою, що ніхто не знає, що таке «фейкові» новини, немає визначення. Чисті «фейки», як, наприклад, «розп'ятий хлопчик», бувають дуже рідко. Але є інші типи, як правило, це маніпуляція: є реальна подія, але робляться неправильні висновки або дещо перекручуються» [8].

Наскільки серйозною та гострою є ця проблема, свідчить той факт, що дослідження, яке провели медіа-експерти «Текстів» упродовж грудня 2017 – жовтня 2018 року засвідчило, що поширенням маніпуляцій займаються 80 сайтів – українських або таких, що спеціалізуються на українській тематиці; журналісти їх ще називають «зливними бачками» [9]. Головний редактор «Громадського радіо» К. Лукеренко в ефірі «Донбас. Реаліті» наголошує: «Фейки можуть бути небезпечними, тому що вони штовхають нас до прийняття рішень, які ми б не прийняли, якби нас не обдурили. Вони нас залякують і приводять до якихось дій, які ми б не зробили, маючи більш якісну картину» [10]. Український політтехнолог Д. Богуш, оцінюючи масштаби російської інформаційної «фабрики фейків», в інтерв'ю українській редакції радіо «Свобода» в грудні 2018 року наводить такі дані: «Протягом дня тільки на одному сайті, наприклад «РИА-Новости», це може будь-хто перевірити, з'являється близько 700 новин на день, з яких десь 150 – про Україну» [6]. Значна частина з них, зауважує політтехнолог, є фейковими.

Атака фейкових повідомлень незмінно супроводжує будь-яку чергову провокацію, яку Росія готує проти України. У минулорічному грудневому огляді іноземної преси українська редакція радіо «Свобода» наводить інформацію з британської газети «The Guardian». Видання розкривало механізм дезінформації, який Росія запустила за рік до подій у Керченській протоці, щоб виправдати свою пряму військову агресію щодо України перед європейцями: «Влітку цього року ЗМІ Росії поширили фейки, ніби Україна інфікувала Азовське море холерою, а восени у російських медіа з'явилися прогнози про «спровоковані Заходом заворушення в регіоні». Також були заяви про те, що США планували протистояння між Росією та Україною в Чорному морі ще з 90-х років. Інший фейк – британські та українські спецслужби намагалися транспортувати ядерну бомбу, щоб підірвати новозбудований Кримський міст, але їх зупинили російські спецслужби. Хоча усі ці заяви – неправда, вони мали серйозний вплив на громадську думку в ЄС, часто завдяки тому, що прокремлівські ресурси – перші за пошуками в Google» [11].

Послідовна робота української редакції радіо «Свобода» щодо виявлення фейків, запобігання їхньому поширенню та ведення просвітницької діяльності в цій сфері була високо оцінена в дослідженні, яке спільно провели ІМІ та видання «Тексти» 2018 року. Згідно з його результатами сайт української редакції радіо «Свобода» увійшов до четвірки з 50 найбільш популярних в Україні сайтів, у новинах яких немає ознак недостовірності. Для оцінки було застосовано такі критерії: ненадійне джерело інформації, недостовірна новина, маніпулятивний заголовок, фейк, маніпуляції з емоціями та мова ворожнечі.

Прогнозовано на першому місці антирейтингу опинилася російська «Комсомольская правда», яка входить у топ-50 видань, які найбільше читають в Україні. Російський політолог С. Медведев, що аналізує російські блоги, у коментарі для радіо «Свобода» заявив, що Росія закидає світ інформаційним сміттям та брехливими повідомленнями, а її пропаганда є частиною державної політики: «Росія стала чемпіоном зі створення дезінформації та маніпулятивних інформацій. Це не завжди неправдива інформація, не завжди вигадане повідомлення, але воно, приміром, не відповідає фото чи відео до нього. Це такий вид гібридної новини» [12].

У медіа-просторі триває справжня війна з російськими фейками, і українська редакція радіо «Свобода», діяльність якої побудована на дотриманні високих жур-

налістських стандартів, усіма доступними засобами викриває маніпулятивну інформацію. На жаль, як наголошує викладач курсу «Політичні комунікації» в Школі журналістики Українського католицького університету Є. Ланюк, «сьогодні люди часто моделюють свої уявлення про російсько-українську війну, ґрунтуючись на досвіді Другої світової, але ми живемо в іншу епоху. Ми живемо в епоху соціальних мереж, в епоху, коли інформація активно використовується як зброя. І коли одна країна здатна дестабілізувати і впливати на політичний простір іншої країни, зокрема за допомогою інформації, інформаційні війни стають дуже важливими засобами ведення бойових дій і впливу на політичну ситуацію в інших країнах» [13].

Фейки якраз належать до арсеналу такої інформаційної зброї, яку інтенсивно використовує Росія. Соціологічне дослідження «Довіра до ЗМІ, вплив російської пропаганди, медіаграмотність в Україні», оприлюднене 2018 року, засвідчує, що 61% українців не хоче брати участі в навчальних курсах з медіаграмотності, а 30% відсотків опитаних визнали свою повну неспроможність відрізнити якісну інформацію від фейків. І це в ситуації, коли «інформаційний простір зараз насичений фейковими матеріалами, коментарями. Вони генеруються спеціально, щоб створювати інформаційний шум, спотворювати інформацію і не дати змоги читачеві докопатися до істини. Простір забивається різноманітними даними з певної події і читач просто губиться у них» [14].

Тому українська редакція радіо «Свобода» разом з багатьма іншими вітчизняними ЗМІ та громадськими організаціями змушена не лише розвінчувати російські пропагандистські фейки, але й роз'яснювати аудиторії їхню небезпеку та способи їх виявлення.

Якщо ввести в пошукову систему сайту української редакції радіо «Свобода», термін «фейк», то відкриється понад півтисячі посилань: на матеріали, у яких викриваються російські інформаційні підробки, інтерв'ю з фахівцями, що пояснюють важливість цієї проблеми, повідомлення про виявлення чергової пропагандистської фальшивки. Напередодні президентських виборів 31 березня 2019 року варто вкотре очікувати масової атаки російських ЗМІ на Україну. Юрист бельгійської державної телерадіомовної компанії RTBF Стефан Обек, коментуючи ситуацію, що склалася у зв'язку з російським інформаційним впливом на вибори в різних країнах, наголошує: «Навіть якщо інформаційна сфера зовні виглядає чимось абстрактним та нематеріальним, шкоду, яку вона може нанести державам, можна порівняти із екологічною катастрофою. Візьміть вибори в деяких країнах: їх виграють особи з неочікуваними результатами, аналізи яких виявляють маніпуляції засобами масової інформації, згубний вплив соцмереж та фейків» [15].

Українська редакція радіо «Свобода» в одному з нещодавніх матеріалів [16] навила аналітику агентства для боротьби з російською пропагандою «EU vs Disinfo», яка засвідчує, що російські тролі 2018 року продовжували свою активну «роботу» з виготовлення фейків і дезінформації та нарощують обсяги виготовлення фальшивок 2019 року. Вони попереджають, що головною темою та основним об'єктом інформаційних маніпуляцій російської пропаганди залишається Україна, у якій упродовж року відбудеться аж троє виборів: Президента, Верховної Ради та органів місцевого самоврядування. Однак із російською дезінформацією та фейками можна ефективно боротися, якщо цю роботу проводити цілеспрямовано та послідовно. Це зокрема засвідчує діяльність української редакції радіо «Свобода».

Із цього приводу журналістка видання «Детектор медіа» Г. Скляревська в інтерв'ю спецпроекту української редакції радіо «Свобода» «Донбас. Реалії» зауважує: «Незалежно від того, заперечуємо ми фейки чи іронізуємо, є ситуація маніпуляції інформаційним простором України просто за фактом вкидання. Ми починаємо це обговорювати, заперечувати, давати на цю тему інтерв'ю. Так чи інакше ця тема знову виникає в інформаційному полі України. У мене немає рецепту, як уникнути впливу Росії. Але було б непогано, якби всі українські медіа подавали інформацію зважено, збалансовано» [17]. Українська редакція радіо «Свобода» якраз належить до тих ЗМІ, що послідовно дотримуються зваженої редакційної політики, з одного боку, розвінчуючи російські фейки, а з іншого – не занадто акцентуючи увагу на кожному з них, таким чином уникаючи мимовільної популяризації та поширення інформації про маніпулятивні повідомлення.

Дослідження протидії української редакції радіо «Свобода» російським інформаційним фейкам дає нам підстави зробити такі висновки.

Редакція володіє досвідом протидії тоталітарній пропаганді, яка активно використовувала спотворені інформаційні повідомлення, ще з часу «холодної війни». Вона постійно інформує аудиторію про викриття чергових російських інформаційних фальшивок. Журналісти редакції активно займаються виявленням фейків, постійно готують матеріали та інтерв'ю, у яких роз'яснюється, що таке фейки, як їх розпізнавати та викривати; лаконічністю, зваженим аналізом, точністю викладу запобігають їхній популяризації. Українська редакція радіо «Свобода» дотримується у власній роботі високих професійних стандартів, що дозволило її сайту увійти до п'ятірки вітчизняних ресурсів, у новинах яких немає ознак недостовірності.

У час, коли триває російська військова агресія щодо України, протидія інформаційним атакам, які її супроводжують, є особливо важливою. Масове поширення фейків російськими ЗМІ та інтернет-тролями належить до арсеналу боротьби з колишніми радянськими республіками, а зараз незалежними державами, з метою їх повернення у статус російських колоній. Українська редакція радіо «Свобода», протидіючи російським фейкам, допомагає Українській державі вистояти в умовах інформаційної війни.

Вивчення багатолітнього досвіду протидії української редакції радіо «Свобода» радянській пропаганді, а згодом російській інформаційній агресії є перспективною темою для дослідження, враховуючи його актуальність для нинішніх складних реалій, у яких перебуває Українська держава.

REFERENCES

1. Саттер Д. Доба безумства. Занепад і кінець Радянського Союзу / Девід Саттер ; пер. з англ. Наталії Комарової. К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2017. 528 с.
2. Духніч О. Незручні відповіді. Зоряна журналістка Енн Епплбаум предметно пояснює, як і чому Росія прагне розвалити ЄС [Електронний ресурс] / О. Духніч. – Режим доступу: <https://magazine.nv.ua/ukr/journal/3153-journal-no-20/nezruchni-vidpovidi.html> (дата звернення: 22.01.19).
3. Смирнов А. Москва метає фейки [Електронний ресурс] / А. Смирнов. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion/moskva-metaje-fejki-2516576.html> (дата звернення: 22.01.19).

4. Голуб О. Фейки, журстандарти та спрощення картини світу [Електронний ресурс] / О. Голуб. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/articles/feyki-jurstandarti-ta-sproschennya-kartini-svitu/> (дата звернення: 22.01.19).
5. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію / М. О. Кіца // Наукові записки [Української академії друкарства]. 2016. № 1. С. 281–287. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf> (дата звернення: 22.01.19).
6. Кречко Я., Овіннікова Т. «Руїни, злидні, фашизм і терор» – як росіяни в прямому ефірі воюють з Україною [Електронний ресурс] / Я. Кречко, Т. Овіннікова. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbas-realii-yak-rosiyany-v-pryamomu-efiri-voyuut-z-ukrainoyu/29659173.html>
7. Журналістка перемогла на «Лови фейк» з матеріалом про бійця ЗСУ та «дівчину з Москви» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dn.depo.ua/ukr/dn/zhurnalistka-peremogla-na-lovi-feyk-z-materialom-pro-biytsya-zsu-ta-divchinu-z-moskvi-foto-20181024858595>
8. Тимошенко Д. «Зливні бачки» і сайти, які поширюють російську пропаганду [Електронний ресурс] / Д. Тимошенко. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbas-realii/29628819.html>
9. Медіа-експерти склали список новинних сайтів-«бачків» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukr.lb.ua/news/2018/11/28/413608_mediaeksperti_sklali_spisok.html
10. Бучельнікова М. Фейки толкают нас к принятию решений, которые мы бы не приняли без обмана – Кирилл Лукеренко [Електронний ресурс] / М. Бучельнікова. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/A/29317544.HTML>
11. Росія рік поширювала фейки про Азовське море, готуючись до Керченської кризи (світова преса) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/A/29650610.HTML>
12. Писанська Н. Гібридне сміття і як його прибрати [Електронний ресурс] / Н. Писанська. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/germany-discussion-fake-news/29490201.html>
13. Рубан Т. «Свген Ланюк. Пост-правда, фейки та інформаційна війна» [Електронний ресурс] / Т. Рубан. – Режим доступу: <https://varianty.lviv.ua/43429-yevhen-laniuk-post-pravda-feiky-ta-informatsiina-viina>
14. Ладика І. «Фейки ближче, ніж ми думаємо»: розмова з Олександром Гороховським [Електронний ресурс] / І. Ладика. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/feyku-blyzhche-nizh-my-dumayemo-rozmova-z-oleksandrom-horokhovskym.html>
15. Єреміца В. Дезінформація і фейки такі ж згубні, як природні чи екологічні катастрофи – бельгійський експерт [Електронний ресурс] / В. Єреміца. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/A/29570796.HTML>
16. Щур М. Російські боти стають активнішими з наближенням виборів – дослідження [Електронний ресурс] / М. Щур. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/A/29699806.HTML>
17. Тимошенко Д. Україна опять «сбила «Боинг» – Минобороны России запуталось в версиях [Електронний ресурс] / Д. Тимошенко. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbass-realii/29502695.html>

THE UKRAINIAN EDITORIAL OFFICE OF RADIO LIBERTY: OPPOSITION TO RUSSIAN INFORMATION FAKES

Ivan Tsyperdiuk

Private institution of higher education «King Danylo University»

35 Yevhena Konovaltsia, 76000, Ivano-Frankivsk, Ukraine

e-mail: ivandjuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-0940-5066>

The article demonstrates the way the Ukrainian editorial office of Radio Liberty opposes to the spread of Russian information fakes. It was emphasized that while the Russian military aggression against Ukraine continues, of particular importance is the opposition of the media to the informational attacks that it accompanies, particularly by spreading fakes. It is shown that numerous fake messages invariably accompany any other provocation that Russia is preparing against Ukraine.

It was emphasized that during the Cold War one of the main tasks of the Ukrainian editorial office of Radio Liberty was to expose the disinformation that was massively produced by Soviet propaganda. The only way to effectively confront the state machine of disinformation was to spread the truth. And this work was successfully performed by it among a lot of other different radio stations broadcasting to the Soviet Union.

It is noted that the Ukrainian editorial office systematically works on informing the audience about the disclosure of the next fakes of Russian propaganda media and the spread of fakes by Russian trolls in social networks. The journalists of the editorial office, along with the colleagues from other Ukrainian media, activists from public initiatives are actively engaged in the detection of the next Russian information fakes.

The Ukrainian editorial office of Radio Liberty always places materials and interviews explaining what fakes are and how they are recognized and exposed.

In the media space there is a real war against the Russian information fakes at the moment and the Ukrainian editorial office of Radio Liberty, the activity of which is based on adherence to high journalistic standards, takes an active part in it on the side of professional and objective editorial offices. It, along with many other domestic media and public organizations, conducts an explanatory work on the danger posed by fakes.

By opposing to Russian fakes the Ukrainian editorial office of Radio Liberty is helping Ukraine withstand in the conditions of information warfare.

Key words: the Ukrainian editorial office of Radio Liberty, fakes, propaganda, information warfare.

МЕДІАЛІНГВІСТИКА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 299–307 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10012>

УДК 81'42 = 161.2

СПЕЦИФІКА ЛІНГВАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ «МИР» У МАС-МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ

Тетяна Вільчинська

*Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
вул. М. Кривоноса, 2, 46027, Тернопіль, Україна
e-mail: tetyana_v@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4881-6132>*

Статтю присвячено лінгвокогнітивному аналізу концепту «мир», реалізованому на шпальтах тернопільського регіонального видання – газети «Свобода». Розглянуто основні засоби мовної об'єктивації дослідженого концептуалізованого поняття, з'ясовано його семантико-аксіологічну природу.

Ключові слова: концепт, мир, вербалізатор, мас-медійний текст, газета «Свобода».

У еволюційному поступі людства порубіжжя ХХ–ХХІ ст., за словами О. Сербенської, характеризується розумінням могутності творчої духовної потенції, усвідомленням великої рушійної сили людського духу, буттям якого є мова. Саме цим дослідниця пояснює активізацію наукового інтересу до науки про мову, зауважуючи, що «кількість самостійних мовознавчих дисциплін (а самостійною дисципліною стає тоді, коли чітко виділяється об'єкт наукового пізнання і методи його дослідження) постійно зростає, тому мову можна вивчати з найрізноманітніших поглядів і в найрізноманітніших аспектах» [1, с. 25-26].

Саме такий інтердисциплінарний підхід реалізований у запропонованій розвідці, виконаній у лінгвокогнітивному, лінгвокультурному аспекті та присвяченій дослідженню особливостей лінгвалізації концепту «мир» у мас-медійному тексті.

Отже, об'єктом аналізу став важливий для української етноспільноти, передусім у контексті російської агресії і військових дій в Україні 2014-2019 рр., концепт «мир» як репрезентант універсальної бінарної опозиції «війна–мир»; предметом – особливості його номінації, семантико-когнітивна природа, аксіологічно-образні характеристики; матеріалом – мас-медійний текст, зокрема газетний, насамперед з огляду на його прагматичний потенціал.

Зазначимо, що вивчення особливостей мовної концептуалізації культурного простору через концепти уже протягом тривалого часу належить до пріоритетних напрямків у сучасній лінгвістиці. Відтак чимало концептуальних одиниць уже були

об'єктом ґрунтовних лінвокогнітивних студій. Водночас, передусім з огляду на соціально-політичну та ідеологічну ситуацію в країні, сьогодні актуалізується багато концептуально значущих понять, що потребують докладного аналізу. До таких, зокрема, належить і оцінно маркований, когнітивно багатоплановий, полісемантичний концепт «мир».

Зауважимо, що «Словник української мови» в 11 томах фіксує дві різні за значенням лексеми *мир*: першу – на позначення згоди, спокою, тиші, протилежне війні і другу – для називання землі з усім, що на ній існує, тобто світу, людей і под. [2, с. 712].

Окреслений у дослідженні концепт пов'язуємо насамперед із поняттям миру як антипода війни, як компонента відповідної бінарної опозиції, властивої концептам категорійного світу, протиставлюваним на основі позитивного і негативного. Окремі фрагменти аналізу концептуалізованих понять війни (боротьби, протистояння) і миру (спокою, злагоди) демонструють праці Л. Венедиктової, Т. Вільчинської, У. Карпенко-Іванової, О. Колесник, П. Нікітіної, Г. Яворської, проте актуальним залишається їхнє студіювання в мас-медійних текстах.

Газетний текст є одним із найдавніших видів медіатексту, тому неодноразово перебував у колі дослідницьких зацікавлень (Т. Добросклонська, Х. Дацишин, М. Луканіна, Н. Нестерова, О. Сербенська, Л. Ставицька, Н. Стеценко, Г. Черненко та ін.). Проте сьогодні активізується передусім інтерес до нього як засобу впливу і переконання. Від газетного тексту, як загалом й інших видів медіатекстів, очікують використання загальнозрозумілих сценаріїв та загальнодоступних засобів їхнього вираження [3, с. 128].

Матеріалом дослідження послужили публікації про воєнні дії в Україні, представлені в регіональному виданні Тернопільської області – газеті «Свобода», яке справедливо можна назвати рупором суспільної думки на Тернопільщині. З'явившись із початком війни, подібні матеріали не зникають із газетних шпальт та відіграють важливу роль у формуванні настроїв і переконань краян. Щодо їхнього студіювання, то дослідження об'єктивності концепту «мир» на сторінках газети «Свобода» проводиться вперше.

Про зв'язок концепту з вербальними засобами йдеться практично у всіх його визначеннях. Здебільшого перевагу надають слову (В. Жайворонок), слову і словосполученню, що йому дорівнює (Ю. Степанов), а також фразеологічним одиницям, реченням, цілим текстам (Н. Мех) тощо. За З. Поповою і Й. Стерніним, «сукупність мовних засобів, що об'єктивують концепт у конкретний період розвитку суспільства, становить його номінативне поле» [П4, с. 66], яке моделюється шляхом суцільної вибірки прямих номінацій концепту, їхніх синонімів, дериватів, okazіональних індивідуально-авторських назв, фразеологічних одиниць у широкому розумінні тощо.

Основним мовним репрезентантом досліджуваного концепту є позитивно маркована лексема *мир*, напр.: **Мир** – це наше головне прагнення [5, 2014, №50, с. 2].

Слово *мир* загальнослов'янське: болг., серб. й рос. *мир*, чеське й польське *mir*. Корінь цього слова – праіндоєвропейський; старолитовське *mieras* – «мир», «спокій»; латинське – *miers* (те саме значення); албанське *mire* – «гарний», «добрий», «дружелюбний». У Лексисі 1596 р.: «Мир – покой». У Лексиконі 1627 р.: «Мирный – спокойный» [2, с. 42], відповідно в досліджуваних текстах: Дякую Вам за те, що ви забезпечуєте **мир** і спокій на території Тернопільської області та виконуєте бойові завдання на сході України [5, 2018, №50, с. 2].

І. Огієнко зазначає такі українські похідні слова від іменника *мир*: *мирити*, *мириться*, *помиритися*, *замиритися*, *мирний*, *мирно*, *сумирний*, *мировий*, *примирливий* та зложені з компонентом *мир* (спокій): *миролюбець*, *миролюбивий*, *миротворець* [2, с. 43]. Аналізований матеріал засвідчує, що подібні словотвірні деривати, похідні від основного імені концепту, є не менш продуктивними в аспекті вербалізації концепту «мир».

Переважає з-поміж них насамперед назва *мирний*, яка, вживаючись частіше в складі двоконпонентних атрибутивних синтагм, об'єктивує різні концептуальні ознаки, пов'язані з миром, що став найзаповітнішою мрією українців, напр.: *мирний план* (*Водночас до режиму припинення вогню можна повернутися в будь-який момент, коли всі сторони дотримуватимуться основних пунктів мирного плану* [5, 2014, №52, с. 4]); *мирний час* (*Такі об'єднання чимось схожі із козацькими полками минулого, котрі у мирний час працювали, а при потребі організовували оборону* [5, 2014, №46, с. 3]); *мирні громадяни, мешканці, люди* (*Захист територіальної цілісності України, безпеки й життя мирних громадян потребує не лише оборонних, але й наступальних дій проти терористів* [5, 2014, №55, с. 4]); *Найбільше тішить, що активнішими стали так звані мирні мешканці* [5, 2014, №46, с. 2]; *Чим завинили мирні люди?* [5, 2017, №50, с. 6]); *мирна держава, країна, Україна* (*За себе йому не страшно, але хотів би залишити після себе дітей, і щоб вони обов'язково жили у мирній державі* [5, 2014, №55, с. 4]); *В ті страшні дні Іловайського котла, жінка, яка була прикутою до стовпа і готовою до смерті, давала надію всій мирній країні* [5, 2018, №17, с. 6]; *Діти відтворили на папері Україну майбутнього такою, якою вони хотіли б бачити її наяву – мирною...* [5, 2017, №26, с. 3]); *мирне небо з мирними літаками і мирні квартали* (*Під кулями вояки Національної гвардії, спецпризначенці, усі, кому не байдуже подальша доля нашої держави, забезпечують мирне небо – зміст цих двох простих слів сьогодні, як ніколи, розуміє, напевне, кожен* [5, 2014, №48, с. 2]); *Вочевидь, теперішній світ дійшов до ручки, якщо бандюки у ньому можуть привласнити собі навіть небо, розстрілявши мирний літак...* [5, 2014, №59, с. 11]; *Можливо, є якісь згоди, чому обстрілюють мирні квартали, а не військових?* [5, 2017, №50, с. 6]); *мирна пропозиція* (*Вочевидь, такою була їхня відповідь на мирну пропозицію офіційного Києва* [5, 2014, №48, с. 2]); *мирна ініціатива* (*Тому Росія до кінця буде відмовлятися від будь-яких мирних ініціатив, адже Путін зацікавлений у продовженні військового конфлікту* [5, 2014, №50, с. 3]); *мирний шлях* (*Крім того, влада готова утримати ситуацію і має можливості для наведення ладу на сході України мирним шляхом...* [5, 2014, №29, с. 4]); *мирне життя* (*Та ніяк не міг знайти собі місце у мирному житті* [5, 2017, №22, с. 6]) та ін.

Про деякі з подібних синтагм сьогодні можна говорити як про усталені, як-от *мирний план Порошенка*: *За два наступні дні після інавгурації контактна група з представників України, Росії та ОБСЄ провела три засідання і досягла згоди щодо ключових положень мирного плану Порошенка* [5, 2014, №46, с. 2] або *Адже очевидно, що Путін діє за власним планом збройної агресії, «мирний план Порошенка» він відкинув і виконувати не збирається* [5, 2014, №59, с. 2].

Нерідко автори газетних публікацій послуговуються атрибутивними синтагмами з прикметником *миротворчий*, в тому числі й у переносному значенні. Пор.: *Переконаний, призвати потрібно не всіх підряд, а насамперед тих, хто має бойовий чи миротворчий досвід та /або під час служби пройшов повноцінну бойову*

підготовку... [5, 2014, №59, с. 2]; *Критичної ситуації для повернення **миротворчого контингенту** зараз немає...* [5, 2015, №48, с. 2] та *Росія дійсно зосередила на кордоні з Україною велике угруповання військ і військової техніки з маркуванням «**миротворчі сили**»* [5, 2014, №57, с. 3]; *Якщо утвердити той факт, що Росія є державою-агресором, російські війська вважатимуть окупантами, навіть якщо вони з п'ят до вух будуть розфарбовані у «**миротворчі кольори**»* [5, 2014, №57, с. 3].

Виявлено і приклади вживання трикомпонентних атрибутивних синтагм на зразок миролюбива українська земля: *Нинішнього року молитва буде особливою, бо вороги зазіхають на **миролюбиву українську землю**, її цілісність та європейський вибір* [5, 2014, №50, с. 1].

Серед вербалізаторів концепту «мир» чимало також іменникових деривативних утворень. Одні з них вживаються на позначення учасників бойових дій, як-от назва миротворці: *Які ще аргументи, скільки смертей патріотів потрібно, щоб відкликати наразі **миротворців** з Конго і Ліберії?! [5, 2014, №44, с. 2] чи супермиротворці: Між іншим, російське керівництво, яке зараз «корчить» із себе **супермиротворців**, у Чечні не дуже церемонилося з мирними жителями та відновлювало територіальну цілісність Росії, незважаючи на численні жертви* [5, 2014, №50, с. 1] (префікс супер- тут засвідчує не силу і мужність бійців, а конотує іронічне ставлення до них), що, зазнавши переосмислення, виступає також у новому значенні: *Забігаючи наперед, скажу, що сайт «**Миротворець**»... намагався розслідувати цю справу* [5, 2018, №17, с. 6]; інші – для називання мирних процесів, станів на кшталт перемир'я, умиротворення, примирення: *Час **перемир'я** треба повноцінно використовувати для підготовки власної оборони* [5, 2015, №33, с. 3]; *Шеварднадзе тоді тричі підписував **перемир'я**, і щоразу Путін використовував його, аби перегрупувати війська і захопити нові території* [5, 2014, №50, с. 3]; *Стан **умиротворення** дуже важливий для кожного, бо дає змогу бути потрібним комусь, втілити мрії, залишити достойний життєвський слід* [5, 2014, №74, с. 1]; – *Тому наше завдання – зробити все для того, щоб ці люди були символом єдності, **примирення** та символом майбутнього, – підкреслив Степан Барна* [5, 2017, №37, с. 1].

Щодо останніх, то вони засвідчують загальнономовну практику номінування відсутності збройної боротьби, котра в лексикографічних джерелах знаходить підтвердження в таких синонімах до слова мир, як спокій, покій, заст. замиріння, примиріння, примир'я, розм. розмир та перемир'я [7, с. 826].

Динамічну ознаку реалізують похідні, виражені дієсловами, напр.: *Звісно, Петро Олексійович не захотів із цим **миритися**...* [5, 2014, №44, с. 1].

Виявлено також чимало контекстів, у яких вербалізаторами концепту «мир» виступають синонімічні вирази, виражені номінативними та предикативними двокомпонентними синтагмами, як-от *припинення вогню, скласти зброю, здавати багнети, досягти компромісу, ховати патрони* та под.: *Головна мета – знову домогтися одностороннього **припинення вогню*** [5, 2014, №55, с. 3]; *Україна втратила стільки своїх найкращих дітей, що вже найвища пора **скласти зброю*** [5, 2015, №46, с. 2]; рідше – багатоконпонентними: *Триває оголошений Президентом так званий **мирний план припинення війни на сході**, про його результати буде відомо за кілька днів* [5, 2014, №50, с. 2].

Нерідко подібні синтагми будуються на основі слів іншомовного походження, напр.: *18 квітня вона вилетіла на східну Україну для того, щоб особисто перевірити*

ситуацію і вжити посилені заходів для **мирного вирішення конфлікту** [5, 2014, №34, с. 3] або *Сьогодні політики, особливо вищого ешелону, намагаються досягти компромісу зі сходом* [5, 2014, №34, с. 2].

Нерідко поняття миру заперечується, що по суті означає війну та свідчить про тісний взаємозв'язок між концептуалізованими образами миру і війни: *З незаконними збройними формуваннями спілкуватися можна лише за допомогою сили, поки вони не склали зброї* [5, 2014, №69, с. 2]; *За легалізацію зброї активно виступає Гриценко, Ярош заявляє, що його бійці і не подумують здавати багнети...* [5, 2014, №23, с. 2]; *Ховати вам патрони ще зарано – Росія ще лякає мари-кидком* [5, 2014, №42, с. 4]; *Петро Порошенко припинив перемір'я у зоні дії АТО* [5, 2014, №53, с. 4].

Вербальними репрезентантами концепту «мир» подекуди виступають прецедентні тексти, як-от поетичні рядки із Шевченкового «Заповіту»: *Ми перебуваємо на шляху до цілковитої перемоги і з Божою допомогою невдовзі заживемо у «сім'ї великій, сім'ї вольній, новій»...* [5, 2014, №41, с. 5].

Окреслюючи номінативне поле концепту «мир», констатуємо, що воно охоплює чимало образних одиниць, серед яких паремії й афоризми (*Крім приказки про такий-сякий мир, що кращий за війну, є ще одна: хочеш миру – готуйся до війни* [5, 2014, №48, с. 2]); повтори, наприклад антонімічний (*Найбільше тишить, що активнішими стали так звані мирні мешканці на немирних територіях* [5, 2014, №46, с. 2]); метафоричні номінації (*Але я певен, скоро на нашу землю прийде мир, злагода...* [5, 2015, №64, с. 2]) та ін.

На те, що т. зв. воєнна метафора в українському газетно-публіцистичному мовленні зазнала кардинальних змін, ще в 2001 році звернула увагу О. Сербенська, зауважуючи: «Здобутки сучасної психо- та соціолінгвістики дають підставу зробити висновок: розгорнуте метафоричне поле, в якому явища політики, економіки та інших сфер перехрещуються з реаліями війни, чинить тиск на суспільну свідомість і призводить до її мілітаризації, готує соціум до дій, що матеріалізують таку метафору» [1, с. 139].

Дослідження специфіки лінгвалізації концепту передбачає аналіз його семантико-аксіологічних особливостей. Як когнітивно багатогранний, концепт «мир» є полісемантичним.

Як уже згадувалося, в лінгвістичній традиції функціонує два слова *мир*. Перше охоплює чотири лексико-семантичні варіанти: 1. Відсутність незгоди, ворожечі, сварок; згода (у 4 знач.). *Жити в миру* – жити мирно, дружно. 2. Відсутність збройної боротьби між двома або кількома народами, державами; протилежне війна. 3. Угода сторін, що воюють між собою, про припинення воєнних дій; мирний договір. 4. Спокій, Тиша. *З миром відпускати, іти з миром, мир вам! Мир сьому дому!* [2, с. 712]. Друге є більшою мірою застарілим і включає такі значення: 1. *заст.* Земля з усім, що на ній існує; світ. 2. Усе живе, усе, що оточує нас. 3. *іст.* Те саме, що громада. 4. *заст.* Життя мирян; світське життя, на протилежність монастирському [2, с. 712].

В українській етнолінгвокультурі поняття миру тлумачать як: 1) давню назву землі з усім, що на ній існує; світ; 2) усе живе, що оточує нас; тільки людей; 3) громаду і ширше – народ (перев. про селян); 4) життя мирян; світське життя на протилежність монастирському; 5) згоду, злагоду; відсутність збройної боротьби, війни [8, с. 363-364].

Аналіз досліджуваного матеріалу засвідчив, що, як і загальномовній практиці та етнокультурній традиції, ядерними в семантичній структурі концепту «мир» є такі смисли: «той, що передбачає відсутність збройної боротьби, припинення вогню, вирішення конфлікту»: *Президент пропонує припинення вогню як початок свого мирного плану врегулювання конфлікту. За його словами, вогонь буде припинений на обмежений термін для того, щоб дати можливість терористам та сепаратистам скласти зброю* [5, 2014, №48, с. 4]; а отже, «потребує постійного захисту від ворогів, виборювання»: *Спільне фото на згадку діти зробили спеціально для наших воїнів, які захищають мир на Донбасі* [5, 2015, №23, с. 4]; *І хай їхня (волонтерів) копійка праця допоможе українським воїнам вибороти мир для України* [5, 2018, №54, с. 1]; «який асоціюється з тишею, спокоєм»: *Головне питання, яке треба терміново вирішувати, забезпечити спокій в країні* [5, 2014, №50, с. 2]; *Адже мир і спокій своєї Батьківщини для нього були понад усе* [5, 2015, №20, с. 4]; *За словами міністра, миротворча бригада буде виконувати завдання із забезпечення спокою громадян будь-якої держави, в тому числі й України* [5, 2014, №34, с. 4]; «символізує згоду, злагоду і ширше – любов та взаєморозуміння»: *У хай у їхньому домі панують мир, злагода, любов та взаєморозуміння* [5, 2014, №42, с. 5]; *Але я певен, скоро на нашу землю приїде мир, злагода та ми разом подолаємо усі негаразди і труднощі* [5, 2015, №64, с. 2].

Водночас у газетному тексті концепт «мир» помітно розширює свою семантику, насамперед через фрагмент концептуальної семантики із спільним компонентом «той, що асоціюється» та різними диференційними ознаками: «щастям»: *Аби скоріш скінчилась ця війна, то цілий світ тоді б щасливий був!* [5, 2015, №10, с. 10]; *Щастя – це Мир* [5, 2015, №23, с. 4]; «здоров'ям»: *Боротьба за мир – боротьба за здоров'я* [5, 2015, №23, с. 1] (пор.: *Бажаємо міцного козацького здоров'я, гармонії у сім'ї та мирного неба над головою* [5, 2014, №57, с. 12]); «єдністю, терпінням і взаєморозумінням»: *Чимало священнослужителів та політиків навіть у святкові дні говорили про ситуацію в Україні, закликали до миру та єдності, терпіння та виваженості* [5, 2014, №33, с. 5]; «волею»: *Волю не дарують – її здобувають* [5, 2015, №41, с. 4]; «територіальною цілісністю»: *Під час Хресної дороги за мир та цілісність України* [5, 2015, №21, с. 1].

Нерідко автори публікацій осмислюють мир через поняття краси, сили і досконалості: *Діти відтворили на папері Україну майбутнього, такою, якою вони хотіли б бачити її наяву – мирною, красивою, затишною, сильною та квітучою* [5, 2017, №26, с. 3] або ж через корелятивні зв'язки з вірою, надією, мрією, перемогою тощо: *А чого варті дитячі малюнки – добрі, щирі, безпосередні, з вірою у перемогу та мир* [5, 2017, №6, с. 6]; *Діти Мар'їнки мріють про мир в Україні* [5, 2017, №4, с. 6]; *Разом ми прийдемо до спільної мети – великої перемоги України* [5, 2015, №18, с. 1]; *Хай завжди будуть з нами перемога, весна, мир і спокій* [5, 2016, №37, с. 2].

Як і поняття війни, мир – це «те, що усвідомлюється як сакральне» (за нього гинуть, жертвують найдорожчим – життям, моляться та просять у Бога і под.): *Прийшли попроситися з бійцем і багато людей, з якими він не був знайомий у житті, вони навколішки дякували йому за те, що він пожертвував життям за мирне небо над українською землею* [5, 2014, №18, с. 4]; *Тернополяни провели неділю у молитві за мир і перемогу* [5, 2017 №26, с. 1]; *Нашими устами молитовно звучить благання про мир* [5, 2015, №21, с. 3].

Нерідко в одному контексті реалізується по декілька концептуальних смислів, як-от: *Усі вони – Герої тих днів і нинішні Герої, усі поклали голови за мир і спокій на нашій землі, за щасливе майбутнє своїх нащадків* [5, 2014, №48, с. 2] («той, що асоціюється зі спокоєм, щасливим життям», «за який борються і гинуть», а отже, «який є найвищою цінністю»).

Чимало смислів тлумачимо як авторські, зокрема такі, як «той, що символізує живий знак»: *Присутні вишикувалися, символічно сформувавши слово МИР* [5, 2017, №26, с. 3] або «який підвладний магічній силі»: *І, яким би скептиком не був, дуже хочеться вірити, що гвинтівка, яка впала у гвардійця з президентської варті перед інавгурацією, таки стане провісником відновлення миру в країні* [5, 2014, №46, с. 2].

Когнітивну багатогранність досліджуваного концепту засвідчує й об'єктивність інших концептуальних ознак, пов'язаних із поняттям миру, на зразок: *«міждержавний», «економічний», «політичний», «родинний», «душевний» (Мир буває різним: міждержавним, всередині країни, економічним, політичним, родинним, душевним* [5, 2015, №75, с. 1]).

Проаналізовані контексти засвідчили, що концепт «мир» характеризується яскраво вираженим оцінним забарвленням: *Молоді хлопці і дівчата зізнавалися, що їм хочеться хоч якось віддячити солдатам, які оберігають наш мир і захищають Україну...* [5, 2014, №46, с. 6]. На відміну від концептуалізованого поняття війни, що конотує розпач і біль, концепт «мир» об'єктивується насамперед як позитивно маркований, що реалізує уявлення про найбільшу цінність – життя: *Переконані, що перемога буде, але хочеться, щоб не такою дорогою ціною платила Україна за мир і спокій* [5, 2014, №63, с. 1]; *Адже там за наш з вами спокій, мир умирають хлопці, сиротіють діти, матері хоронять синів* [5, 2014, №16, с. 4]; рідше – набуває негативного забарвлення, частіше іронічного: *Бо хіпарі щиро вважали, же тільки Раша є опертям миру на Землі* [5, 2014, №59, с. 9].

Отже, концепт «мир» є когнітивно багатоплановим позитивно маркованим лінгвоментальним феноменом, широко представленим у мас-медійному дискурсі. Аналіз показав, що він часто об'єктивується в газетних текстах періоду війни (2014 – 2019 рр.), де характеризується розгалуженим номінативним полем. Серед засобів його вербалізації одиниці різних мовних рівнів: лексичного, фразеологічного, словотвірного, граматичного. Виявлено також тропейні конструкції на позначення вказаного концептуалізованого поняття. Усі розглянуті назви забезпечують емоційність, образність газетних публікацій і є оцінно забарвленими. Специфіку лінгвалізації концепту значною мірою визначає його семантика й аксіологічні характеристики, які, з одного боку, засвідчують його загальномовні та етнокультурні особливості, а з іншого – індивідуально-авторські.

Перспективним вважаємо ґрунтовне дослідження концепту «мир» в аспекті реалізації ним опозитивних відношень «війна – мир» в українському етнокультурному просторі (на матеріалі інших текстів, в тому числі й мас-медійних).

REFERENCES

1. Волощак М.Й., Сербенська О.А. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. К.: Просвіта, 2001. 204 с.
2. Словник української мови: в 11 т. / За заг. ред. І. К. Білодіда. К. : Наукова думка, 1973. Т. 4. 840 с.
3. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Пер. с англ.; сост. В. В. Петрова; под. ред. В. И. Герасимова; вступ, ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. М. : Прогресс, 1989. 312 с.
4. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток – Запад, 2010. 314 с.
5. Свобода. 2014–2018.
6. Огієнко І. Етимологічно-семантичний словник української мови: у 4 т. Вінніпег: Волинь, 1979-1995. Т. 3. 415 с.
7. Словник синонімів української мови: в 2 т. / А.А.Бурячок, Г.М.Гнатюк, С.І.Головашук та ін. К. : Наукова думка, 1999. Т. 1. 1030 с.
8. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. К.: Довіра, 2006. 703 с.

SPECIFICATION OF LINGUALIZATION OF CONCEPT «PEACE» IN MASS MEDIA TEXT

Tetiana Vilchynska

Ternopil national pedagogical university

2 Maxyma Kryvonosa str., 46027, Ternopil, Ukraine

e-mail: tetyana_v@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-4881-6132>

Studies of the peculiarities of lingual conceptualization of the cultural space through concepts have been one of the priority directions in the modern linguistics for a long time. Despite the fact that a plenty of conceptual units had been an object of thorough research, verbalization peculiarities of concept «PEACE» in Ukrainian linguoculture was primarily beyond the scope of previous works. Only some of its certain have been analyzed by Lyudmila Venediktova, Ulyana Ivanova-Karpenko, Olexanrd Kolesnyk, Halyna Yavorska etc. Furthermore, the investigation of concept «PEACE» based on mass-media material remains a topical challenge. This research aims to point out specifics of the concept «PEACE» verbalization in Ukrainian newspaper text, particularly in Svoboda – the newspaper of the Ternopil region – during 2014 -2019 when the articles about war were constantly present on its pages.

The conducted analysis demonstrates that the concept «PEACE» obtains an extensive nominative field on the Svoboda pages. The means of its verbalization consist of lexical, phraseological and grammar units. Here belongs the main name of the concept and its synonyms (including borrowed ones), attributive and predicative syntagmas, phraseological units. We found the glaring amount of figurative devises, especially metaphors and metaphorical epithets. Due to the fact that the majority of the concept lingual representations are stylistically marked with evaluation, media texts have a high level of emotionality and expressivity.

There is a tendency for the authors of the newspaper texts about the war not only to use nominative means which are traditional for Ukrainian linguoculture but also to employ their own frequently figurative constructions. Lingual instantiation of the investigated concepts revealed journalists' positive and negative attitudes to war and peace, enemies and defenders etc. These issues can become a subject of further research. We consider the rigorous investigation into the concepts «WAR» and «PEACE» in the aspect of realization of their oppositional relations in Ukrainian ethnocultural space based on different texts' material particularly promising.

Key words: concept, peace, verbalization, nominative field, newspaper text.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 308–315 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.4496>

УДК 81'1(477)''19/20'' (092): [81'1:001.891]

ПРІОРИТЕТИ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОФЕСОРА ОЛЕКСАНДРИ СЕРБЕНСЬКОЇ

Олена Кузнецова

Національний університет «Львівська політехніка»

вул. Степана Бандери, 12, 79013, Львів, Україна

e-mail: o.d.kuznetsova@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9596-1386>

Проаналізовано наукові праці професора О.А.Сербенської, виявлено її ціннісні орієнтири: служіння своєму, українському; названо праці з пріоритетних розділів прикладного мовознавства: лексикографії, лінгвофранкознавства, соціолінгвістики, екології мови, культури мови, ономотології, фразеології, етимології, дериватології; розділів теоретичної лінгвістики: філософії мови, естетики мови, історії мови, компартивістики, лінгвофеноменології та інших; виявлено поєднання в одному дослідженні кількох розділів мовознавства, журналістикознавства та інших наук.

Ключові слова: українське теоретичне, прикладне мовознавство, культура української мови, екологія української мови, термінологія, фразеологія, дериватологія, мовне франкознавство, нові розділи українського мовознавства.

Постановка проблеми. У мовознавстві, як і в будь-якій науці, провідне значення вченого – в опорі на моральні ціннісні орієнтири, затребуваності результатів досліджень з пріоритетних наукових розділів, їх суспільного, державного значення, що зумовлює **актуальність** порушеної теми статті.

Щоб далі розвивати українське мовознавство, наукову школу української медіалінгвістики професора Олександри Антонівни Сербенської, треба визначити пріоритети її досліджень, ціннісні орієнтири, традиційні й нові розділи українського мовознавства, що зумовлює прикладне значення порушеної проблеми.

Глибинне, осмислене усвідомлення вибору ціннісних орієнтирів у науці й неухильне їх дотримання для розвитку наукових ідей своїх Вчителів, щоденна праця під постійним самоконтролем є пріоритетами заслуженого професора Львівського національного університету, почесного академіка Академії наук вищої школи, професора Олександри Антонівни Сербенської.

Загадка і розгадка довголіття в науці вченого у вмінні розставити пріоритети в житті, науці, спираючись на «вічні» цінності. Знайти відповідь загадки пріоритетів визнаного науковця О.А.Сербенської – це розгадати загадку, встановити, образно кажучи, місце вченого на Олімпі наукової галузі, виявити розділи мовознавства, яким віддає перевагу.

Ціннісні доміанти багаторічних мовозначих наукових досліджень О.А.Сербенської – прості: досліджувати своє. Пріоритетом шановного професора у всіх її дослідженнях є служіння рідному народові, Україні, відстоювання права людини на рідну, державну, не засмічену українську мову, сприяти дотриманню норм української літературної мови, очищенню української мови, від суржика в усному та мас-медійному мовленні.

Найпершими пріоритетами відомого мовознавця в Україні О.А.Сербенської є любов до своєї Української держави, українського народу, української культури, української освіти. Про це свідчать численні наукові статті, монографії, інші наукові праці дослідниці. За багатолітню вірність пріоритетним орієнтирам у наукових дослідженнях, обстоюванні й вдосконаленні української мови, за вагомий науковий внесок в науку, освіту, мовну й мовленнєву практику шанують О.А.Сербенську.

Пріоритети мовознавчих досліджень науковця О.А.Сербенської – це комплекс найзатребуваніших мовознавчих розділів, напрямів суспільно-значимих досліджень, виконаних науково-дослідницьких тем, яким професор приділяє найчастіше і найбільше уваги, що зумовило об'єкт нашого дослідження – опубліковані наукові праці Олександри Антонівни 1958-2017 років.

Аналіз останніх досліджень. У Вступі до збірника статей «Олександра Сербенська» з серії «Заслужені професори Львівського національного університету імені Івана Франка» (Львів, 2014 р.) названо коло її інтересів: культура української мови (це розділ українське мовознавство); художньо-публіцистичний світ Івана Франка (розділ лінгвофранкознавство), мовні проблеми формування національного інформаційного простору України (розділ – соціолінгвістика), роль української мови в національній безпеці держави (розділ – соціолінгвістика); унормування сучасної української мови (розділ – культура української мови), боротьба з засиллям суржика (новий розділ – екологія української мови) [1; с.3]. У своїй статті згаданої книги завідувач кафедри журналістики Українського католицького університету В.В.Бабенко зазначає: «Як талановита дослідниця О.А.Сербенська надбала значну спадщину у різних напрямках наукових знань: термінології, перекладознавстві, франкознавстві, мовознавстві, журналістиці [1, с. 5]. Професор Дніпропетровського університету В.Д.Буряк писав про Олександру Антонівну: «Вона створила наукову парадигму екології мови, екології мовної комунікації [1; с.17] (це розділи мовознавства – екологія української мови, екологія української мовної комунікації). Професор Київського університету імені Тараса Шевченка О.Д.Понамарів називає традиційні розділи мовознавства: «У колі наукових зацікавлень пані Сербенської – лексикологія, термінологія, стилістика, діалектологія та інші сфери української мови, але найбільше уваги приділяє пані професор питанням культури української мови» [1, с.43].

Як показав аналіз статей згаданого збірника про проф. О.А.Сербенську українські мовознавці називають не більше п'яти розділів мовознавства, з якими пов'язані дослідження дослідниці. В той час як сучасне українське мовознавство нараховує десятки розділів. Лише з заголовків праць зі списку публікацій О.А.Сербенської згаданої книги, помітно, що їх є в рази більше.

Висунемо робочу гіпотезу: праці професора О.А.Сербенської порушують проблеми більшості розділів українського мовознавства. Означимо **мету** дослідження: виявити у наукових працях О.А.Сербенської пріоритети її мовознавчих досліджень з теоретичних і прикладних розділів мовознавства, для чого виконаємо такі **завдан-**

ня: осмислити наукові статті, монографії, науково-дослідницькі теми, книги авторки, визначити, до якого розділу, підрозділу мовознавства вони належать, для цього виявити в наукових працях основні ознаки розділів, диференціювати останні на теоретичні й нові, показати яким із них найбільше приділяє увагу дослідниця, показати охоплення багатьох розділів мовознавства, пріоритетне суспільне значення її досліджень для Української держави, що й буде визначенням наукових мовознавчих пріоритетів шановного професора.

Результати. Переважно об'єктом мовознавчих студій О.А.Сербенської є українська мова. В кількох статтях – українська, польська, або українська, російська мови. До прикладу доповіді на конференціях «Основні тенденції розвитку сучасної східнослов'янської юридичної термінології» (1974 р.), стаття «Мовні взаємини у процесі розвитку юридичної термінології російської та української мов» (1979 р.). «Взаємини української та польської мови у процесі формування адміністративно-юридичної лексики другої половини ХІХ ст.» (1982 р.); «Рудименти російського канцеляриту в сучасній українській мові» (1998 р.), «Із спостереження над мовою польської версії повного перекладу поезій Тараса Шевченка» (2014 р.) та інші. Тому справедливо називати шановну О.А.Сербенську **україністом, славістом.**

В теоретичному мовознавстві О.А.Сербенська обрала порівняльно-історичний розділ, **порівняльну компаративістику**, порівнюючи історичний розвиток української мови, залежність української від російської, польської мов. До прикладу стаття «Значення російської мови для формування українських складних і складених юридичних термінів» (1964 р.); доповіді «Основні тенденції розвитку східнослов'янської юридичної термінології» (1974 р.), «Взаємини української та польської мов у процесі формування адміністративно-юридичної лексики другої половини ХІХ ст.» (1982 р.). Водночас названі статті О.А.Сербенської містять порівняльний аналіз української і споріднених, східнослов'янських мов, що дає підстави віднести їх також до розділу **зіставного мовознавства.**

Є в О.А.Сербенської праці з теоретичних мовознавчих розділів: **філософії української мови**, статті з **естетики української мови**. До прикладу: «Мова преси як естетичний стереотип епохи» (2000 р.). Найоб'ємніше проблеми філософії мови або лінгвофілософії розкриті в монографії «Мовний світ Івана Франка: статті, роздуми, матеріали» (2006 р.). Підрозділом філософії мови є **феноменологія мови**, якій професор присвятила кілька статей: «Феномен рідної мови в інтерпретації Івана Франка» (1997 р.), «Феномен усного мовлення» (2000 р.), «Культурологія мовленого слова: звуковий лад мови як феномен національної культури» (1999 р.).

Не одну статтю написала О.А.Сербенська з **концептології української мови**, підрозділу філософії мови. До прикладу «Франкова концепція зв'язку мови і духовності» (1990 р.),

Чимало праць дослідниці належать до розділу **українського історичного мовознавства**, зокрема, доповіді «З історії українських юридичних термінів» (1961 р.), «З історії формування української термінології трудового права» (1966 р.) також показують історичний, міждисциплінарний науковий підхід науковця до предмета дослідження. Доповідь «Взаємини української та польської мов у процесі формування адміністративно-юридичної лексики другої половини ХІХ ст.» (1982 р.) теж охоплює кілька розділів: історичне, порівняльне мовознавство, юридичну термінологію.

До історичного мовознавства відносяться й статті з мовного франкознавства, одним словом **лінгвофранкознавства**. З цього розділу Олександра Антонівна написала, зокрема наукові доповіді «Вклад Івана Франка в розвиток української термінології» (1966 р.), «Термінологічна лексика в епістолярній спадщині Івана Франка» (1971 р.), «Словник мови художніх творів Івана Франка (пробний зошит)» (1976 р.) та інші.

Три статті з **лінгвошевченкознавства** відносяться також до історичного мовознавства. До прикладу стаття «Комунікативна сила Шевченкового слова «*дума*»» (2015 р.).

Перша наукова публікація за темою кандидатської дисертації О.А.Сербенської «Про розроблення української юридичної термінології» (1958 р.) була присвячена мовознавчому розділу – українське термінознавство, зокрема, підрозділу **українська правнича термінологія**, що свідчить про прикладний міждисциплінарний науковий підхід науковця до розуміння пріоритетних мовознавчих досліджень. До розділу правничої термінології також належить доповідь «Мова проекту «Кримінальний кодекс України» (1994 р.), де йдеться про юридичну термінологію і лексику. Доповідь «Формування і розвиток української наукової термінології» (1992 р.)

Статей з української термінології в доробку професора О.А.Сербенської – десятки. Так стаття «Про українські юридичні терміни «свідок», «сторона», «справа»» (1963 р.) відтворює результати досліджень окремих юридичних термінів. Дві опубліковані доповіді «Значення возз'єднання українських земель для уніфікації юридичної термінології української мови» та «Значення російської мови для формування українських складних і складених юридичних термінів» присвячені суспільно-політичним, історичним аспектам радянського періоду, чого вимагала й назва теми кандидатської дисертації «Розвиток української юридичної термінології після великої жовтневої соціалістичної революції». Окрім того, опубліковані статті О. А. Сербенської з термінознавства «Українські юридичні терміни для означення судових присудів», доповіді «Вклад Івана Франка в розвиток української термінології», «З історії формування української термінології трудового права», «Дбаймо і про юридичну лексику», «Термінологічна лексика в епістолярній спадщині І.Франка», «Функції терміна у газетному тексті», «Основні тенденції розвитку сучасної східнослов'янської юридичної термінології», «Юридична термінологія в мові творів Івана Франка (1962 р.), статті «З історії вивчення української юридичної термінології» (1963 р.), «Значення російської мови для формування українських складних і складених юридичних термінів» (1964 р.); «Українські юридичні терміни для означення судових присудів» (1966 р.) ; «Вклад Івана Франка в розвиток української термінології» (1966 р.); доповіді «З історії формування української термінології трудового права (1966 р.); «Українські терміни, зв'язані з веденням слідства (1969 р.); «Термінологічна лексика в епістолярній спадщині І.Франка» (1971 р.), «Мовні взаємини у процесі розвитку юридичної термінології російської та української мов» (1979 р.) та ін.

Мають місце в доробку Олександри Антонівни й статті з традиційних розділів теоретичного мовознавства – **фонематики** (вчення про звуки, звукові засоби української мови), статті з **орфографії**: «Проблеми українського правопису» (2001 р.), а також з нових розділів: **паралінгвістики**, **просодії**, **дериватології (словотворення)**, зокрема, стаття «Активні словотворчі процеси в мові сучасної преси» (1970 р.).

Проф. О.А.Сербенська досліджує в своїх статтях проблеми самостійних теоретичних мовознавчих дисциплін: **фразеології** (вчення про усталені звороти, ідіоми), Зокрема, це підтверджують статті з фразеології, іншими словами ідіоматики: «Фраземи в мові українського законодавства» (1972 р.), «Трансформація фразеологічних одиниць у мові газети» (1978 р.) «Використання фразеологізмів в епістолярному мовленні Івана Франка» (1983 р.) та інші.

Є серед публікацій О.А.Сербенської окремі статті з **семасіології, ономатології, етимології**. Але найбільше уваги О.А.Сербенська приділяє не теоретичній, а **прикладній лінгвістиці**, що дає право назвати її також **прикладним лінгвістом**, адже вона дбає про удосконалення українського правопису, україномовної вимови, дотримання культури української мови, словом бореться за екологію української мови.

О.А.Сербенська як науковець працює в галузі конкретного мовознавства, є **конкретним мовознавцем**, переважно об'єктом її досліджень є конкретна жива, текстова пресова, аудіо, аудіовізуальна українська мова.

Найдавніше Олександра Антонівна досліджує терміни, чим сприяє використанню уніфікованої **юридичної термінології** в правничій, журналістській сфері, що підтверджують зокрема, доповіді «Основні тенденції розвитку сучасної східнослов'янської юридичної термінології» (1974 р.), «Науково-технічний термін у мові сучасної публіцистики» (1976 р.), статті «Функції терміну в газетному тексті» (1976 р.), «Адаптація терміна: трансформації та інтерпретації media в українській мові (2015 р.) Численні дослідницькі праці з термінології дають підстави назвати О.А.Сербенську **ониматологом**.

В науковому доробку О.А.Сербенської мають місце окремі статті з **діалектології**, що присвячені живим говорам, діалектам. Зокрема, стаття «Взаємодія української літературної мови і діалектів у галузі юридичної лексики» (1972 р.) .

Цікаві статті з **лінгвогеографії**, в яких дослідниця описує поширення певних рис мови на географічній території, її рідному Тернопілля, Донецьку, Галичині, у Львові. До прикладу: доповіді «Характерні особливості мови преси Донбасу періоду перебудови» (1990 р.), «Мова газет Тернопільщини», «Про мову Львова і про нас у слові. Рефлексії мовознавця» (2007 р.)

Укладанню словників, розділу **лексикографіки**, О.А.Сербенська присвятила десятки років. Цій тематиці належать її наукові статті «Практичний словничок складних випадків слововживання» (2007 р., співавтор М. Білоус); «Словник мови художніх творів Івана Франка» (2007); «Засади лексикографічного опрацювання медійної термінології в довіднику „Słownik terminologii medialnej»» (2006). Одноосібно й в співавторстві О.А.Сербенська підготувала видала 9 словників: «Практичний словничок складних випадків слововживання» (співавтор М. Білоус). «Словник паронімів української мови» (1986 р., 2008 р., співавтор – Д. Гринчишин) «Словник труднощів української мови» (1989 р., співавтори: С. Єрмоленко. Д. Гринчишин, О. Пазяк, З. Терлак); «Словник-довідник з культури української мови» (1996 р., співавтори: Д. Гринчишин, А. Капелюшний, З. Терлак); «Практичний словничок нормативних висловів», 2002 р.; «Практичний словничок складних випадків слововживання» (2007 р., співавтори.); «Словник паронімів української мови» (1986 р., співавтор Д. Гринчишин); «Словник-довідник з культури української мови» (2006 р., співавтори: Д. Гринчишин, А. Капелюшний, З. Терлак).

Завдяки словникам, довідникам, що видані сотнями тисяч примірників, проф. О.А.Сербенська стала відомим українським **лексикографом**.

Працюючи над науково-дослідницькими темами щодо впровадження в комп'ютерні програми української мови, вивчення української мови за допомогою комп'ютера, викорінення деформацій української мови комп'ютером, проф. О.А.Сербенська вносить свій вагомий внесок як прагмалінгвіст в **українське комп'ютерне мовознавство**. Цим питанням присвячені її статті: «Принципи розробки комп'ютерних програм з проблем культури української мови», «Наукові засади усунення деформацій української мови і його інформаційно-комп'ютерне забезпечення» та ін.

Водночас О.А.Сербенська є **приписовим лінгвістом**, розробляючи і рекомендуючи практичні норми української мови, особливо в роботі юристів, журналістів, користувачів комп'ютерами, вивчаючи функціонування української мови в різних ситуаціях професійного спілкування, особливо в ефірі аудіо-, аудіовізуального мовлення журналістів.

Відома Олександра Антонівна своїми науковими працями зі **стилістики**. До прикладу: доповідь «Уваги до стильових особливостей та правописної практики сучасних українських періодичних видань» (1997 р.), стаття «Особливості стилю ділового мовлення І. Франка» (1985 р.), «Роль Івана Франка у становленні і розвитку публіцистичного стилю української мови» (1990 р.).

Дослідниця Х.П.Дацишин слушно зауважує: «Олександра Сербенська у своїх працях переконливо доводить, що газетно-публіцистичне мовлення значною мірою зумовлене соціальними чинниками, воно відображає основні тенденції розвитку мови» [3; с.286]. Такі погляди пояснюють звернення професора О.А.Сербенської до **соціолінгвістики** в статтях: «Соціолінгвістичні засади Івана Франка» (2006 р.), «Рідна мова як політичний прапор нації» (2006 р.), «Роль аудіовізуальних засобів у творенні звукового образу Держави» (2000 р.).

Працюючи на кафедрі телебачення й радіомовлення факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, Олександра Антонівна займається прикладними дослідженнями, вивчає дотримання норм української літературної вимови в радіо-, телепередачах, розв'язує проблеми **орфоєпії радіо-, тележурналістики, що є підрозділами медіа-орфоєпії**, в основі таких праць – унормування вимови українських слів у передачах радіомовлення, телебачення, про що йдеться в статті «Ефірне мовлення в контексті засад риторики» (2007 р.) «Ефірне мовлення в соціокультурних та інформаційних вимірах» (2010 р.).

Висновки. Пріоритетні розділи мовознавчих досліджень професора О.А.Сербенської вражають актуальністю, новизною, затребуваністю, прикладним державою мовознавчим значенням.

Апостеріорі, впливає з дослідження її опублікованих мовознавчих праць, О.А.Сербенська своєю наполегливою працею не просто здійснила вагомий внесок у розвиток більшості розділів українського мовознавства: орфографію, орфоєпію, пунктуацію, стилістику, термінологію, діалектологію, культуру української мови, дериватологію, та нові розділи прикладного мовознавства: лінгвоконцептологію, лінгвофеменологію, екологію української мови, екологію української мовної комунікації та інші.

О.А.Сербенська в автобіографічному нарисі «Часопростір мого буття» пише: «Робота на кафедрі радіомовлення і телебачення, де панує особливо сприятлива ат-

мосфера для наукових пошуків (засновником кафедри і багаторічним її керівником є професор В. Лизанчук), дала мені змогу виділити ще одну важливу проблему – культуру нашого публічного мовлення, психолінгвістичні основи ефірного мовлення» [2]. Так Олександра Антонівна називає ще один новий розділ мовознавства мас-медіа: психолінгвістику ефірного мовлення, якому характерне комплексне поєднання розділів мовознавства з іншими науками (психологія, лінгвістика та прикладні галузі радіомовлення й телебачення) для всебічного, ефективного розв'язання проблем, що підтверджує наукову багатогранність, дає підстави вважати вельмишанованого ювіляра українським універсальним мовознавцем, а не лише термінознавцем, дослідником мови І.Франка, української культури мови, лінгвоекологом.

Найпершим пріоритетом мовознавчих досліджень професора О.А.Сербенської є орієнтири мовознавчих досліджень, спрямовані на захист державних інтересів. Пріоритетним прикладним напрямом науково-дослідницької діяльності проф. О.А.Сербенської з початку 90-х років і до нині є **лінгвоекологія** як захист і протистояння нівеченню української мови.

О.А.Сербенська є не тільки унікальним, універсальним мовознавцем, дослідником більшості традиційних і новітніх розділів мовознавства, а й **фундатором львівської школи мас-медійних лінгвістів**, під керівництвом якої захистили кандидатські дисертації І. Стецула, Л. Павлюк, Л. Конюхова, Х. Дацишин, О. Мітчук, Н. Лобур, В. Бабенко та ін.

Мовознавчі праці О.А.Сербенської мають і будуть мати вагоме значення для вдосконалення української писемної, розмовної мови, мови преси, радіомовлення, телебачення, розвитку українських Інтернет-ЗМІ, українського мовознавства загалом й утвердження української літературної мови в українській незалежній державі.

Подальші мовознавчі дослідження пріоритетів мовознавчих праць О.А.Сербенської – це вивчення пріоритетного поєднання мовознавчих розділів у виконаних науково-дослідницьких темах, що вперше в Україні реалізовували гострі прикладні мовні проблеми; дослідження пріоритетного поєднання мовознавчих галузей, розділів, підрозділів, дисциплін у наукових працях О.А.Сербенської; комплексне дослідження внеску у розвиток мовознавчих розділів у статтях, наукових доповідях, монографіях професора в контексті наукових пріоритетів.

REFERENCES

1. Олександра Сербенська / Упоряд. В.В. Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 232 с.
2. Сербенська О.А. Часопростір мого буття // <http://archive.lnu.edu.ua/o-serbenska-chasoprostir-moho-buttya/>
3. Дацишин Х. Мовотворчість журналіста в науковій концепції Олександри Сербенської // Теле- та радіожурналістика. 2009. № 8.

PRIORITIES OF LINGUISTIC RESEARCHES BY PROFESSOR OLEXANDRA SERBENSKA

Olena Kuznetsova

*Lviv Polytechnic National University
12 Bandera street, 79013, Lviv, Ukraine
e-mail: o.d.kuznetsova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9596-1386>*

The article analyzes scientific works: the articles, lectures on scientific conferences, dictionaries, monographs, scientific research themes of leading figure of Ukrainian linguistics – professor of the chair of TV and radio of Lviv Ivan Franko national university Olexandra Antonivna Serbenska. It discovers her valued reference-points: service to all Ukrainian: to Ukrainian state, Ukrainian people, Ukrainian science, Ukrainian education; and also proves her priorities in scientific researches by chapters of applied Ukrainian linguistics, namely: philosophy of Ukrainian language, esthetics of Ukrainian language, history of Ukrainian language, comparativistics, Ukrainian-language «frankiana», derivatology. It also discovers the priority divisions of theoretical linguistics: lexicography, language ecology, language culture, onomatology, phraseology, ethimology, interdisciplinary combination of Ukrainian linguistics and theoretical journalism with other sciences and public spheres.

We see perspectives of the further research of scientific masterpiece of Olexandra Antonivna Serbenska in studying priorities of unification of linguistic chapters in researches already made which solved actual language problems – studying Ukrainian with the persona; computer, removing defects of Ukrainian language with computer, and also in exploring her priorities in unification of branches of applied linguistics, chapters, subchapters and disciplines in scientific works, complex research of her scientific contribution into modern didactics in context of scientific priorities.

Key words: Ukrainian theoretical, applied linguistics, culture of Ukrainian language, ecology of Ukrainian, terminology, phraseology, дериватологія, language франкознавство, new divisions of Ukrainian linguistics.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 316–322 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10014>

УДК 81'272:061.1ЄС

МОВНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Марія Яцимирська

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,*

e-mail: yatsymirska@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>

У статті досліджено засади формування та принципи діяльності Європейського Союзу. Проаналізовано мовну політику ЄС та способи її реалізації в правових аспектах. З'ясовано позитивні та проблемні питання розвитку європейських мов. Визначено найбільш уживані терміни й поняття в царині мовного розмаїття ЄС. Окреслено перспективи функціонування української мови в Європейському Союзі.

Ключові слова: Європейський Союз, Шенген, Шенгенська зона, символи Євросоюзу, Європейський прапор, Гімн Європи, День Європи, євро, мовна політика ЄС, Європейський день мов.

Актуальність, постановка проблеми. Офіційний мережевий сайт Європейського Союзу – <https://europa.eu/european-union/> є безпосереднім оперативним зв'язком між громадянами країн-членів ЄС і громадянами країн, які хочуть приєднатися до європейської спільноти в майбутньому. Як видно з офіційної інформації, на сьогодні членами ЄС є 28 країн: Австрія, Бельгія, Болгарія, Греція, Голландія, Данія, Естонія, Іспанія, Ірландія, Італія, Кіпр, Латвія, Литва, Люксембург, Мальта, Німеччина, Польща, Португалія, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Фінляндія, Франція, Хорватія, Чехія, Швеція, Велика Британія (Brexit у процесі розгляду) [1].

«Єдність у різноманітності» – девіз Європейського Союзу вперше вжито в 2000 році. Він відображає одну з головних цілей цієї унікальної організації: забезпечити мир, добробут, багатство культур, традицій і мов у Європі. З цією метою європейці повинні діяти спільно. Зовнішня політика України спрямована на вступ до НАТО та Європейського Союзу з перспективою на зміцнення в такий спосіб національної безпеки й успішного економічного розвитку. У зв'язку з цим глибше ознайомлення з офіційними даними про Євросоюз, його структуру, інституції, мовну політику є актуальними для українського суспільства та медіаосвіти.

Мета статті – дослідити сутність і методику реалізації мовної політики Європейського Союзу; вивчити позитиви багатомовності та проблеми національної ідентичності; проаналізувати перспективи європейської освіти та шляхи успішного професійного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Центр європейської інформації в українському сегменті інтернету є важливим «персвазивним» мостом між Україною та Європейським Союзом. Насамперед подано історію та мету створення ЄС: «Європейський Союз – це сім'я демократичних європейських країн, які об'єдналися заради миру та процвітання. Євросоюз – це не держава, що має замінити існуючі держави. Країни, що входять до його складу, заснували спільні інституції, яким було делеговано частину їхніх суверенних повноважень, завдяки чому стало можливим на європейському рівні демократично приймати рішення з питань, які становлять спільний інтерес. Європейський Союз створив спільну валюту (євро), динамічний спільний ринок, в якому громадяни, послуги, товари й капітал пересуваються вільно. Він намагається зробити так, щоб внаслідок соціального прогресу та справедливої конкуренції якомога більше людей могли скористатися перевагою спільного ринку» [2].

Шенгенська зона. Одним з найбільш вагомих досягнень Європейського Союзу вважають Шенгенську угоду. У маленькому місті Шенген (Люксембург) 14 червня 1985 року Бельгія, Люксембург, Нідерланди, Німеччина й Франція підписали угоду, за якою зобов'язалися поступово відмінити паспортний і митний контроль на внутрішніх кордонах, а також ввести єдині правила в'їзду і виїзду на всіх зовнішніх кордонах країн Європейського Союзу, які підписали цю угоду. Ті ж п'ять країн 19 червня 1990 року підписали Шенгенську конвенцію, у якій викладено заходи та гарантії щодо запровадження свободи пересування. На сьогодні цим правом користуються майже всі країни-члени ЄС (крім Великої Британії та Ірландії).

У 1992 році прийнято рішення створити в рамках ЄС економічно-валютний союз (ЕВС) і запровадити єдину європейську валютну одиницю, управління якою мав здійснювати Європейський центральний банк. Єдина європейська валюта стала реальністю 1 січня 2002 року, коли банкноти та монети євро замінили національні валюти у 12 з 15 країн ЄС (Бельгії, Німеччині, Греції, Іспанії, Франції, Ірландії, Італії, Люксембурзі, Нідерландах, Австрії, Португалії та Фінляндії). З 1 січня 2007 року до євросони приєдналась Словенія.

Символи Європейського Союзу: Прапор, Гімн, День Європи. **Європейський прапор** – найбільш впізнаваний символ ЄС. Історія створення прапора бере початок у 1955 році. Тоді Європейський Союз існував лише у вигляді Європейського об'єднання вугілля та сталі, до якого входило шість країн. Однак існувала окрема організація з ширшим представництвом – Рада Європи, яка була заснована на кілька років раніше для захисту прав людини та пропагування європейської культури. У той час Рада Європи підбирала емблему. Після активних обговорень прийнято нинішній варіант прапора – коло з 12 золотих зірок на блакитному тлі. У різних традиціях «12» є символічним числом, що означає абсолютну досконалість. Це також і кількість місяців у році, і кількість цифр на циферблаті годинника, тоді як коло є ще й символом єдності. Так народився європейський прапор, який представляє ідеал об'єднання народів Європи. На ньому сяє дванадцять зірок як символи досконалості, повноти та єдності. Прапор залишається незмінним протягом років, незважаючи на розширення ЄС. Пізніше Рада Європи закликала інші європейські установи прийняти цей прапор і в 1983 році його затвердив Європейський Парламент. Усі європейські інституції використовують його з початку 1986 року. Європейський прапор – це єдина емблема Європейської Комісії, виконавчого органу ЄС. Інші європейські установи та органи додають до прапора власну емблему.

Гімн Європейського Союзу. У широкому значенні – це Гімн не лише Євро-союзу, але й усієї Європи. Музика Гімну взята з Дев'ятої симфонії, яку Людвіг ван Бетховен написав у 1823 році. У фінальній частині Бетховен поклав на музику «Оду радості», яку написав Фрідріх фон Шиллер. У цьому вірші знайшла відгук ідея братання народів. У 1972 році Рада Європи схвалила бетховенську тему «Оди радості» як свого Гімну. Універсальною мовою музики Гімн виражає ідеали свободи, миру та солідарності, на яких тримається Європа. У 1985 році Гімн схвалили Президенти та Глави урядів країн ЄС як офіційний Гімн Європейського Союзу. Цей Гімн не має на меті замінити національні Гімни країн ЄС. Гімн ЄС – це утвердження спільних цінностей та їх єднання в усьому розмаїтті національних відмінностей [3].

День Європи – свято, яке відзначають у країнах Європейського Союзу 9 травня (з 1985 р.). В Україні – щорічно в третю суботу травня (з 2003 р.). 9 травня вважають днем народження Європейського Союзу [4].

Європейська політика багатомовності. Мовна політика ЄС передбачає дві головні мети. Насамперед це збереження й захист мовного розмаїття в ЄС і підтримка вивчення іноземних мов. Важливою цінністю Європейського Союзу є право кожного народу спілкуватися у своїй країні своєю мовою. Для цього ЄС подає важливі документи на мовах усіх країн, які є членами Європейського Союзу. Завдяки цьому євроспільнота має доступ до інформації й дослівно її розуміє та сприймає. Рада об'єднання, яка ініціювала створення Європейського Союзу після двох світових війн, прийняла першу постанову щодо мовного питання. «15 квітня 1958 року Рада постановила, що офіційні мови країн-членів повинні стати як офіційними мовами співтовариства, так і робочими мовами установ співтовариства. Офіційна мова кожної країни є офіційною мовою ЄС. Оскільки кілька країн мають однакову державну мову, то це означає, що є 24 офіційні мови Європейського Союзу: англійська, німецька, французька, данська, нідерландська, естонська, фінська, грецька, угорська, італійська, португальська, іспанська, чеська, шведська, латвійська, литовська, мальтійська, польська, словацька, словенська, ірландська (з 1 січня 2007, але з обмеженнями)». Громадяни ЄС можуть звертатися до інституцій ЄС одною з офіційних мов. Відповіді отримують тією ж мовою. Усі розпорядження Європейського Союзу, правові акти публікують на всіх офіційних мовах, за винятком ірландської. Цією мовою перекладають тільки спільні розпорядження з Радою Європи та Європейського Парламенту. У Європейському Парламенті депутати можуть виголошувати промови однією з офіційних мов ЄС [5].

Регіональні мови та мови менших корінних народів Європейського Союзу. У межах Євросоюзу близько 40 мільйонів громадян використовують у спілкуванні понад 60 регіональних мов або мов національних меншин. До таких мов належать: баскійська (Іспанія), каталонська (Іспанія), фризська (Нідерланди), лапонська (Швеція), валлійська або уельська (Велика Британія), валлонська (Бельгія), фламандська (58% населення Бельгії), менська (острів Мен, Велика Британія) та ін. Правовий статус цих мов і їх розвиток забезпечують уряди країн ЄС. Європейська Комісія пропагує мовне розмаїття й постійно підтримує відкритий діалог з цих питань. Захист і пропагування мов нацменшин ЄС реалізує через навчання, фінансує нові проекти здобуття освіти, стажувань, спорту. Для їх підтримки й розвитку в ЄС відзначають День європейських мов 26 вересня.

Мовні проблеми не розв'язані повністю в деяких країнах Європейського Союзу. Причини сягають в минуле й мають складні історичні корені. Наприклад, Ірландія здобула незалежність у 30-х роках ХХ ст. У школі ірландську мову почали вивчати як обов'язковий предмет з 1975 року. Тепер нею розмовляє близько 40% населення. Більшість громадян послуговується другою державною мовою – англійською. Як пише політолог Ганна Шелест, «по обидва боки ірландського кордону є політики та активісти, які сподіваються на відновлення об'єднаної Ірландії... У червні 2016 року Північна Ірландія переважною більшістю проголосувала за те, щоб лишитися в ЄС; 56% віддали голоси проти Brexit. У грудні 2017-го авторитетна північноірландська компанія LucidTalk опублікувала результати дослідження, відповідно до якого 47,9% мешканців хотіли б залишитись в ЄС шляхом приєднання до Ірландії, в той час як 45,4% хочуть залишити ЄС та залишитись у Великій Британії» [6].

Ірландський письменник, драматург, композитор, літературознавець і громадський діяч Френсіс Артур Фегі (1854–1935) виступив за захист ірландської мови (гельської) ще на початку ХХ століття. У статті «Справа ірландської мови», яку переклала Леся Українка, писав: «Обанглічання (anglicisation) Ірландії йде швидко й спинити його можна тільки вернувшись до тої мови, що стояла в давнину на сторожі Ірландії... Вплив мови на національне життя та характер сягає далеко. Сама мова є цвіт національного духовного існування. Мова росте вкупі з нацією, дає голос усім народним радощам і злидням, боротьбі, перемогам і поразкам, духовним і матеріальним змаганням. У ній відбиваються поведінка й звичаї, традиції, віра, надії і гордість. «Мова переможця в устах подоланого – каже Тацит – завжди є мовою раба». ... Нація – підкреслював ірландський письменник Томас Девіс – повинна боронити свою мову більше ніж свою територію – се певніша межа і міцніша границя, ніж фортеця або річка. Втратити рідну нову і перейняти чужу – се найгірший знак підданства, се кайдани на душу. Втратити національну мову – се смерть, се значить, що ярмо вже в'їлося глибоко» [7]. У цій же статті Френсіс Фегі пише й про інші народи, які виборювали собі право на рідну мову й національне відродження: «Фінляндія так само боролася за свою мову й національність проти шведів і росіян. Відродження фінської нації почалося з відродження фінської мови, яка до того часу не мала ні встановленого діалекту, ні літератури. Фінни зібрали свої давні пісні, оповідання й легенди в одну незрівнянну поему «Калевалу» і література раптом виросла, забезпечивши назавжди характеристичні національні відзнаки народу. Бельгія була вже надорозі до того, щоб зробитися просто наслідуванням Франції. Скрізь говорилося по-французькому, французька література найрозпуснішого розбору заливала всю країну й загрожувала зруйнувати моральне почуття нації. Тоді Анрі Консьянс написав свої моральні оповідання по-фламандському; розпочалася агітація за відродження фламандської мови й народна індивідуальність була врятована. Угорщина в ХVIII ст. була провінцією австрійської імперії. Національна мова, малярська, була занедбана в народі й заборонена австрійським урядом. Імператор Йосиф сміявся з малярської шляхти, з її мови й одежі. Але розпочалася столітня боротьба за малярську мову й національність і закінчилася повною перемогою їх» [8].

У 2014 році десятки тисяч ірландців протестували біля Парламенту Республіки Ірландія, вимагаючи більшої підтримки їхній мові. «Tír gan teanga, tír gan anam!» («Країна без мови є країною без душі») написали на транспарантах. Ірландець Лаєм Карсон завдячує батькам, які навчили його рідної мови з дитинства. «...мова вижи-

ве, тому що людина завжди повинна мати можливість повернутися до власної святині, де живе якась частинка її душі та сутності. Я благословенний мати таку мовну святиню, яку заповіли мені батьки. І за це я їм буду вдячний усе життя» [9].

Вивчення іноземних мов. Мовна політика Європейського Союзу спрямована на досягнення такого рівня освіти в країнах ЄС, за якого кожен громадянин, крім рідної мови, буде досконало знати ще дві іноземні. Такий вектор щодо знання мов ЄС підтримує з кількох причин. По-перше, мовні компетенції дають можливість вчитися й працювати в інших країнах; поліпшують перспективи професійного росту. По-друге, знання мов зміцнюватиме зв'язки між різними культурами, що є необхідною умовою в багатомовній і багатокультурній Європі. По-третє, великі фірми, які прагнуть працювати в цілій Європі, потребують працівників із знанням багатьох мов. По-четверте, це мовний сектор: письмові та усні переклади, викладання іноземних мов, мовні технології тощо є одним з найбільш швидких запитів сучасної економіки.

Дослідження щодо ставлення європейців до вивчення іноземних мов показують, що вони надзвичайно позитивно налаштовані до багатомовності. 98% громадян ЄС вважають, що вивчення мов має значення для майбутнього дітей; 88% – приносить користь; 72% – підтримує, що кожен європейець має знати щонайменше дві іноземні мови; 77% – стверджують, що вдосконалення мовних компетентностей повинно бути пріоритетом політики Європейського Союзу [10].

«Єдність у різноманітності» – відоме вже гасло європейці перекладають рідними мовами. Унікальна барвистість девізу Європейського Союзу та Ради Європи віддзеркалена в розмаїтому офіційному звучанні: *United in diversity, Unie dans la diversité, In Vielfalt geeint, Zjednoczona w różnorodności; Unida en la diversidad, Ευμέλτοι στην πολυμορφία, Unida na diversidade, Unita nella diversità, Egység a sokféleségben, Förenade i mångfalden, Združena v raznolikosti, Zjednotení v rozmanitosti, Uniți în diversitate, In verscheidenheid verenigd, Magħquda fid-diversità, Vienota dažādībā, Suvienijusi įvairovę, Aontaithe san éagsúlacht, Moninaisuudessaan yhtenäinen, Ühinenud mitmekesisuses, Forenet i mangfoldighed, Jednotná v rozmanitosti, Ujedinjeni u različitosti, Обединен в многообразието.*

Висновки. Мовна політика Європейського Союзу спрямована на розвиток національних мов і підтримку вивчення іноземних мов. Мовне розмаїття ЄС функціонує на засадах рівності та взаємозбагачення різних культур. Інституції ЄС забезпечують гармонійне співіснування офіційних мов, регіональних і мов менших корінних народів Європи. Однак проблеми в деяких країнах не вирішені. Кожна мова є цінністю й служить мостом до інших країн Євросоюзу, сприяє взаєморозумінню. Політика багатомовності розширює можливості громадян ЄС на ринку праці, освіти, спорту, професійного зростання; полегшує доступ до інформації у сфері права; сприяє безперешкодному пересуванню на територію всіх країн-членів Євросоюзу. Переважна більшість європейців бачать успішні перспективи мовної політики Європейського Союзу на фоні глобалізованого світу. Запровадження поняття «громадянин ЄС» не означає скасування національного громадянства. Європейський Союз сьогодні є одним із найбільших донорів гуманітарної допомоги у світі. Процес розширення ЄС і Закони, які гарантують чотири основні свободи Європейського Союзу (вільний рух товарів, осіб, послуг, капіталу), сприяють мультикультурному та багатомовному характеру ЄС.

REFERENCES

1. Official website of the European Union. URL: https://europa.eu/european-union/index_en
2. Центр європейської інформації. URL: http://library.te.ua/proekti/european-center/nfo_es/
3. Там же.
4. День Європи. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
5. Official website of the European Union. URL: https://europa.eu/european-union/index_en
6. Ганна Шелест. Brexit зупинився на кордоні: як проблема Північної Ірландії ламає переговори Великої Британії та ЄС. URL: <https://www.euointegration.com.ua/articles/2017/12/13/7074989/>
7. Francis Arthur Fahy. The Irish language movement (Справа ірландської мови). Лондон: Westminster Review, 1902. Переклад українською мовою Лесі Українки. URL: <https://www.l-ukrainka.name/uk/Transl/IrishLang.html>
8. Там же. URL: <https://www.l-ukrainka.name/uk/Transl/IrishLang.html>
9. Лаєм Карсон. «Країна без мови є країною без душі». Тиждень.ua. 2014. 26 червня. URL: <https://tyzhden.ua/World/112653>
10. Official website of the European Union. URL: https://europa.eu/european-union/index_en

THE LANGUAGE POLICY OF THE EUROPEAN UNION

Mariya Yatsymirska

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: yatsymirska@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>

The article deals with the principles of the formation and the activity of the European Union. The language policy of the EU and the ways of its realization in legal aspects are analyzed. The positive and problematic issues of the development of European languages are identified. The most commonly used terms and concepts in the field of linguistic diversity of the EU are defined. The prospects of functioning of the Ukrainian language in the European Union are outlined.

The language policy of the European Union is aimed at developing of the national languages and supporting the learning of foreign languages. The linguistic diversity of the EU is based on the principles of equality and mutual enrichment of different cultures. EU institutions build a language policy based on the harmonious coexistence of official languages, regional and languages of the smaller indigenous peoples of Europe. Each language is a value and serves as a bridge to other countries of the European Union, promotes mutual understanding. Multilingualism expands the opportunities of EU citizens in the labor market, education, sports, professional growth; facilitates access to information in the field of law; facilitates unimpeded travel to the territory of all EU member states. The overwhelming majority of Europeans see successful prospects of the European Union's linguistic policy against the backdrop of a globalized world. The introduction of the concept «EU citizen» does not mean the abolition of national citizenship. It complements it and allows a person to better understand his affiliation with the European Union.

The European Union is today one of the largest donors of humanitarian aid in the world. The process of EU enlargement and the laws that guarantee the four basic freedoms of the European Union (free movement of goods, persons, services, capital) contribute to the multicultural and multilingual nature of the EU.

Key words: European Union, Schengen, Schengen Area, language policy of the EU, Flag of Europe, Anthem of Europe, Europe Day, European Day of Languages, euro.

МЕДІАКУЛЬТУРА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 323–334 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10015>

УДК 007.304:070

ЖУРНАЛІСТСЬКА ПРАВДА І ПОСТПРАВДА В КОНТЕКСТІ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

Василь Лизанчук

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: kafradioiteleb@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-6995-0360>

Розглянуто терміни «правда» і «постправда», розкрито особливості журналістської творчості в умовах гібридної війни Російської Федерації проти України. Наголошено, що гібридна агресія є головною загрозою національній безпеці України. Проаналізовано типові компоненти гібридної війни. Показано, що дискурс гібридної війни є новітньою формою протистояння в сучасному безпековому довіллі.

Ключові слова: журналістська професія, правда, постправда, гібридна агресія, інформаційно-психологічна війна, україноцентризм, національна свідомість.

Вступ. Нині історично-гуманітарний, інформаційно-духовний простір є надзвичайно важливим полем битви національно свідомих українців за свою автентичність, самотність, 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» [11, с. 468]. В основі російської гібридної війни – руйнування підвалин, що зміцнюють мілітарну, економічну, морально-духовну силу держави, яку Кремль хоче підпорядкувати собі. «Критично важливим елементом гібридної війни, що її веде Москва, є інформаційна війна як всеосяжна та узгоджена державна кампанія впливу, призначена спрямувати публічні дискусії в заданому Кремлем напрямку, встановлювати контроль над політичними, соціальними й медіанаративами та спотворювати інформаційний контекст для того, щоби впливати на рішення міжнародних організацій та країн по всьому світу щодо Росії, надавати валідності аргументам Кремля та задовольняти інтереси правлячої російської клептократії» [13].

Особливість суспільно-політичної ситуації в нашій державі полягає в тому, що основою гібридної війни є політичний сепаратизм, інспірований Російською Федерацією, яка здійснює агресію проти України.

Постановка проблеми. У монографії «Світова гібридна війна: український фронт» слушно наголошено, що інформаційна складова російської агресії багато в чому виявилася успішною через низку системних проблем медіапростору в Україні. «На початок 2014 р. в Україні практично не було створено дієвої системи захисту національного медійного і, зокрема, телерадіоінформаційного простору, натомість спостерігалася надмірна олігархізація медіа. Що ж до Донецької і Луганської областей, то тут склалася специфічна модель медіаспоживання внаслідок орієнтації місцевих приватних телерадіоорганізацій і друкованих видань на російський медіа-продукт і браку безперервного та щільного транслювання національного телерадіомовлення у цифровому та аналоговому форматах» [11, с. 474-475].

Тривала інформаційно-психологічна війна Російської Федерації проти України, яка переросла в цинічну військову агресію, спонукає шукати нові форми і методи протидії потужній московській маніпулятивній пропаганді, бо «немає інтересів вищих за національні. Вони вершина, вищої від якої нема» [7, с. 110], – наголошував Левко Лук'яненко, який 27 років карався в концтаборах комуністичного тоталітарного режиму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Історичні виклики, загрози для української соборності, ідентичності, проблеми національної безпеки, морально-професійні засади функціонування ЗМІ були і є у полі зору науковців, журналістів, громадсько-політичних діячів. Серед них О. Власюк, В. Горбулін, С. Грабовський, М. Житарюк, П. Жовніренко, С. Калакура, С. Кононенко, С. Кость, В. Лизанчук, І. Лосев, О. Ляшенко, К. Смаглій та інші. Лауреат премії імені Джеймса Мейса, публіцист, луганчанин Валентин Торба наголошує, що одвічний український ворог плекав потужну систему маніпулятивної пропаганди віками. «І головне – сила пропаганди ворога не в тому, хто її створює і як, а в споживачі. Споживач пропаганди ворога – багатотисячний «москаль», якому байдужа істина. У нього є лише комплекс меншовартості, який російські ЗМІ компенсують відповідними навіюваннями про «третій Рім», «великість» і «неделімость» [14]. Надто велика кількість росіян живе міфами, істина травмує їх. Тому легко піддаються маніпуляції свідомістю, яскравим свідченням морально-психологічної травми-деградації є підтримка агресивно-цинічної, злодійсько-підступної ідеології і політики В. Путіна та його брехливих поплічників.

Дискурс гібридної війни Російської Федерації проти України набув глобально-го масштабу, є новітньою формою протистояння у сучасному безпековому довікеллі. «На тлі відсутності якісного, цікавого, рейтингового продукту, спрямованого на інтелектуальний і культурний розвиток: аналітичних програм, історичних фільмів, науково-пізнавальних передач, – все це й призводить до деградації аудиторії телебачення, а, в підсумку, й усього населення країни» [4]. Природне покликання журналістів допомогти кожному співгромадянину вийти на шлях світла, «дати рішучу справедливу відсіч усій тій московській маячні, яка брудною гнилою рікою лине на наші береги» [10], – наголошує Юрій Мушкетик.

Мета статті. В контексті гібридної війни Російської Федерації проти України на засадах україноцентризму всебічно обґрунтувати, що Правда – головна гуманітарно-інформаційна зброя проти російської маніпулятивної пропаганди.

Виклад основного матеріалу. Ще в давньоукраїнській державі Русь Володимир Великий, Ярослав Мудрий, Володимир Мономах, митрополит Іларіон орієнтували юні покоління на самопізнання і пізнання Бога, світу, людини, мови, природи, народу, держави, культури, сповідання високих моральних ідеалів. У «Поученні» (назву цього твору також пишуть «Повчання», «Повчання Володимира Мономаха своїм дітям», «Повчання дітям») Володимир Мономах закликав «премудрих – слухати, старшим покорятися; з рівними і меншими приязнь мати; без лукавства розмовляти, багато розуміти; не хулити розмовою, не лютувати словом; помисел чистий мати, спонукати себе на добрі діла Господа ради» [9, с. 18–19].

Однак в умовах нинішньої військової агресії неототалітарної Росії проти України нав'язується постмодерна парадигма, де сама спроба розрізнення добра і зла трактується як щось «примітивне». За словами знаного французького мислителя Ф. Гваттарі, «все годиться, все прийнятно». Публіцист Сергій Грабовський, осмислюючи філософію постмодернізму, наголошує, що в сенсі власне етики та моралі культура постмодернізму відмовляється від унормування рамок будь-яких типів поведінки, ґрунтується на дискурсивному плюралізмі, на варіабельності раціональностей, що призводить до відкидання ціннісного пріоритету про істинне і хибне, прийнятне і неприйнятне, до ігнорування «моральних центрів» не тільки в нормативному, а й у ціннісному значенні. Цей аспект антиукраїнської ідеології і політики всебічно розкрито у підручнику «Інформаційна безпека України: теорія і практика» [6].

Сповідуючи постмодерний культурний контент, у якому сплелися радикально різні, але при цьому цілковито рівноправні світоглядні парадигми, ідеологи «руського мира» заповзято нав'язують постмодерні постулати в Росії, Україні та Європі, тобто, сприймайте нашу правду, адже, мовляв, всі правди рівнозначні, рівноправні, прийнятні. Навіюють думку, що 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 у лоно російської імперії. Для цього, за світоглядною парадигмою постмодернізму, яку путінські російські рашисти переплели зі сталінською і гітлерівською антинародною ідеологією і політикою людиновбивства, «все годиться, все прийнятно» [2], щоби делегітимізувати Українську державу і владу. На думку кремлівських імперіалістів, це дасть змогу «возз'єднати розділений народ», тобто включити територію і населення України, чи принаймні велику їхню частину, до складу Росії.

Нинішня гібридна війна Російської Федерації своїм корінням сягає в часи Орди, Московського царства, Російської імперії, СРСР. Її мета незмінна: зовнішня експансія, придушення свободи, знищення національної сутності завойованих народів і перетворення їх на ординців, манкуртів, які задля аморальних інтересів Московії навіть віддають своє життя. Завдяки потужній дезінформації російському суспільству постійно нав'язують ідею, що увесь світ хоче знищити Росію. На другому місці ворогом Росії після США московські маніпулятори називають Україну. Вважаю, що теперішня російська проблема не в одному Путіні, а в ординській психіці моксельців – московитів – росіян. І ця цивілізаційна проблема, на думку голови Правління громадської організації «Центр Стратегічних Досліджень» Павла Жовніренка, розв'яжеться лише внаслідок глибокого трансформування Російської держави і суспільства на гуманістичних засадах [3].

Гібридність нинішньої війни Росії проти України і всіх попередніх війн полягає у віроломстві, тотальній брехні, тобто постправді.

Академічний «Словник української мови» дає таке тлумачення слова «правда»: 1) те, що відповідає дійсності; істина; 2) правдивість, правильність; 3) справедливість; порядок, який ґрунтується на справедливості, протилежне кривді [12, с. 497].

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. – 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 вагомому, потрібну суспільству інформацію» [8, с. 80-82].

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 маніпулюють міфами, недоброзичливими фантазіями. На такому емоційно-психологічному полі аудиторія вірить у постправду, тобто неправду, представлену моральним авторитетом Правди. 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.

Під час великої щорічної прес-конференції, яка відбулася 14 грудня 2017 року, президент Росії В. Путін заявив (цитую мовою оригіналу): «Славянський мир складно розвивался. Сама Росія складувалась складно из многих славянских племен. В конце-концов образовалась Русь, частью которой, центром которой был Киев. В этом смысле наши исторические и духовные, и прочие корни дают мне право говорить, что в основе своей мы один народ».

Чи відчуваєте, розумієте, шановний читачу, глибину путінської маніпуляції історичними фактами, подіями, явищами?! Думаю, що той, хто не володіє справжньою, правдивою історією України і Росії, обсяг інформації якого ґрунтується на маніпулятивних постулатах історії ВКП(б) та історії СРСР, висловлювання Путіна сприймає як аксіому. Насправді В. Путін вдало використав методи маніпуляційної пропаганди: «великої брехні», інсинуацій та метод «40 на 60», які схарактеризував В. Гриджук.

Будь ласка, ще раз уважно прочитаймо, що і як сказав Путін, щоби у словесному химерному павутинні відрізнити правду від брехні. Освіченим людям відомо, що центром Русі був Київ. Путін також про це сказав, щоби засвідчити свою «обізнаність». Водночас освічена людина зазначила б, що Русь – це давньоукраїнська держава, яка за найновішими дослідженнями уже була відома на міжнародній арені у 838 році [1; 15]. Але навіщо про це важливе історичне явище знати Путіну та зазомбованим поціновувачам його зловісної імперської політики?! У них злочинні прагнення – відродити на штиках імперію зла СРСР і соціалістичний табір східно-європейських країн.

Щоби створити у громадян Російської Федерації довіру до себе, Путін використовує маніпуляційний метод «40 на 60». Тобто, подає 50–60% правдивої інформації.

ції, а решта – суцільна дезінформація, припудрена брехня. Думаю: всі погоджуються, що слов'янський світ і Росія розвивалися досить складно. І тут же Путін проповідує брехливий постулат, що Росія складалася із багатьох слов'янських племен. Цю інсинуацію Путін прикриває фразою, що врешті-решт створилася Русь, центром якої був Київ. Та повернімося до цієї фрази: у ній є ще два слова «частью которой». Словами «частиною якої» Путін нав'язує думку, що Русь і Росія – це одне й те ж, а Київ, мовляв, був лише частиною Росії. Отже, така «освічена» людина як Путін та його засліплені брехнею радники-порадники не хочуть знати, що у IX–XIV століттях Росії ще на світі не було, а Московське царство почало називатися «Российским государством» після того, як в 1721 році Петро I вкрав назву давньоукраїнської держави Русь і приклеїв її до Московії.

Головною метою Путіна – методом «великої брехні» ще раз блискавично засліпити нинішніх моксельців=московитів=росіян президентським «геніальним відкриттям», мовляв, історичні, духовні та інші корені дають йому право говорити, що росіяни і українці – один народ. У такий спосіб маніпулятор Путін цинічно намагається примусити громадян Російської Федерації, європейських країн та національно несвідомих українців повірити в те, що в Україні громадянська війна. Її, мовляв, розв'язала нацистсько-фашистська хунта, яка засіла в Києві, а московські очільники зброєю захищають свій народ, винищуючи українських громадян.

Подивімося історичній Правді у вічі та відкиньмо у безодню позолочену московську брехню. Є сотні досліджень авторитетних вчених і я, вибачте за нескромність, у багатьох публікаціях наголошував, але й нині у зв'язку з безсоромними маніпуляціями Путіна потрібно нагадати, що Володимир Великий хрестив не московитів=росіян, не Росію, бо її на світі ще не було, а Русь, тобто русичів. У IX–XII ст. не існувало російського народу (великоросів). На заліських теренах (Залешанській землі) – нинішня територія північної Росії, жили угро-фінські племена (мурома, меря, весь, чудь, мешера, мокша, мордва, пермь, нарова, угра та ін.). Їх називали народом моксель. Ці племена, а також тюркські народності (торки, берендеї, ковуї, чорні клобуки, половці) стали основою розвитку й утворення московитів=великоросів, які були слов'янізовані та християнізовані після хрещення Руси.

На базі слов'янських племен (поляни, деревляни, кривичі, словени, сіверяни, дуліби, тиверці та ін.) утворилася Русь, а не Росія, як стверджує В. Путін, в історичному розвитку з них сформувався український народ. Під «Руською землею» або «Руссю» (давньоукраїнською державою) розуміли територію Середнього Подніпров'я, визначену містами Київ – Чернігів – Переяслав. Зарубіжні джерела стверджують, що тільки до цих земель і міст вживали термін «Русь». Ні Новгородська земля, ні Суздальська (як і решта приєднаних до Києва земель), Руссю не були. У першому Новгородському літописі можна прочитати про поїздки новгородців «у Русь» (тобто до Києва, Чернігова або Переяслава). Так само «в Русь» їздили із Ростова, Суздаля. Центром Руської держави була територія полян, поляни були Руссю. Отже, русини=руські=українці та моксельці=московити=росіяни не одного роду-племені, це – різні етноси і немає у них історичних, духовних та інших спільних коренів, як про це говорив Путін. Так звану «спільну історію» жорстокістю вибудували московські=російські загарбники України.

Професор грецької філософії Євген Калюжний, який народився в Нормандії (Франція), наголосив, що Русь, тобто середньовічну Україну, також називали ла-

тиною «Рутенія». Саме це підтвердили російські історики. Наприклад, П. Третьяков писав: «Східна європейська Держава почала формуватися на цьому місці за два століття до появи Рюриковичів у Києві. Ще довгий час, до XII–XIII століть, тільки ці землі називалися Руссю або землями руськими... Саме Київська держава та її передмістя, де жили поляни, була Руссю». М. Тихомиров зазначив: «Русь – це антична назва Київської держави, країни полян». Інші російські історики – М. Приселков та А. Массонов уточнили, що держава Русь розташовувалася між трьома містами – Києвом, Черніговом та Переяславом Руським [5].

В X ст. в межиріччі Оки та Волги на основі консолідації фіно-угорських і тюркських племен утворилося Ростово-Суздальське князівство. Його політичними центрами були спочатку Ростов, від початку XII ст. – Суздаль, а з другої половини XII ст. – Володимир-на-Клязьмі. На Суздальщині виріс син Юрія Долгорукого – Андрій, мамою якого була половчанка. Русь = Україна йому була чужою, він став запеклим ворогом Києва. У 1169 р. Андрій Боголюбський на чолі великої армії 11 північних князів захопив Київ і віддав місто на поталу своїй брутальній раті. Суздальці нищили русичів з особливою ненавистю і люттям. Це була вже не традиційна міжусобна боротьба, а міжетнічна війна. Після жорстокого руйнування Києва Русь почала занепадати. Київ втрачав своє значення як економічного й культурного центру Руських земель. Заволодівши у 1240 р. Києвом, Батий добивав давньоукраїнську державу Русь.

Володимир Білінський у трьох томах науково-історичного дослідження «Країна Моксель, або Московія» також аргументовано доказав, що українці і росіяни – це два різних народи, розвіяв десятки міфів Російської імперії. Серед них і такий: Москва не була заснована 1147 р. Юрієм Долгоруковим. Вперше поселення Москви було зафіксовано лише у 1272 р. під час третього перепису населення у володіннях Золотої Орди. А вже тільки у 1277 р. Московія з'явилася як князівство з дозволу золотоординського суверена. І була вона звичайним улусом, який залишався підвладним династії Чингізидів. До речі, академік В. Покровський був дуже гордий з історії своїх москалів, він вихваляв їх вищість над Європою, бо Москва (він блискуче це довів) у своїй політиці, організації і тенденціях є спадкоємицею Золотої Орди, улусу потужних монголів над Волгою.

Від середини XIII ст. Московське князівство набирає вагомості і, за згоди та активної підтримки татаромонгольських ханів, завойовувало сусідні землі. Починаючи від Івана I Калити для досягнення своєї мети московські князі вдавалися до брехні, лицемірства, хитрощів, наклепів, інтриг, дворушності, хабарництва, підкупів, шантажу, вигадок, підступності тощо. Постулат «мета виправдовує засоби» був звичайним, буденним принципом усіх наступних поколінь російських політиків. За нинішнього владомоця Путіна ця «мета» набула найвитонченіших, найпідступніших, найжорстокіших форм.

Наголошую, що роси, русини, руські, українці – це історичні етноніми одного народу, мовою якого є українська, яка відома ще з VII ст. Не було одного «древнеруського язика», як це нав'язують маніпулятори загальноросійської єдності. Справжніми спадкоємцями Руси=Київської Руси стала Галицько-Волинська Русь, а не протомосковське Владимиро-Суздальське князівство, не Московія=Росія. Потім були Запорозька Січ і Українська Гетьманська Держава, поки їх не знищили московські загарбники.

Отже, постправа – це та ж брехня, але в більших масштабах, підсилена найновішими технологіями. Нагадаю, московський режим вкладає щорічно декілька мільярдів доларів саме у брехню, щоби впливати на світові процеси у своїх імперських інтересах і водночас поставати перед світом доброчинцем. З цією метою потужно використовує такий метод ведення гібридної війни як інформаційно-психологічна маніпулятивна пропаганда.

Хіба не нас з вами, не на всіх громадян України і Росії спрямована цинічна брехня, що українці для росіян братній народ і в той же час вбивають цвіт української нації. Мовляв, росіяни дуже люблять українців, стурбовані, переживають, що в Україні соціально-економічні проблеми, тому «нужно помочь украинцам избрать нового президента ибо этот не годится». Кремлівська кліка всіма методами і способами втручається у виборчий процес, щоби гетьманську булаву захопив новітній Іван Брюховецький, який танцюватиме під мелодію московсько-рашистської балалайки. Нинішні президентські вибори та майбутні вибори до Верховної Ради України – це генеральна битва за Україну в російсько-українській війні.

Наголошую, що антиукраїнська інформаційно-психологічна інтервенція є зовнішньою і внутрішньою. Тобто, в Україні – триває війна на двох фронтах: проти ворожого наступу і впливу Росії та її сателітів, і проти совкових, олігархічних та корумпованих, промосковських сил в Україні. Другим фронтом і є внутрішня агресія, носіями якої є творці багатьох передач на телеканалах «Інтер», «NewsOne», «112», «Україна», «ЗІК», «1+1» та на інших комерційних телевізійних і радіоканалах. У них розкошують українофоби, московські прислужники Олена Бондаренко, Бойко, Вілкул, Мураєв, Ганна Герман, Новінський, Медведчук, Портнов, Рабінович, Добкін, Червоненко, Шуфріч та інші, які спекулюючи багатьма недоліками суспільно-політичного і соціально-економічного життя, своїми брехливими виступами допомагають російським агресорам завадити утвердженню духовно-національної соборності України. Кремль і промосковські блудники в Україні досі шаленіють від того, що відроджено автокефальну православну церкву України, отримано Томос, над святістю якого безпардонно глузував В. Зеленський.

Важливо також розуміти, що патріотом України робить не кров, а усвідомлення, що людина – частина 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 злякисну пухлину нігілізму, зловорожості до українства, до української землі. Така ситуація в нашому суспільстві, особливо в умовах російської гібридної війни проти України, надто небезпечна, бо постмодернізм, посттоталітаризм, постколоніалізм, постгуманізм породили постправду і постетику. Д-р Мирослав Татарин, богослов, професор Університету св. Єроніма (Канада) наголосив, що світ постправди відкрив поле, на якому маніпулюють міфами. На такому інформаційному полі 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 виправляти.

Постправду, тобто майстерно сконструйовану неправду, потужно використовують російські політики та ЗМІ, що дуже заплутує, і люди не те що не знаходять

правду, а навпаки – різко відхиляються від правди, оскільки беруть до уваги цілковиту брехню (М. Маринович), яка, на жаль, пронизує українське суспільство, а також Європу й Америку.

Працівники ЗМІ покликані сприяти формуванню добросовісних людей, які би на українській землі, і не тільки, сіяли добрі зерна національної гідності і людського взаєморозуміння. 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 Поярков зазначив, що він особливих скарг на утиски свободи не чув від справді національно свідомих, глибоких і яскравих журналістів, натомість сірі і бездарні на скиглenni 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 шедри «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 якийсь 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, україноцентричну позицію і професійні стандарти. Аморально підпадати під фальшиві гасла, мовляв, не можна застосовувати «мову ненависті», а надавати слово опонентам, бо у них інша точка зору, інший погляд на ситуацію. І тоді буде справжня дискусія. Вибачте, це – повний абсурд, бо про що можна дискутувати із загарбниками, або з такими блудниками як Мураєв, Бондаренко, Добкін, Бойко, Герман, Новінський, Червоненко, Влащенко, Вілкул, Шуфрич та багатьма іншими?

Постправдисти майстерно використовують стандарт журналістської діяльності «баланс думок і поглядів», щоби під час російсько-української війни заповнити інформаційний простір антиукраїнським контекстом. Таку ситуацію французький філософ Філіпп де Лара схарактеризував так: «П'ять хвилин для Гітлера, п'ять хвилин для єврея».

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-племені. Ні! Головні вимоги журналістських стандартів – 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».

Вважаю, що дискутувати можуть на телебаченні, радіо, у пресі лише ті, хто займає стратегічну мету розбудови духовної української України і під час дискусії

уточнюється тактика досягнення позитивної державотворчої мети. Як можна надавати ефір і шпальти газет 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.

Україноцентризм – це світоглядна, філософська, морально-ідеологічна, громадянська, духовно-національна позиція. 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 терміну «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.

Україноцентризм ґрунтується на концепції націоналізму, який є філософією буття Нації, її життя, розбудови, а шовінізм, фашизм, нацизм і московський рашизм, що увібрав у себе шовінізм, фашизм, нацизм і більшовизм – це філософія поневолення і гноблення інших націй. Націоналізм породжує подвижників і героїв, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – убивць, грабіжників, загарбників, яничарів, холоуїв.

Папа Франциск у своєму Посланні з приводу 52-го Всесвітнього дня суспільних комунікацій закликав творити «журналістику миру», журналістику без лицемірності, таку, що не приймає неправду, галасливі заклики та гучні декларації, журналістику «виконану людьми для людей», журналістику як служіння, як «місію» Добротворення. Цей християнсько-гуманістичний заклик вважаю одним з дуже важливих підмурків стосовно розвитку журналістичнознавчої науки і функціонування ЗМІ.

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 журналіст – зловорожість, паніку, істеріку, 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 виступів політиків, журналістського спілкування з читачами, 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 диявольською голкою зла і християнською голкою добра.

янським добром. Адже «моральний нейтралітет» та «етична амбівалентність» є серйозною загрозою української журналістики (Мирослава Барчук). Про це свідчать результати загальнонаціонального дослідження, яке провели Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно із соціологічною службою Центру Разумкова наприкінці 2017 р. Найкращий баланс довіри (перевагу довіри над недовірою) мають волонтерські організації (+37%), Збройні сили України (+37%), Церква (+25%), громадські організації (+4%). Негативну оцінку мають засоби масової інформації України з показником (-6%). Чи можна українським журналістам повернути довіру, авторитет, позитивний вплив? Про деякі аспекти створення доброго імені журналістів мовилося вище. Тут пошлюся на думки експерта Наталії Іщенко, яка слушно наголосила, що треба просто бути чесними – перед собою та перед своєю аудиторією, треба працювати задля розвитку українського суспільства, а не маніпулювати ним заради політичних преференцій або матеріальної вигоди, треба не забувати про честь професії, а не ставати заробітчанами «чого ізволіте».

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. Гібридна війна Російської Федерації проти України спонукає по-новому, не традиційно організувати роботу засобів масової інформації. Вони мають функціонувати на засадах гуманістичного україноцентризму, а не шовіністично-імперського московцентризму.

Нині, під час виборів Президента України, а надалі – Верховної Ради, дуже важливо, щоби кожний журналіст, політик, викладач, студент, кожний громадянин глибоко опановував історичну і сучасну правду, щоби не потонути в улесливій, медоточивій олжі постправди, а мислив, думав, діяв, на засадах україноцентризму, щоби знову не потрапити у московську неволю. Згадаймо імператив Декарта «Думаю, отже живу». Але цього замало. Невідкладно вчімося правильно думати, адже як наголошував Паскаль, «правильно думати це морально-етична норма». Навіть найкритичніше журналістське розслідування має бути насичене енергією українського державотворення, а не спрямоване на знищення незалежності України.

Переконаний, що в нинішніх умовах гібридної війни Російської Федерації проти України «правильне думання» – це україноцентричне мислення, це – україноцентрична позиція, це – україноцентричні вчинки, це – україноцентричні дії, спрямовані на захист, розвиток, утвердження нашої духовно і матеріально багатой соборної української України.

REFERENCES

1. Бойко І. До питання про час заснування Української держави / І. Бойко // Вісник НТШ. 2017. Ч. 58. С. 37-40.
2. Грабовський С. Постмодерна доба, війна і журналістика / С. Грабовський // День. 2014. 17-18 жовт.

3. Жовніренко П. Феномен Орди / П. Жовніренко // День. 2019. 19 лют.
4. Іщенко Н. Програмування українців. Чому нація деградує і як боротися з цим / Н. Іщенко // День. 2019. 7-8 берез.
5. Калюжний Є. Київська Русь – це не Росія / Є. Калюжний // Літературна Україна. 2015. 16 лип.
6. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика: підручник / В. Лизанчук. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 728 с.
7. Лук'яненко Л. Сповідь у камері смертників / Л. Лук'яненко. К., 1991. 124 с.
8. Михайлин І. Л. Журналістика як всевіт: Вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. Х.: Прапор, 2008. 512 с.
9. Мономах В. Поучення / Володимир Мономах. Львів: «Фенікс», 2001. 37 с.
10. Мушкетик Ю. Це повинен знати кожен / Ю. Мушкетик // Слово Просвіти. 2017. 20-27 квіт.
11. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. К.: НІСД, 2017. 496 с.
12. Словник української мови. В. 11 т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. К.: Наукова думка, 1976. Т. 7.
13. Смаглий К. Putinverstehers* вражає провідні мізки світу / К. Смалий // День. 2018. 2–3 листоп.
14. Торба В. Наша зброя – правда / В. Торба // День. 2014. 14–15 листоп.
15. Щодра О. Коли і де виникла Русь: проблеми початкового етапу формування Української державности / О. Щодра. Вісник НТШ. 2017. Ч. 58. С. 31–36.

* Putinverstehers – німецький політичний неологізм (Путін + verstehen), який буквально перекладається «розуміння Путіна», тобто «той, хто розуміє Путіна». Термін застосовують до політиків та експертів, які висловлюють співчуття В. Путіну, тобто, хто каже «так, але ви повинні розуміти позицію Путіна».

JOURNALISTIC TRUTH AND POST-TRUTH IN THE CONTEXT OF THE HYBRID WAR OF THE RUSSIAN FEDERATION AGAINST UKRAINE

Vasyl Lyzanchuk

*Ivan Franko National University of Lviv
General Churprynka Street 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-6995-0360>*

Author determined the terms «true» and «post-truth». According to the Oxford Dictionary, the term «post-truth» relating to a situation in which people are more likely to accept an argument based on their emotions and beliefs, rather than one based on facts. In such an information field, the population believes in non-existent threats and unproven facts, that is, believes in a lie presented by such authority as «Truth».

In the context of the hybrid war of the Russian Federation against Ukraine, the peculiarities of journalistic creativity were considered. The author described the typical components of a hybrid war against Ukraine: creation of internal socio-political contradictions in Ukraine through manipulative propaganda with its powerful continuation in the information-psychological warfare; creating social and economic problems through economic confrontation with the transition to an economic war and counteracting charitable connections of Ukraine with its near and far neighbors; support for national nihilism of Ukrainians, separatism and terrorism up to acts of state terrorism; assistance in the creation of irregular armed units and their equipment.

Anti-Ukrainian intervention is external and internal. That is, in Ukraine there is a war on two fronts: against enemy attack and influence of Russia and its satellites and against the Soviet, oligarchic, corrupt and pro-Moscow forces in Ukraine. The second front is internal aggression, carriers of which are the creators of many broadcasts on TV channels, for example, Inter, News One, 112, Ukraine, ZIK and other commercial, television and radio channels.

Ukrainian media should call Ukrainian heroes – as heroes, the feat of defenders of Ukraine – a feat, separatist betrayal – as betrayal, Russian aggression – aggression. Russia's hybrid war against Ukraine is a war of moral-spiritual, national values, ideological, humanistic landmarks. The current Russian aggression is the determining moment of historical truth.

Key words: truth, post-truth, Russian aggression, information-psychological warfare, manipulative propaganda.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 335–342 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10016>

УДК 007 : 304 : 001

ДІАЛОГ І ДІАЛОГІЧНИЙ ТЕКСТ: ДЖЕРЕЛА, ЗАСАДИ, АДАПТАЦІЯ В МЕДІА

Ірина Табінська

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: maliukiruna23@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8052-5162>

У статті автор порівнює діалог та діалогічний текст, визначає межі спільного та відмінного між поняттями, подає власне визначення дефініції «діалогічний текст», говорить про первинність та вторинність понять. Також описано засади діалогу та діалогічного тексту, які формуються під впливом онтології, і передбачають безкінечну комунікацію. Опрацьовано сучасні теоретичні дослідження на цю тему, на основі яких і зроблені припущення, що діалогічний текст є компонентом діалогу, що поняття між собою не є тотожними. Прослідкувавши за адаптацією діалогу та діалогічного тексту у системі медіа (на основі теоретичних розвідок), автор робить висновок, що праць на цю тему є обмаль, а наукових розвідок про діалогічний текст у медіа немає зовсім.

Ключові слова: діалог, діалогічний текст, медіа, медіатекст.

Питання вивчення діалогу не втрачає своєї актуальності десятки років. Діалог є об'єктом дослідження з лінгвістики, літературознавства, філософії, педагогіки, культурології, психології. Говорять про нього, коли йдеться про міжособистісне спілкування, про внутрішні монологи, про потребу діалогу на різних рівнях: політичному, екуменічному, соціальному. Багатогранність діалогу дозволяє різним наукам адаптовувати його до певних теорій та у якійсь мірі привласнювати. Журналістикознавство не стало винятком. Вивчають діалог як форму, як жанр, але передовсім звертають увагу на діалог як основу для діалогічних текстів. Актуальність таких наукових розвідок не викликає сумніву, оскільки діалог є універсальною формою для спілкування, порозуміння, в основі діалогу закладена комунікація. **Актуальність** статті зумовлена потребою наукового осмислення діалогу та діалогічного тексту в друкованих медіатекстах, їхньої ролі для комунікації між автором та читачем. **Метою** цієї статті є визначення джерел та засад діалогу і діалогічного тексту. Для досягнення мети ми поставили такі завдання:

1. З'ясувати дефініцію понять «діалог», «діалогічний текст». Пояснити спільне та відмінне між термінами.

2. Описати засади діалогу та діалогічного тексту.

© Табінська І., 2019

Наукове керівництво і рекомендація до друку – доц. Дацишин Х. П.

3. Опрацювати сучасні дослідження на цю тему.
4. Прослідкувати за адаптацією діалогу та діалогічного тексту у системі медіа (на основі теоретичних розвідок).
5. На основі опрацьованих джерел дати власне визначення поняттю «діалогічний текст», яке буде стосуватися медійних текстів.

Вважається, що основи діалогу і загалом філософія діалогу були закладені ще за часів Сократа. «Діалог» з грецької мови – це «полеміка», «бесіда», «дискусія». Завдяки діалогу виробляється вміння послідовно міркувати [12, 235]. І. Михайлин подає визначення, що *«сократичний діалог – метод обговорення певного питання на засадах поваги співрозмовників один до одного і спільного пошуку істини... Для сучасної журналістики, яка дотримується моделі соціальної відповідальності й головною метою якої є переведення конфліктів у план дискусії, надзвичайно важливо володіти методом сократівського діалогу, залучати сторони до спільного пошуку істини, шляхів розв'язання обговорюваних проблем»* [9, 128-129].

Основи теорії діалогу були закладені у 20-30-х роках ХХ ст. в працях М. Бубера, М. Бахтіна, Л. Якубинського, Л. Щерби, Є. Поліванова. До їхніх лінгвістичних концепцій, де важливу роль відіграє текст як складова комунікації, звернулися такі українські науковці: М. Зубрицька, А. Юриняк, О. Лапко, О. Сінченко, О. Харитоненко. Діалогічний текст вивчають також Л. Безугла, Л. Дускаєва.

Діалог частіше досліджують у художній літературі, наукові роботи, що стосуються ЗМІ, є поодинокими. Але в обох випадках маємо справу з формулами «Література = автор + текст + читач» та «Журналістика = автор + текст + читач», тому теоретична літературознавча база може частково підходити і для нашої розвідки. Але якщо до уваги брати дослідження з лінгвістики, де діалог – це діалогічний текст, який протиставляється монологічному текстові [3], тобто «діалог» і «діалогічний текст» – це тотожні поняття, то такі підходи до трактування термінів не є для нас фундаментальними.

Для нас очевидним і зрозумілим є те, що діалог може існувати не лише в усній формі. Діалогічність у мові виражається симбіозом смислових позицій, діалог повинен мати декілька голосів, аби вийшла ефективна комунікація. Це є фундаментом для тексту і його першочерговою властивістю. Тексти, окрім двох векторів: адресування та отримання відповіді, можуть містити діалоги у монологічних матеріалах. *«Останні представлені не тільки способами і засобами, запозиченими з усного діалогу, а й засобами, виробленими спеціально в письмовій мові для цього»* [7, 9-10]. Ми погоджуємося з думкою, що кожен монолог є діалогічним, і таким чином не надаємо великого значення лінгвістичним дослідженням, які чітко розмежовують діалог і монолог, оскільки нам недоречно розрізнення цих понять за кількістю комунікантів.

Дослідниця Л. Дускаєва наголошує, що діалог найбільш явно експлікується в діалозі як формі мови, але також пронизує іншу мовну форму – монолог. Відповідно, діалогічність властива не тільки діалогічним текстам на вигляд (де фіксується розмова двох), але монологічним [7: 32]. Цитата М. Бахтіна також цьому підтвердження: *«Яким би монологічним не було висловлювання (наприклад, науковий чи філософський твір), як би воно не було зосереджене на своєму предметі, воно не може не бути і відповіддю на те, що було вже сказано на цей предмет, навіть якщо б та відповідь не отримала виразного зовнішнього вираження...»* [1, 314-315].

У засобах масової інформації комунікація, що й передбачає діалоги, будується з урахуванням орієнтації на групову аудиторію. У цілому автор попри масову спрямованість може вести безпосередньо діалог з кожним читачем. Діалогічність є в різних типах текстів – власне у діалогах, міжтекстових та монологічних ззовні. За дослідницею І. Сметюк, яка висловила думку, що «*монолог – це згорнутий діалог*», можна стверджувати, що у кожному монологі є діалог, і межі їх різниці є розмитими [10].

Згідно з визначенням М. Бахтіна, «*діалог за своєю простотою та чіткістю – класична форма мовленнєвого спілкування. Кожна репліка, якою б короткою та уривчастою вона не була, володіє специфічною завершеністю, виражає певну позицію мовця, на яку можна відповісти і зайняти певну позицію щодо неї*» [1, 310]. Такі зв'язки, на думку вченого, існують між репліками діалогу: пов'язаність питання – відповіді, ствердження – заперечення, ствердження – згоди, наказу – виконання. «*Така взаємопов'язаність можлива тільки між висловлюваннями різних мовленнєвих суб'єктів і передбачає другого (у стосунку до мовця) члена мовленнєвого спілкування...*» [1, 310]. Як зазначає Л. Дротянко, філософія діалогу у М.Бахтіна ґрунтується на розумінні тексту, яке у його концепції має діалогічний характер. За М. Бахтіном, будь-який філософський чи літературний текст можна вважати діалогічним. З його концепції також випливає, що діалог є завжди первинним стосовно тексту [6]. Про первинність діалогу стосовно діалогічного тексту також зазначає Л. Безугла, вона зауважує, що діалог є первинним стосовно діалогічного дискурсу, а ще дослідниця поділяє діалог на функціональний та формальний: «*Діалог на функціональному рівні постає як мовлення у широкому розумінні, яке є підґрунтям мови як суспільного явища. Діалог на формальному рівні становить діалогічний текст, який є результатом реалізації діалогічного дискурсу. Діалогічний дискурс утворюється мовленнєвою діяльністю людини, яка за своєю природою є когнітивно-комунікативною, та результатом цієї діяльності – діалогічним текстом*» [3].

На основі вищезазначених праць можемо підсумувати, що для нас діалог – це не рівнозначне поняття діалогічному тексту, оскільки діалог включає у себе діалогічний текст. Тобто окремий діалог може складатися з кількох діалогічних текстів. Діалогічний текст є компонентом діалогу, відповідно він вторинний, а діалог – первинний.



Словник-довідник для журналістів знайомить з такою інтерпретацією поняття: «*Діалог (грец. dialogos – розмова, бесіда, букв. – слово двох) – інформаційна взаємодія між учасниками комунікації, результатом якої є їх взаєморозуміння. Діалог передбачає почерговий обмін у процесі комунікації функціональними ролями мовника і слухача*» [8, 49].

Діалогічністю не можна назвати звичайний обмін репліками. Діалог – це не розмова «ні про що», це змістовна бесіда, коли вектор розмови направлений у мислений центр, особу, яка «створює онтологію спілкування та розуміє сутнісні аспекти проблеми (об'єкта)» [5, 44]. За Є. Більченко, зведення діалогу до розмови – найпоширеніша помилка вживання даного слова. *«Досвід спілкування та буття, який забезпечує діалог, – не просто ширший за розмову, але й взагалі може не бути розмовою, тобто вербальним спілкуванням двох осіб на засадах «толерантності» з метою досягнення компромісу»* [4].

В. Гордієнко та Л. Копець тлумачать діалог як розмову про сутнісне. За їхніми переконаннями, діалог не може виникати просто як наслідок взаємного обміну репліками (повідомленнями). *«Якщо немає утвореного смислу, який створений дбайливо іншими («володарями сутностей»), то розмова, бесіда, дискусія, суперечка не мають діалогічності, для цього вони мають потрапити в онтологію, що формується і розвивається на шляху до суті. Таким чином, діалог – це спілкування на тлі культури, історії, філософії, логіки. Тож цікаві для учасників активні розмови про несуттєві проблеми називати діалогом не варто»* [5, 44].

Ми погоджуємося, що не всі думки, оформлені у діалог, є тим діалогом, який став об'єктом нашого дослідження. Все-таки діалог, зокрема у медіатекстах, повинен бути розмовою про вартісне і ціннісне, з відповідним тлом, уникаючи буденності та дріб'язкових проблем. Друкований медіатекст не передбачає забезпечення фатичної функції діалогу, «яка реалізується за посередництвом обміну ритуальними формами або навіть цілими діалогами, єдиною метою яких є підтримання комунікації» [13: 363]. Кожен діалог, що зав'язується у друкованих виданнях, є оригінальним, самодостатнім, а іноді і безкінечним. Діалог у друкованому медіатексті зазвичай не забезпечує комунікацію у звичному вигляді. Йдеться про інший вимір діалогу, де через мовно-логічний текст автор говорить з читачем. Засоби творення діалогічного тексту від автора забезпечують існування діалогу як фундаментального і глобального явища.

Комунікативні властивості діалогу зумовлюють специфіку вербалізації смислів у діалогічному тексті, тому є певні дослідження, які стосуються засобів творення діалогу. А якщо точніше, то діалогічного тексту, оскільки, як ми зазначали, діалог складається з діалогічних текстів. Л. Безугла виділяє такі мовні властивості діалогічного тексту (ознаки, засоби діалогізації, маркери діалогічності):

- морфологічні;
- синтаксичні [3].

До перших, на думку дослідниці, варто відносити: адресатні займенники, модальні слова, відсутність дієприкметників і дієприслівників, імперативний і умовний способи дієслова, модальні частки, модальні дієслова в суб'єктивно-епістемічному значенні, деграмадикалізовані форми, перевага особових займенників. До других – повтори, звертання, паратак西斯, вигуки, порушення порядку слів, приєднання, парцеляція, парентетичні звороти, односкладові, неповні й перервані висловлення, мовленнєві штампи, окличні звороти оцінної семантики, приказки, риторичні запитання, метакомунікативні вирази, ствердження й заперечення, еліпсис, комунікативні формули, звуконаслідування [3].

Л. Дускаєва роздумує над діалогічністю газетних текстів, тобто дає часткову інтерпретацію терміна «діалогічний текст»: *«Діалогічність газетних текстів – фундаментальна їх властивість, не просто стилістичний прийом, але їх сутнісна риса,*

яка є текстовим виявленням соціальної природи спілкування. Без цієї властивості публіцистика втрачає свої важливі для ефективності спілкування якості» [7, 17-18]. Діалог значною мірою представлений відповіддю. Відповідь медійних текстів викликана зовнішніми і внутрішніми екстралінгвістичними причинами. «З одного боку, проникнення цих текстів у публіцистичний дискурс, проміжним положенням всякого тексту (всякий текст – реакція на перш висловлене і стимул для подальшого відповіді), з іншого боку, націленістю всякого тексту на передбачення можливих реакцій адресата» [7, 17].

Попри усю гуманітарність діалогів та зв'язків авторів з читачами отримуємо певні важливі формули для їхніх правильних відносин. Діалогічність в сучасних газетних текстах реалізується у взаємодії комунікантів, де, як наголошує науковець Л. Дускаєва, беруть участь, з одного боку, журналіст (Я), з іншого – або масова аудиторія (ВИ), або окремих читач (Ч), як alter ego автора (Я2), або «треті особи (ВИ1) і (ВИ2).

Друга форма відображає адресованість читачеві («Я – ВИ») – пряму (питальну або спонукальну): непряму (у вигляді експресивної оцінки, вказівок на логіку викладу, акцентування важливих моментів змісту). Важливо зазначити, що адресність в цьому випадку теж має «відповідальний» характер, оскільки при її використанні враховуються гіпотетичні особливості подальшого сприйняття тексту.

Третя форма часто зближується з другою, виражає ідентифікацію позицій автора і читача («МИ з ВАМИ»)

Варто зазначити, що ці форми проявляються не тільки у діалогічних текстах, де розмова твориться за участю двох, але й у монологічних, де смислові позиції передаються однією особою – автором [7, 33].

Дослідники часто говорять про те, що діалоги переважно спостерігається у публіцистичних медіатекстах. З цього можемо припускати, що діалогічні тексти переважно трапляються у публіцистиці. Звідси гіпотеза, що у журналістиці є жанри діалогічні та недіалогічні. Тобто діалогічні жанри – ті, де є засоби творення діалогу, діалогічний текст, а разом з тим і діалог, а недіалогічні – це тексти, в яких є речення, об'єднані спільним змістом, проте немає жодного натяку на діалог, відповідно нема діалогічних текстів, ані засобів творення діалогу.

На думку Л. Дротянка, діалог – все частіше поступається місцем колективній (публічній) комунікації, тобто масовій комунікації. За її спостереженнями, засоби масової інформації – телебачення, радіо (особливо FM) – широко впроваджують інтерактивні програми, які передбачають діалог студії з телеглядачами і радіослухачами. «Електронні технічні пристрої дозволяють здійснювати таку інтеракцію, проте рівень культури мовлення співрозмовників у таких діалогах є надзвичайно низьким, як з боку організаторів діалогу, так і глядачів та слухачів» [6]. І хоч діалог у теле- та радіотексті не є об'єктом нашого дослідження, проте погоджуємося стосовно низького комунікативного рівня таких ЗМІ. Відповідно не можемо говорити про діалогічні тексти, зважаючи на те, що діалог не має онтологічного виміру, а виконує тільки фатичну функцію.

Можна стверджувати, що діалог встановлюється вже там, де є процес донесення інформації та процес ознайомлення з нею. «Між автором публіцистичного тексту і його читачем є діалоговий двосторонній контакт, який є саме двостороннім, навіть незважаючи на можливу пасивність реципієнта... Все ж будь-які дії, думки

і адресанта (при написанні та передачі тексту), і адресата (у момент прочитання та осмислення) включені в діалог» [11, 95]. О. Шалімова зауважує важливість діалогічної атмосфери, де автор і читач залучаються за допомогою публіцистичного тексту в єдиний діалогічний простір, і між ними встановлюється загальна діалогова атмосфера. На думку дослідниці, «ця атмосфера є вкрай важливою і дієвою для адекватного ведення діалогу, але варто враховувати, що вона являє собою одночасно і крихке явище. Атмосфера може бути порушена, якщо адресат познайомиться з текстом поверхово, прочитає лише його частину» [11, 96].

Варто зазначити, що важливим чинником для продуктивного діалогу є «рівноправність сторін, які беруть участь у комунікативному процесі» [7, 46], паритет. Саме за відсутності тиску на читача, при повазі до читача з боку автора, при запропонованій докладній розмові народжується бажання йти на контакт, розмовляти, обговорювати, реагувати, а, в кінцевому результаті, і діяти.

Дослідники зазначають, що діалог має сенс не лише тоді, коли учасники є добре підготовленими, а тоді, коли їхні знання є взаємозначущими: кожен знає щось, чого не знає інший. «Діалог спрямований на пошук своїх діалогічних партнерів («хто ще так думає?») та діалогічних опонентів («хто думає по-іншому?»). Діалогічне спілкування є реалізація емоційно та особистісно значущого сподівання, що я не один так думаю. Саме в різноголосці (поліфонії діалогу) полягає його першочергове ціннісне та когнітивне значення» [5, 46-47].

За М. Бахтіним, соціальна сутність діалогу – головна риса цієї форми мовного спілкування, оскільки діалог пронизує всю промову. При цьому діалогічні відносини висловлювань являють собою зміну «смыслових позицій». Смыслова позиція – це вираження життєвої позиції, погляду, певного розуміння факту, явища. У діалозі сходяться дві позиції, між якими і виникають діалогічні відносини [2].

На основі теоретичних вчень можемо сформулювати своє визначення для діалогічного тексту в медіа. На нашу думку, це оформлена у текст смыслова позиція автора, яку він намагається подати читачеві, використовуючи засоби творення діалогів. Діалогічних текстів у самому тексті автора може бути кілька. Всі вони діалогують зі смысловими позиціями читача, відповідно забезпечують повноцінний діалог.

Вектори діалогу завжди спрямовані на іншого. Природа слова така, що воно завжди хоче бути почутим. На думку М. Бахтіна, слово завжди шукає потрібне розуміння і ніколи не залишається на одному рівні, а продовжує шукати все глибше розуміння. «Для слова (а отже, й для людини) немає нічого страшнішого, ніж безвідповідальність. Почутість як така – вже діалогічне відношення. Слово хоче бути почутим, мати відповідь і знову відповідати на відповідь, і так *ad infinitum*. Воно вступає у діалог, який не має смыслового завершення» [2, 322]. Якщо слідувати вченням М. Бахтіна, то впливає, що діалог ніколи не закінчується, відповідно діалогічні тексти в медіа завжди є відкритими для читача. Сучасний діалог стає фундаментальною категорією, яка потрібна для інтерпретації усіх аспектів людського буття. «Діалог потрібно вести постійно і з усіма науками», оскільки діалог уже не літературний жанр, а буття свідомості [12, 235].

Вчень про діалог є чимало, оскільки його витoki сягають давніх часів, але обмаль досліджень, які безпосередньо стосуються діалогів у медіатекстах. Зазвичай науковці визначають діалог не тільки як розмову двох, не як звичайну комунікацію, але як онтологічну основу, як смисл буття, як безперервну комунікацію людства.

Діалогічні тексти науковці-лінгвісти протиставляють монологічним текстам, проте, зважаючи на вчення М.Бахтіна, що кожен монолог є діалогом, варто розглядати їх як компонент діалогу. Також для вивчення діалогу і діалогічних текстів потрібне усвідомлення, що вони не тотожні поняття, що діалог є первинним, а діалогічний текст – вторинним. На основі теоретичних досліджень даємо власне визначення, що діалогічний текст у ЗМІ – це смислова позиція автора, яку він оформлює у текст і подає читачеві, використовуючи засоби творення діалогів. Зважаючи на те, що не всі медійні тексти містять діалог, можемо припускати, що існують діалогічні та недіалогічні жанри журналістики, тому наступні розвідки будуть стосуватися глибшого і детальнішого дослідження цієї гіпотези.

REFERENCES

1. Бахтін М. Висловлювання як одиниця мовленнєвого спілкування / Михайло Бахтін // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. Львів : Літопис, 1996. С. 308-317.
2. Бахтін М. Проблема тексту в лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках / Михайло Бахтін // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. Львів : Літопис, 1996. С. 318-323.
3. Безугла Л.Р. Діалог, діалогічний текст та діалогічний дискурс / Л.Р. Безугла // Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна / Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. Харків : Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 1964. N867 : Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Вип. 60. 2009. С. 6-11.
4. Більченко Є. В. Діалог як логос феномена «Між» : по той бік принципу розмови / Є. В. Більченко // Поліфонія діалогу в постсучасній культурі : збірник наукових праць / упор. : С. М. Садовенко, Л. В. Терещенко-Кайдан. К. : НАКККиМ, 2013. С. 21-35.
5. Гордієнко В. І., Копець Л. В. Концептуальні засади дослідження діалогу / В. І. Гордієнко, Л. В. Копець // Наукові записки НаУКМА. Т. 136, Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота / Національний університет «Киево-Могилянська академія». К. : ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2012. С. 42-48
6. Дротянко Л. Г. Філософія діалогу в культурі інформаційної ери / Л. Г. Дротянко // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія. 2015. № 1. С. 19-22. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2015_1_6
7. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М.Н.Кожиной / Л.Р. Дускаева. СПб. : Изд. 2-е, доп., испр. СПбГУ: Филол. факультет, 2012. 274 с.
8. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. К. : Академвидав, 2013. 320 с.
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. / І. Л. Михайлин. К. : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
10. Сметюк И.Н. Диалогический текст: коммуникативно-динамический и лингводидактический аспекты: (на материале английского и русского языков) : Дис... канд. филол наук. / И.Н. Сметюк. Пермь, 1994. 20 с.

11. Шалимова Е.В. Автор – публицистический текст – читатель / Е.В. Шалимова // Современная пресса : теория и опыт исследования / Под ред. Л.Л. Реснянской, Т.И. Фроловой. М. : ВК, 2007. С. 94-99
12. Шальман Т. М. Філософсько-комунікативні особливості дискурсу / Т. М. Шальман // Наукові записки Інституту журналістики : Т. 26 Січень – березень / Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К. : Видавництво Інституту журналістики, 2007. С. 235-239
13. Якобсон Р. Лінгвістика і поетика / Роман Якобсон // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М.Зубрицької. Львів : Літопис, 1996. С. 357-377.

DIALOGUE AND DIALOGICAL TEXT: SOURCES, BASES, ADAPTATION IN MEDIA

Iryna Tabinska

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: maliukiruna23@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8052-5162>

In this article the author compares the dialogue and the dialogical text, defines the boundaries of the common and distinct terms, provides the actual definition of the term «dialogical text», speaks of the primacy and secondaryness of concepts. Also described are the principles of dialogue and dialogical text, which are formed on an ontological basis, that is, infinite communication. The author worked out modern theoretical research on this topic, on the basis of which it was assumed that the dialogical text is a component of the dialogue. Following the adaptation of dialogue and dialogical text in the media system (based on theoretical research), the author concludes that there is little work on this topic, and there is no scientific research on dialogical text in the media at all.

Usually, scientists define the dialogue not only as a conversation of the two, not as an ordinary communication, but as an ontological basis, as the meaning of being, as the continuous communication of mankind. Dialogical texts by linguists are in contrast to monologues, but, given the doctrine of Bakhtin that every monologue is a dialogue, one should be seen as a component of dialogue. Also, for the study of dialogue and dialogical texts, we need to realize that they are not identical terms that the dialogue is primary, and the dialogical text is secondary. On the basis of theoretical studies, we give our own definition that the dialogical text in the media is a semantic position of the author, which he drafts in the text and gives to the reader, using means of creating dialogues. Given that not all media texts contain a dialogue, we can assume that there are dialogical and non-dialogical genres of journalism, so the following intelligence will apply to a deeper and more detailed study of this hypothesis.

Key words: dialogue, dialogue text, media, media text.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 343–350 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10017>

УДК 07:070.11]:316.48

ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЗМІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ

Тетяна Хоменко

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: homenko.tet@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2917-3469>*

У статті йдеться про деякі проблеми, з якими зіштовхуються журналісти, коли доводиться висвітлювати непрості конфліктні та кризові періоди в житті людини, країни, суспільства загалом. Зокрема, автор бере до уваги той факт, що кризи – це своєрідне входження в смугу загострення конфлікту, а, отже, журналіст як медіатор суспільного діалогу має надавати спільноті інформацію так би мовити на випередження, з метою уникнення конфлікту або ж вирішення його на різних рівнях (політичному, економічному, соціокультурному, особистісному) суспільного життя через якісний аналіз і оцінку конфліктної ситуації.

Ключові слова: медіа, діалог, криза, конфлікт, журналістська етика.

Постановка проблеми. Передовсім **актуальність** обраної теми варто окреслити кількома параметрами. По-перше, упродовж життя ми стикаємося з різноманітними кризовими явищами і на особистісному рівні, і на рівні налагодження діалогу з іншими. Окрім того, не оминають нас і кризи економічні, політичні, демографічні, в культурному житті, кризи суспільні, а також різноманітні надзвичайні ситуації. Але треба пам'ятати, що криза – це входження в смугу загострення конфлікту, особливо це стосується комунікативних потоків, в яких чи не першочергову роль виконують ЗМІ, які й самі можуть спричинити конфлікт чи опинитися в ньому. ЗМІ – це частина реалій нашого життя, а їхня діяльність має бути конструктивною, оскільки, і це – по-друге, часто для виходу з кризової ситуації, правильного її аналізу та оцінки потрібен медіатор. У контексті нашої теми таким медіатором можуть і навіть мають бути засоби масової інформації, які створюють толерантний інформаційний простір, в якому кожна подія висвітлюється через призму ґрунтовного аналізу, фахових коментарів, а не лише стає доповненням новинної стрічки подій. Дозвільний споживач інформації сьогодні, з одного боку – має доступ до найрізноманітніших медійних джерел, а з іншого – ризикує розгубитися і загубитися не лише в тематичному розмаїтті, але й в плюралістичному потоці правд, напівправд і відвертого маніпулювання свідомістю. По-третє, саме коли йдеться про стандарти журналістської діяльності, доводиться констатувати той факт, що найчастіше і редакційні колективи, і самі журналісти, якщо говорити про обов'язок відповідальності працівників медіа, керу-

ються здебільшого кантівським «моральним законом у собі», чого інколи замало, бо і йому також можна надати маніпулятивного звучання. Тож деонтологічна проблема свободи вільного вибору за таких умов набуває особливого звучання: толерантний вибір журналіста має бути на боці правди, це по-перше, а по-друге, вибір професійного журналіста має спиратися на поняття колективного добра, без корисливого трактування такого вчинку. Звісно, у цьому вагомою підтримкою будь-кого з журналістів могли би бути виписані редакційні кодекси, проте цей вид регламентації роботи журналіста, на жаль, не набув популярності.

Зате останнім часом, особливо впродовж 2014-2016 рр., журналісти самі, і це позитивний факт, з особливою увагою переглядають стандарти журналістської діяльності, діляться досвідом на медіафорумах, семінарах, тренінгах та майстер-класах.

Огляд літератури. Також варто зауважити, що висвітлення позиції журналіста у кризових/конфліктних ситуаціях, дотримання професійних стандартів у динамічній системі інформаційного забезпечення різних сфер суспільного життя досліджували і досліджують у різних ракурсах українські і закордонні науковці, зокрема О. Голуб [1], М. Житарюк [2], І. Земляна [3], М. Зубарева [4], Дж. Лалл [5], Й. Лось [6], І. Михайлин [7], Г. Почепцов [8], В. Різун [9], О. Чапала [10] та ін.

Невирішені раніше проблеми. Сьогодні нагальною є потреба об'єднати зусилля практикуючих журналістів, медіаекспертів, науковців, журналістикознавців для вироблення інформаційної, аналітичної, пропагандистської та деонтологічної стратегії діяльності ЗМІ у конфліктно-кризових ситуаціях.

Мета статті – розглянути межі толерантностей ЗМІ в конфліктно-кризових ситуаціях і те, як самі журналісти визначають для себе професійний стандарт у деонтологічному зрізі цього поняття.

Основний виклад. Чи не найбільша кількість досліджень, пов'язаних з висвітленням ролі ЗМІ, поведінки журналістів у кризових ситуаціях з'явилась протягом 2014-2016 рр. Звісно, це було зумовлено неабиякою увагою світової та української аудиторії до подій в Україні. Відповідні інституції, групи журналістів, медіаексперти оприлюднили протягом цього часу кілька досліджень, які заслуговують на увагу і дотичні до теми нашого дослідження, оскільки також порушують між іншим питання етичного й деонтологічного характеру. Щоправда, варто зауважити, що й самі дослідження і журналісти, які були залучені до них, і незалежні медіаексперти, і так би мовити сторонні спостерігачі інколи в поняття «кризова ситуація» вкладали різний зміст.

«Україна живе в перманентній кризі, яка ризикує прийняти катастрофічний характер, якщо в ситуацію не втрутяться об'єктивні ЗМІ», – написав в 2016 році німецький політолог О. Вайнберг [11]. Саме він слушно зауважив і той факт, що дуже часто різні кризи підсилюють одна одну і розглянув одну з них саме як конфлікт. Зокрема, йдеться про конфлікт, що загальмував процес створення суспільного телебачення і спричинив кризову ситуацію у сфері громадського мовлення. В подальшому дослідженні О. Вайнберг слушно зауважив, що саме розмови про кризу перетворюють її на повсякденність. Тобто, «чим більше ми чуємо це слово, тим більше ми звикаємо до нього. Але чи ми звикаємо до слова “криза”, чи звикаємо до самого явища, чим би воно насправді не було? Незважаючи на те, що розмови про кризи зазвичай містять невизначеність, такі розмови також містять заклик до дій. Кризи роблять дійових осіб здатними змінювати політичні, економічні або соціальні системи у способи,

що раніше вважались неможливими. Звичайно, перш за все можна поставити питання, як з'явилась сучасна версія терміну. В контексті нинішніх подій в Україні, очевидно, що поштовхом стала відмова тодішньої влади від Угоди про асоціацію з Європою наприкінці 2013 року. Вона призвела до протестів, насильства з боку режиму, анексії Криму та військового конфлікту на сході України». Ці міркування політолога зрештою пояснюють і той масив наукових і журналістських досліджень, спрямованих на з'ясування ролі, місця і толерантностей ЗМІ у кризових/конфліктних ситуаціях. Саме потреба протидіяти російській агресії змусила журналістів і журналістикознавців переглянути баланс пропагандистських смислів, інформаційних посилів і визначитись з вартісними пріоритетами у висвітленні тих конфліктно-кризових явищ, які становлять сьогодні предмет дослідження і обговорення.

Тема висвітлення у засобах масової інформації кризових явищ сьогодні набуває особливого звучання, а відтак і численних досліджень, завдяки яким, власне, в науковому, і не лише, обігу з'являються нові терміни, на кшталт «кризові комунікації» [12], «антикризові комунікації» [13], «мова ворожнечі», «конфліктно вразливі групи» [14], «гуманітарні комунікації» [15]. Така інформаційно-мовна парадигма сьогодні притаманна і журналістським матеріалам і, відповідно, журналістикознавчим дослідженням. Окрім того, вочевидь, вона є частиною нових форм подачі пропагандистських матеріалів, які набирають нових інформаційно-лексичних форм і є свідченням того, що в інформаційному просторі, з огляду на події на Сході України і в Криму, також відбулась своєрідна криза пропаганди, яка, на думку Г. Почепцова, «вийшовши з моди, отримала безліч інших назв, щоб не називатися пропагандою. Це довгий список: інформаційна війна, психологічна війна, м'яка сила, стратегічна комунікація, ідеологічна війна, війна ідей, операції впливу, публічна дипломатія... Причому цікаво, що ідеологічна війна, війна ідей, операції впливу з'явилися як наслідок настання довгої війни, коли виявився затребуваним досвід війни холодної. Тобто відбулося певне повернення до минулого» [16].

Г. Почепцов, розмірковуючи про завдання комунікантів у ситуації отримання, надання і сприймання інформації, наголошує на ролі ЗМІ як вагомого комунікатора і вказує на те, що завданням комунікатора є інтерпретація ситуації в потрібному ракурсі. Водночас він вказує, що інформаційне поле «знає суттєвих трансформацій, коли стикається з полем реальностей» [8, 17]. На шляху перетворення реальної події до інформації, а згодом – інформації до реалій життя, часто відбувається підміна фактів і коментарів. Особливо чітко виявляється це сьогодні, коли йдеться про пропагандистські інформаційні сили РФ, які російська аудиторія сприймає як істину в останній інстанції, не вдається до критичного осмислення та аналізу інформації, не оцінює інформацію як таку, реалії її створення і мету призначення – коли інформація є вторинною, а коли мета її побутування в реаліях життя первинна. Це чи не найпевніший крок до когнітивного дисонансу та кризи світосприйняття, а відтак, і до викривлення приватного поля інформаційного співвідношення реального і накиненого віртуозним інфотворенням реального.

Динаміка формування інформаційних потоків сьогодні почасти деструктивно впливає на формування цілісної і об'єктивної інформаційної візії у конкретній аудиторії. Тут варто пам'ятати, що бути поінформованою бажає аудиторія різного віку. Особливо сьогодні, в контексті кризи нерозуміння між старим і новим, тобто між поколінням радянських часів, старшим поколінням, яке має досвід переживан-

ня імперії Слова часів Радянського Союзу (Г. Почепцов), коли ЗМІ призводили до конфлікту між вербальною та візуальною інтерпретацією (а візуальну інформацію масова свідомість завжди сприймала як найбільш правдиву) [8, 18], і поколінням нового мислення, нових інформаційних можливостей, свободи довільного, часто надто вільного, інтерпретування будь-якої інформації. Ця молодіжна аудиторія, власне, і є тим контингентом, який також добре орієнтується в нових реаліях через ширші можливості доступу до медіаконтенту, через ширше коло спілкування, завдяки соціальним мережам, можливостям навчатися за кордоном, подорожувати, але водночас це ті, хто (власне на хвилі ширших можливостей) не завжди враховує попередній інформаційний контекст, тобто своєрідні «уроки минулого».

Питання правильного і помилкового (неправильного), позитивного і негативно-го – це також ті дихотомічні пари, які сьогодні зазнають смислової кризи. Сьогодні постає перед проблемою вибору в інформаційному полі, і цей вибір – дражливе питання для багатьох, оскільки множинність комунікативних векторів і кризові потрясіння можуть у підсумку сприяти викривленню реальності, розгубленості аудиторії, яка намагається відшукати істинний смисл серед натяків, підтекстів, фейків і тролінгу. ЗМІ повинні враховувати проблемність вибору споживача інформації, аби уникати конфліктів, запобігати їм, знаходити шляхи виходу з конфліктних ситуацій (особистісні вони чи суспільні), які своєю чергою призводять до ситуацій кризових (або криз): з одного боку, відповідно, моральних, духовних, гендерних, психологічних, а з іншого, коли говоримо про кризові суспільні ситуації, то це – економічні, політичні, соціокультурні, мілітарні, медійні, та на релігійній основі.

Варто згадати й про структурні кризи, до яких можуть призводити, зокрема, міжнаціональні, міжкультурні, міжконфесійні конфлікти, кризовість виборчого процесу та ін.

Широка аудиторія споживачів інформації не завжди спроможна оцінити складність роботи медіапрацівників та й загалом ЗМІ в умовах постійного вибору якнайкращих шляхів фахового аналізу, коментування та оцінювання усіх цих процесів. А отже чи не найважливіше завдання ЗМІ – запобігати *загостренню* будь-якого конфлікту й уникати конфлікту інтересів (і не лише внутрішньомедійного, але й такого, який, вийшовши за межі редакції, провокує недовіру до засобу масової інформації та його працівників).

Все це відображається в площині конфліктних ситуацій, які потребують постійного, тобто перманентного толерантного діалогу сторін, що вступили у фазу суперечностей, які можна подолати лише через діалог. Адже суперечності зазвичай структурно складні, багатоступеневі, вирішення одних часто провокує смислове зіткнення інших, навіть суперечливих, протилежних поглядів, діалогічне примирення яких може призвести до структурної цілості, але в плюралістичному зіткненні різних поглядів однаково не веде до остаточної перемоги одного з них. Тобто, з одного боку, ЗМІ сприяють діалогізації процесу виходу з кризи, мінімізують протиріччя, а з іншого, розставляючи всі крапки над «і», остаточний висновок залишають за аудиторією. І в цьому комунікативному процесі діалог можна прирівняти до постійного розвитку у прагненні віднайти істину. Потреби, очікування, зацікавлення аудиторії різні. Як різна й аудиторія: одна, пасивна, яка живе за принципом «моя хата скраю», інша – активна, небайдужа до долі країни і водночас хоче бути почутою. Отже, ЗМІ, щоб залишатися в процесі плідного діалогу, потрібно вміти слухати, бо, як пише го-

ловний редактор часопису «Guardian» Кетрін Вінер: «У бурхливу епоху ЗМІ повинні визначити свої цінності та принципи. У той момент, коли люди втрачають віру в свою здатність брати участь у політиці і в те, що будуть почутими, засоби масової інформації можуть відігравати важливу роль... Якщо журналісти стають далекими від життя інших людей, вони пропускають історію, і люди не довіряють їм» [17]. Тож діалогізація інформаційного простору, як умова формування довірливого обміну якісним і конструктивним контентом, є тією цінністю, яка підсилює довіру до ЗМІ, збагачує порядок денний журналістики загалом, змінює шаблони мислення, стимулює громадянську активність. Медіа як елемент громадянського суспільства формують публічний масовий дискурс і тому зобов'язані підтримувати суспільний діалог на принципах толерантності.

Українські журналісти розуміють свою роль у висвітленні кризово-конфліктних ситуацій, особливо сьогодні. Скажімо, предметом дослідження «Спеціального звіту» [18], в якому йдеться про висвітлення конфлікту на Сході України в українських медіа, є цінності, установки і журналістські практики, поширені в редакціях. Звіт підготувала ГО «Детектор медіа» в рамках проекту, що здійснювався у партнерстві з Офісом Координатора проектів ОБСЄ в Україні за фінансової підтримки Посольства Великої Британії в Україні. Керівник дослідницької групи Д. Орлова зазначила, що у дослідженні взяли участь журналісти і редактори, які безпосередньо висвітлювали теми, пов'язані з конфліктом. Передовсім дослідницька група наголосила на вкрай важливих у цій ситуації аспектах:

- плюралізм у підходах до висвітлення конфлікту та відсутність універсальних правил;
- відсутність прописаних редакційних практик (щоправда, це стосується й висвітлення інших тем), через що саме професійні стандарти, а не політика редакцій стають предметом інтерпретації журналістів, які змушені спиратися на «власний досвід та знання, а не на редакційні настанови» [18, 3].

Зауважено було й психологічну проблему, з якою стикаються журналісти: складність об'єктивного висвітлення через перебування над ситуацією, через відчуття співпричетності, і відчуття непевності щодо можливості дотримання стандартів без шкоди для країни.

Серед психологічних чинників висвітлення конфлікту слушно названо було й емпатію, яка виникає в процесі спілкування з військовими, волонтерами і є позитивом у діалозі, скерованому на аудиторію. Водночас проблемою залишається той факт, що у фокус уваги рідше потрапляє інша сторона конфлікту: лояльні і нелояльні до української влади, до уряду, які гірше йдуть на контакт; ті, хто постраждав чи мав причетність до конфлікту, тобто «конфліктно вразливі групи населення», як про це зазначає Інститут масової інформації в порадах для журналістів [14]. Але водночас це та група населення, яка *не діалогізує* із суспільством або відчуває брак суспільної уваги до себе. Цю проблему дослідницька група «Детектор медіа» пояснює так: «Брак теми діалогу в медіа пов'язаний із відсутністю чітко артикульованої державної політики щодо майбутнього окупованих територій та мешканців цих територій. За таких умов більшість журналістів не готові брати на себе відповідальність за просування ідеї діалогу, хоча готові такий діалог висвітлювати» [18, 19].

Але суб'єктивно побачити ситуацію і об'єктивно її висвітлити – робота відповідальна. Неупереджено аналізувати всі факти, щоб не спричинити загострення

конфлікту і переростання його у фазу кризовості чи навіть катастрофічності, а допомогти вирішити його – також потребує неабиякої мобілізації інтелектуальних, емоційних, моральних зусиль, щоб, з іншого боку, ані журналіст, ані ЗМІ самі не опинилися в центрі конфлікту. Це питання неодноразово порушували також автори проекту «Конфлікт у медіа і медіа в конфлікті: донесення дражливих питань через засоби масової інформації» [19], маючи на меті показати, що українське суспільство спроможне вирішувати конфлікти, завдяки якісному їх висвітленню у засобах масової інформації і залученню широкої аудиторії до розбудови толерантного загальнонаціонального діалогу.

Висновки. З усього сказаного випливає, що толерантність ЗМІ в умовах кризових ситуацій – це так би мовити цілий комплекс толерантностей, а саме: толерантне ставлення до споживачів інформації; толерантність надавача інформації, толерантне ставлення до нього і толерантне використання цієї інформації, толерантне використання ексклюзивної інформації, а також неупереджені визначення причин і рівнів кризовості у суспільстві та діалогічне їх вирішення. Журналістика сьогодні має бути живим, чутливим організмом, який функціонує не понад ситуацією, а в її глибинах, переживає ту саму стурбованість перед кризами, що й кожен з реципієнтів. Обов'язок відповідальності сьогодні справді є тим вартісним компонентом, який робить вартісною і роботу медійників. Щоденне обговорення будь-яких конфліктно кризових ситуацій без аргументованого обміну думками – це популізм. Бути над ситуацією із розумінням цієї ситуації – почасти краще, ніж залишатись нібито нейтральним. І те, що сьогодні журналісти відкрито про це говорять, свідчить про їхній професіоналізм і розуміння місії свого призначення.

REFERENCES

1. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практич. посібник / Інститут масової інформації / О. Голуб. К. : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
2. Житарюк М. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник / М. Житарюк. Львів : ЛНУ імені Франка, 2008. 244 с.
3. Земляна І. Журналіст і (НЕ) безпека. Посібник для журналістів, які працюють в небезпечних умовах / Інститут масової інформації / І. Земляна. Київ: Інститут масової інформації, 2016. 194 с.
4. Зубарева М. Робота з ЗМІ в кризових ситуаціях [Електронний ресурс] / М.Зубарева. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2350>
5. Лалл, Дж. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід / Джеймс Лалл. К., 2002. 264 с.
6. Лось Й. Публіцистика й тенденції розвитку світу (львівська школа журналістики) : навч. пос. для вузів / Й. Лось. Львів : Вид-во Львів. ун-ту ім. І. Франка, 2007. 373 с.
7. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. К. : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
8. Почепцов Г. Информация и дезинформация / Г. Почепцов. К. : Эльга Ника-Центр, 2001. 256 с.
9. Різун, В. Природа й структура комунікативного процесу [Електронний ресурс] / В. Різун. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>

10. Чапала О. Засоби масової інформації в протидії кризовим явищам у суспільному житті / О. Чапала // Наше право. Ч. 7. 2014. С. 84-87.
11. Вайнберг О. Криза і ЗМІ: як політичний клінч в Україні гальмує конкретні реформи [Електронний ресурс] / О.Вайнберг. – Режим доступу : <https://voxukraine.org/uk/how-the-ukrainian-crisis-plays-out-in-the-public-media-sector-ua/>
12. Овсяник В. Кризові комунікації в умовах надзвичайних ситуацій [Електронний ресурс] / В. Овсяник // Вісник НАДУ при Президентів України. Сер. «Державне управління». 2018. Ч. 2. С. 105-111. – Режим доступу : <http://visnyk.academy.gov.ua/pages/dop/79/files/0faf032f-49a3-4e41-abde-1a8f185d8ea4.pdf>
13. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади [Електронний ресурс] : Частина 2. – Режим доступу : <https://imi.org.ua/advices/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikov-komunikatsiynih-struktur-v-organah-vladichastina-2/>
14. Як висвітлювати конфліктно вразливі групи населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://imi.org.ua/advices/yak-visvitlyuvati-konfliktno-vrazlivy-grupinaseleennyu-infografika/>
15. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. К.: «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.
16. Почепцов Г. Світ базується на інформації та будується нею [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. 3 лют. 2019. – Режим доступу : https://dt.ua/internal/u-gluhih-lisah-socmedia-301473_html
17. Viner K. A mission for journalism in a time of crisis [Electronic resource] / K. Viner. – Available from : <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>
18. Висвітлення конфлікту на Сході в українських медіа. Спеціальний звіт. К. : ГО «Детектор медіа». 19 с.
19. Медіа про конфлікти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalism.usu.edu.ua/navchannya/zhurnalistika/media-pro-konflikti/>

TOLERANCE OF MASS MEDIA IN CHRISIS

Tetiana Khomenko

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: homenko.tet@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2917-3469>

The article deals with problems the journalists face while enlightening difficult conflicts and critical periods in the life of any man, country, or society in general. The author takes into consideration the fact that crisis can be seen as a kind of aggravation of the conflict. This is why journalists, being mediators of social polylogue, are supposed to provide the society with valid information in advance, as we may say, in order to avoid conflicts, or in order to resolve it at various levels (political, economical, sociocultural, private etc) of social life by the means of qualitative analysis and estimation of the conflict. During our life we face with various crises at our personal level. While trying to establish dialogues with others, global crises sometimes appear to be unavoidable. This is when a so-called mediator is required in order to deal properly with critical situation and to find proper solution to it. In the context of current topic Mass media is considered to play a role of such mediators. In the mean time, every reader has free access to any information, on the one hand, and on the other he risks of getting lost and confused not only in the thematical variety, but in pluralistic flow of various kinds of verities, semi-verities, and direct manipulations. In such circumstances deontological problem of freedom and free choice concerning formation of the field of information, its analysis, as well as acquaintance of the readers is very important. The tolerant choice of the journalist is supposed to be at the side of truth at all times, and in addition to this, the choice of professional journalist should rely on the notion of common good and be deprived of prejudiced presentation of information. Definitely, in this case established codexes for journalists would be of utmost importance. Unfortunately, this type of work regulation has not acquired popularity. But today the journalists themselves, relying on their personal experience, provide their colleagues with such recommendations, namely at mediaforums.

Key words: media, dialogue, crisis, conflict, journalistic ethics.

НОВІ МЕДІА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 351–359 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10018>

УДК 070:323.2

SOCIAL NETWORKS AS A FACTOR OF POLITICAL MOBILIZATION

Olena Porpulis

*Odesa I.I. Mechnikov National University,
Dvoryanska St, 2, Odesa, 65082, Ukraine*

e-mail: porpulis@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-5118-305X>

To answer the question of the form of participation used by Ukrainians before the upcoming presidential election, whether they demonstrate their participation in the political processes of the country and how there is political mobilization in social networks, we analyzed 5829 posts posted on Facebook. The conducted studies suggest that there is the formation and ripening of politically active account holders on Facebook, capable of producing, selecting and disseminating politically oriented information, creating politically colored content and controlling the transformational vicissitudes of the political process.

Key words: social networks, account, political activity, political mobilization, leisure practice.

Innovations and achievements of the last decades in technological, and as a result, in informational and communicational spheres, have brought about significant changes to the lives of millions of people. The instantaneous and «pandemic» attachment to global networks, the frequency, and prevalence in the use of mobile devices, gadgets, and devices have radically changed the formats of sharing social information. Gradually, social networks gained the status of an organic and inalienable companion of everyday life in the 21st century. In this context, taking into account the views of scholars, which are represented in multidisciplinary concepts, we offer an interdisciplinary definition of social networks: under social networks we understand special Internet technologies, the main task of which is to simplify the production and distribution of information among users in the form of participation in virtual Internet-communities. The emphasis on Internet technologies as a prerequisite for the emergence, existence, and functioning of social networks is made due to the fact that computers and mobile telecommunication devices provide access to the investigated phenomenon. When interacting with social networks, agents engage in the development and operation of multimedia, interactive platform, which in turn allows you to share, create, discuss, and modify information (content) produced by the user or groups of other users. The latest information and communication technologies have affected

political activity and political mobility of people. We regard political mobility as «a process in which, thanks to the formation of new parties and other political institutions on the political arena, broad segments of the population are derived» [5, p. 146]. On the one hand, technological changes have enabled a person to independently determine the degree of political mobility (for example, when planning the time «for himself», the actor of a social network at his discretion determines the limits of working time and free time, which can be spent on leisure, charity, political activity, and etc.). On the other hand, technological innovations are capable of changing the nature of political mobilization, by creating new types of politically active/passive practices, improving forms of participation in political decisions/events. Therefore, the study of problems and trends created by the influence of social networks on political mobilization in the new socio-cultural, informational and communication conditions is highly relevant.

The purpose of the study is to determine, based on the analysis of theoretical sources and empirical data, whether social networks are used to represent the degree of political activity among Ukrainian users of Facebook, to find out the potential of social networks in terms of political mobilization processes at the current stage of Ukrainian society development.

Social networks and network communities are the study subject for a certain number of domestic researchers: N. Bilan, B. Valuha, L. Gorodenko, D. Gubanov, D. Ivanov, S. Konoplytsky, O. Matveyeva, K. Obukhov, I. Panchenko, R. Selyesnev, Y. Skripak, O. Shevchuk, O. Chizhik etc. The problem of «political mobilization» and the issues related to it are explored by M. Holovaty, S. Danilenko, O. Kartunov, T. Kremen, L. Nagorna, O. Reznik, O. Tkach, M. Shulga, V. Tsyvuh, and others. The presentation of the «political mobilization» phenomenon in sociological, political science, social and communication studies does not solve the problem, unfortunately, regarding the mobilizing potential of social networks in different processes taking place in the Ukrainian political life nowadays.

The current state of research of the social networks phenomenon is devoid of unanimity in determining their importance and weight in society. So, trying to «better understand what place is occupied by social networks in modern society» [10, p. 127], R. Seyelynev and E. Skripak find out the uniqueness of social networks' influence on society. And this uniqueness, according to researchers, lies in the ambivalence of this influence. On the one hand, the introduction of social networks contributed to the fact that random, ephemeral, unstable human contacts and connections have become permanent and sustainable. But, on the other hand, with the increase of people in the virtual world, social connections are becoming more and more fleeting and short-lived [10, p. 127]. Accordingly, the structure of the social network as a social structure is formed from a set of nodes, which are social groups, people, individuals [2, p. 29], as a result, we have a system of friends or a system of groups. The current statistical landscape of a social network allows you to observe the behavior of the audience through studying and researching its reaction to informational messages, which, appearing in the accounts of actors of the social network, belonging to one system of friends, form, so to speak, the agenda of search aggregates. By getting into the various TOPs they reflect the public mood of the population. Social networks demonstrate vectors for understanding the system of values and traditions in society, allow you to feel the tendencies of mood and preferences in the social environment. Researchers emphasize that social networks today acquired a fundamentally new meaning for society: «they are a tool for modeling human behavior and the formation of personality» [13, p. 67].

We are talking about the ability of a social network to organize and format its own audience in accordance with individual selection criteria, while the core of a social network would consist of individuals who share the similar and identical mood, ideas, views, and thus form a social subgroup. The activity of such a subgroup can be estimated by the number of reposts in social networks, according to the rating of the informational message in the TOP of aggregates, by the presence/absence of comments and likes.

By emphasizing the growing interest in social networks over the last decades, M. Gandaloyeva proves that this phenomenon has socio-cultural and political potential. The author singles out the properties of social networks, which prove their socio-cultural nature: the creation of a special 'virtual' culture, the generation of the «Olbanian language», the emergence of virtual addiction, a significant influence on formation and development of values, moral and ethical guidelines of youth, etc. [3, p. 19-20]. As a political phenomenon, according to M. Gandaloyeva, social networks are a relatively new tool of political communication: «New methods and technologies come into politics. Gradually, social networks become regularly used, and sometimes they become the most beloved tool of politicians» [3, p. 21]. When recognizing the potential of social networks' influence on public policy, O. Krestinina and Y. Chernyshov suggest, on the basis of the target orientation, the conditional division of the politicized groups represented in social networks into three categories: 1) communicational – aimed at the exchange of opinions; 2) informational and propagandist; 3) consolidation – association of like-minded people [7, p. 293]. At the same time, the authors note, «the most successfully implemented are consolidation, informational and propagandist functions» [7, p. 293]. Accordingly, researchers distinguish three trends in the use of social networks in the political struggle: 1) use of blogs to inform, consolidate supporters and coordinate their actions; 2) propaganda and justification of their own ideas; 3) counter-propaganda, combat against political opponents [7, p. 289]. Let's add that scientists warn against exaggeration and overestimation of the social network's role in shaping the social mood of society: joining a politicized group in a social network does not at all mean the readiness of an individual to act; Participation in a group does not necessarily involve lively discussions, detailed discussions which only shows its superficiality and fragmentation, demonstrates unnecessary subjectivity in assessing a situation/problem/issue, etc.

Political mobilization, according to O. Bezruk, is based on political participation or political activity: «Mobilization can be considered as a manifestation of political participation or activity. As a result of a conflict, one group holds more favorable political status, the other loses or does not reach it. This is a manifestation of political mobility on the individual and group levels. At the same time, the movement of the power resource, the formation of opposition groups also symbolize the processes of political mobility» [1, p. 23]. Mobilization, according to researchers, implies a high level of participation of masses in politics, their political engagement. At the same time, the means and tricks of political engagement can be soft, convincing, argumentative, since they are oriented at clear purposes, interests, needs of citizens or harsh, coercive, motivational, which involve citizens in political participation, without paying attention on their thoughts and believes [8, p. 99]. T. Kremen interprets political mobilization «as a process of encouraging the population to participate in political action, which is not always equal to political activity» [6, p. 13]. The researcher emphasizes that from the point of view of classical political science, political mobilization is a prerequisite for the existence of any society since its level of

stability directly depends on the level of social activity. The political mobilization of passive citizens that are not very interested in politics is a guarantee of democratic transformations in society, its progress on the way to improvement. Regardless of the task, to increase political activity of citizens or to keep them in a passive state, the political mobilization carried out by political actors aims to transform the community into a part of political process, to make every person an active figure in the political system, to create conditions for the realization of its creative potential [6, p. 13]. Researchers emphasize that the purpose of political mobilization may be not only to increase the political activity of an individual but also to nullify it; «Since apathy can be considered a form of political participation, and both of these processes are essentially a consequence of political actors' actions» [5, p. 147]. When evaluating the political participation of Ukrainian citizens in the formation of a democratic society, G. Iovchu chooses the second format of political mobilization as the most characteristic for our country: «because of this, we can see that the level of political participation of citizens is reduced, their influence on political decisions and formation of governmental institutions is restricted, there is a lack of effective mechanisms to articulate the interests of citizens or the loss of them» [4, p. 3]. In this case, some scholars are talking about the phenomenon when there is a shortage of citizens' influence on political processes, while using the term «democratic deficit» [14, p. 73]. T. Kremen in her dissertation paper «Political mobilization in the context of social media» reveals the essence of political mobilization as a process of transferring the latent opposition to the manifested form, as well as the political «minus mobilization», that is, depoliticization, which gives the opposite effect to mobilization. «Minus mobilization», as noted in the dissertation, «results in an increase in political apathy of potential voters, the spread of indifferent attitude to political activity. This type of mobilization is used in authoritarian societies and performs two tasks:

- on the one hand, to get rid of conflicts and «suppress» the opposition;
- on the other hand, to ensure the minimum consent of the population to the state policy» [6, p. 13].

Consequently, political mobilization, with the aim of transforming the public into a component of political process, involving the individual in the political life of the country, introducing examples of political behavior among the general population, may cause completely opposing situations: on the one hand, an increase in the level of citizen activity; on the other hand, strengthening of political apathy, indifference of the population. To answer the question which form of participation is used by Ukrainians before the upcoming presidential election, whether they demonstrate their participation in political processes of the country and in what way or whether political mobilization exists in social networks, we conducted research on 200 accounts of Ukrainian users on Facebook, divided into two stages:

- the first stage – during July 2016, September 2016, January 2017, March 2017 [9];
- the second stage – during September, October, November, December 2018.

We based our research on the fact that the demonstration of political activity is a voluntary choice of the owner of social network account, it is not a part of an obligatory work process, so it is represented in posts, photographs, video broadcasts that show the actor's leisure practices. We analyzed 2814 and 3015 messages posted on Facebook during the first and second stages of the study, respectively.

By summing up the modern tendencies in the scientific determination of the term «leisure», we emphasize that the main purpose of leisure is the comprehensive development of an individual: «... categories and concepts of leisure should be interpreted on the basis

of individual cultural needs, requests, interests, preferences of an individual as a subject of cultural and leisure activities, his relation to certain forms and types of leisure activities» [12, p. 10].

Most often, personal content of a Ukrainian user of the Facebook network is filled with information on such kinds of leisure practices as tourism, outdoor recreation, visits to sports clubs, participation in social and political events, socializing, visits to sports competitions, hunting and fishing, cooking dishes, flower breeding etc. By selecting 100% of the total number of analyzed posts, the presence of a particular leisure activity was calculated with the formula:

$$NPC \times 100 / GN,$$

where NPC is the number of posts about a certain leisure activity, GN – general number of posts about leisure activities (tab. 1). Thus, during the first stage of the study, we identified 2,814 texts that represent leisure practice of the account owner; At the second stage – 3,015 texts. Information presented in Table (1) gives an opportunity to see how the leisure priorities of Ukrainians changed during 2016-2018.

Table 1.

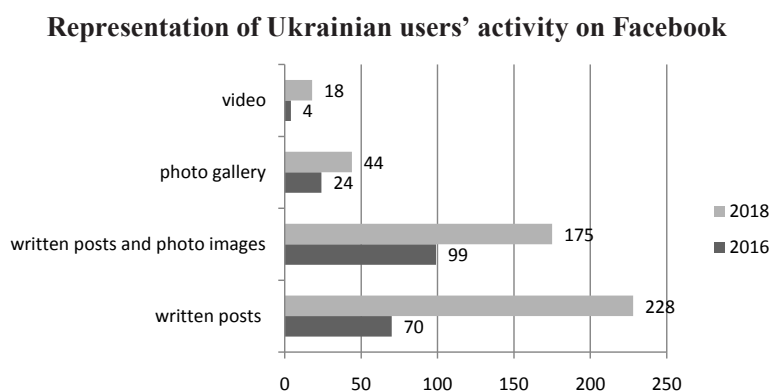
**Representation of leisure practices frequency by Ukrainian users
on Facebook during 2016-2018**

Research stage Type of leisure activity	The first research stage (2016-2017), quantitative indicators, %	Другий етап досліджен- ня (2018), quantitative indicators, %
Tourism	17,12	17,94
Outdoor recreation	14,85	18,44
Participation in political events	7,00	15,42
Visits to sports clubs	11,09	7,23
Visiting / taking part in sports competitions	7,71	6,10
Socializing	7,25	6,53
Other leisure activities	34,97	28,32
Total	100% (2814 post)	100% (3015 posts)

It must be mentioned that the participation of citizens in political (public-political) events increased almost twice during the studied period. The outlined situation is entirely due to political, economic and socio-cultural transformations that take place in the context of the renewal of Ukrainian society in recent years. Thus, the events of EuroMaydan, according to scientists, were a burst of public activity that spanned the general population. According to the monitoring of UISS named after O. Yaremenko with the participation of the Department for Monitoring Research of Socio-Economic Transformations from the state institution «Institute of Economics and Forecasting of NAS Ukraine». During the March 2014 poll, 21% of respondents stated that they personally participated in mass demonstrations, 18.2% responded that members of their family participated in mass appearances, 43.9% had friends or colleagues who participated in meetings during the end of 2013 – the beginning of 2014» [11, p. 10].

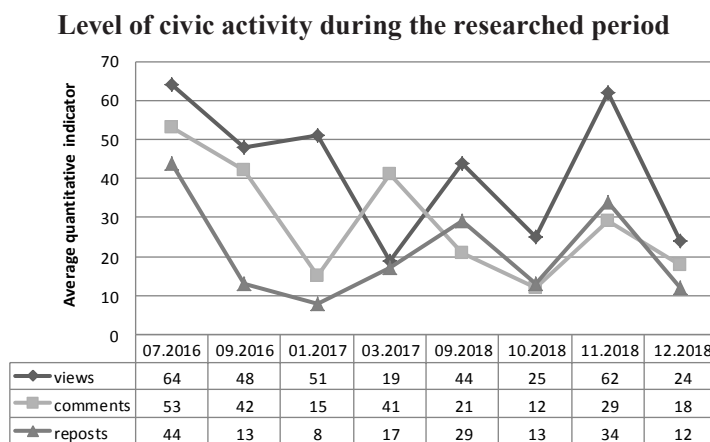
The analysis made it possible for us to distinguish certain representation variants of political activity in the accounts of Ukrainian users on Facebook (Figure 2). The Ukrainians demonstrated their political activity by posting 197 messages in their own accounts (the first stage of the study) and 465 messages (the second stage of the study).

Figure 1.



According to the data, the most active Facebook account holders post written text messages, thus, showing their political activity, expressing their support for / disagreement with certain political trends or political processes, becoming involved in political mobilization processes, and so on. We must note the gradual decrease in the number of views, comments, and transmissions, the information of which is presented along with the «statement» of the account holder (See Figure 2). The key point is the fact that, over time, actors of social networks come to recognize the ability of Internet initiatives to spray social activism when nominal engagement becomes only a simulation of social initiative and «falsification» of solidarity actions. Moreover, the formation of our own account content due to reposts of like-minded people's «statements» allows the actor of a social networks «to become» a political activist and spokesman for solidarity initiatives without significant time loss.

Figure 2.



Therefore, the potential of social networks in the perspective of political mobilization is seen in the following:

- elimination of restrictions of any kind (territorial, temporal, organizational, psychological) regarding the intention of a person to participate in the political life of society;
- an opportunity to publicly and frankly state their own political position;
- overcoming personal isolation of citizens, on the one hand, and engagement of state authorities, on the other;
- promotion of effective interaction of ordinary citizens, leaders of public opinion, public people, institutional and non-associative unions, authorities and public administration, etc. ;
- a sense of participation in a collective cause – and, as a result, emotional exaltation from the process.

The conducted research allows us to conclude that there is a formation and «maturing» of the politically active account owners on Facebook, capable of producing, selecting and disseminating politically oriented information, creating politically colored content and monitoring the transformational vicissitudes of the political process. In this case, the features of political mobilization available on the network are perceived as a necessary condition for the democratic transformation of society, which accompanies socio-cultural, institutional, political and legal changes. Of course, the effect of informational openness and public pressure on the authorities on solving certain problems is likely to cause a policy correction in a certain area, but it is unlikely that it will be substantial. Ukrainian experience shows that public activity is badly transformed into protest votes in the elections. Moreover, a significant part of public activists generally avoids real forms of political participation. As a rule, the effect of replacing a real political action with virtual «participation» is often very significant.

REFERENCES

1. Безрук О. О. Політична участь як чинник політичної мобілізації: теоретичний аспект [Електронний ресурс] // Сучасне суспільство. 2017. Вип. 1 (13). С. 16–24. – Режим доступу: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/politology/article/view/213>
2. Влияние через социальные сети / под общей ред. Е. Г. Алексеевой. Москва: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010. 200 с.
3. Гандалоева М. Т. Социальные медиа как социокультурный и политический феномен // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. № 1(37). С. 18–24.
4. Іовчу Г. М. Політична участь громадян ЄС та України: порівняльний аналіз: автореферат дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / Ганна Михайлівна Іовчу; Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2011. 16 с.
5. Кремень Т. В. Политическая мобилизация: объекты и субъекты // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 5 (21). С. 146–149.
6. Кремень Т. В. Політична мобілізація у контексті соціальних медіа: автореферат дис. ... докт. політ. наук: 23.00.03 – політична культура та ідеологія / Кремень Тетяна Василівна; Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2014. 38 с.

7. Крестинина Е. С, Чернышов Ю. Г. Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ispolzovanie-internet-blogov-i-sotsialnyh-setey-v-rossiyskoj-publichnoy-politike>
8. Політологія / А. Колодій, Л. Климанська, Я. Космина, В. Харченко. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Ельга, Ніка-центр, 2003. 664 с.
9. Порпуліт О. О. Репрезентація дозвіллевих практик в акаунтах українських користувачів мережі Facebook // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2017. V(23), Issue 139. P. 74–78.
10. Селезнев Р. С., Скрипак Е. И. Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их бреде [Электронный ресурс] // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 2 (54), Том 3. С. 125–131.
11. Соціологічні зрізи українського суспільства (моніторинг соціально-економічних очікувань населення: 2005–2014 рр.): наукова доповідь / [Балакірева О.М., Серeda Ю.В., Дмитрук Д.А. та ін.]; НАН України; ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2015. 78 с.
12. Цимбалюк Н. М. Інституціональна модернізація культурно-дозвіллевої сфери в Україні: автореф. ... докт. соціолог. наук : 22.00.04. – спеціальні та галузеві соціології / Цимбалюк Наталія Миколиївна. Київ, 2005. 34 с.
13. Чижик А. В. Сетевые коммуникации: вопрос влияния новых медиа на формирование общественного мнения // Коммуникология. 2017. Том 5, №3. С. 55–69.
14. Ямельницький О. Я. Політична мобілізація: до трактування поняття // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія. Соціологія. Політологія. 2012. Т. 20, вип. 22 (3). С. 72–77.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК ПОЛІТИЧНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ

Олена Порпуліт

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

вул. Дворянська, 2, 65082, Одеса, Україна

e-mail: porpulis@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-5118-305X>

Стаття має за основу дослідження 200 акаунтів українських користувачів соціальної мережі Facebook, у два етапи: перший етап – протягом липня 2016 року, вересня 2016 року, січня 2017 року, березня 2017 року; другий етап – протягом вересня-грудня 2018 року. Воно зроблено для того, щоб відповісти на питання, до якої форми участі вдаються українці напередодні майбутніх президентських виборів, чи демонструють і в який спосіб громадяни беруть участь в політичних процесах країни, чи має місце в соціальних мережах факт політичної мобілізації. Проаналізовано на першому і другому етапах дослідження 2814 і 3015 повідомлень, розмішених у соціальній мережі Facebook, відповідно.

Досліджено, що участь українських громадян в політичних (громадсько-політичних) заходах зросла протягом досліджуваного періоду майже вдвічі. Згідно з поданими даними, найактивніше власники акаунтів мережі Facebook продукують текстові повідомлення, демонструючи політичну активність, висловлюючи прихильність / незгоду з певними політичними тенденціями чи політичними процесами, долучаючись у такий спосіб до процесів політичної мобілізації тощо. Відзначено поступове зниження кількості переглядів, коментарів і перепостів, інформація про які подається поряд із «виступом» власника акаунта. Принциповим моментом вважаємо той факт, що з часом до акторів соціальних мереж приходять визнання за інтернет-ініціативами здатності до розпорошення громадського активізму, коли номінальна залученість стає лише імітацією суспільної ініціативи й «фальсифікацією» солідарних дій. При цьому наявні в мережі ознаки політичної мобілізації усвідомлюються як необхідна умова демократичної трансформації суспільства, яка супроводжує соціокультурні, інституційні, політико-правові зміни.

Ключові слова: соціальні мережі, акаунт, політична активність, політична мобілізація, дозволені практики.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 360–366 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10019>

УДК 007 : 304 : 659.3

АУДИТОРІЯ ЯК АВТОР ІНФОРМАЦІЇ: РОЛЬ КОРИСТУВАЧІВ У СТВОРЕННІ КОНТЕНТУ

Тетяна Василюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: tsamonjuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-4887-233X>*

У статті зосереджено основну увагу на ролі, яку відіграють користувачі у процесі створення медіатекстів. Окреслено форми взаємодії «редакція-читачі» та здійснено аналіз специфіки розміщення контенту від аудиторії на ресурсі, виокремлено способи існування користувацького контенту.

Зосереджено увагу на тому, як взаємодіють медіа зі споживачами інформації в Інтернеті, способи такої комунікації.

Ключові слова: аудиторія, інформація, контент від аудиторії, медіавиробництво, взаємодія в Мережі.

Інформаційний простір на сучасному етапі розвитку, – в якому присутні і традиційні ЗМК, і інтернет-ЗМК, і соціальні мережі, і блоги, – змінює процеси медіавиробництва та впливає на роботу журналіста.

Роль автора (не-журналіста) набуває популярності серед медіаспоживачів. Як зазначає професор Б. Потятиник, споживачі все більше тяжіють до індивідуальних авторів і голосів, віддалених від інституційних брендів [1]. Адже їхні повідомлення викликають довіру через світоглядний, ціннісний фактор, географічну наближеність до аудиторії, іноді через те, що автор став очевидцем/свідком події.

Образ автора в журналістських текстах та засоби його представлення ставали предметом багатьох досліджень як в Україні, так і за її межами (Л. Масімова [2], С. Распопова [3]). Типологію авторів повідомлень ЗМК запропонували М. Комова [4], що подає її через персоніфікацію авторів у текстах, та З. Партико [5], який виділяє групи авторів за типами контенту. На важливій ролі аудиторії у створенні контенту неодноразово наголошували зарубіжні дослідники громадянської журналістики А. Брунс, Д. Гілмор, Г. Дженкінс, Н. Девіс.

Мета статті полягає у тому, щоб дослідити роль користувачів у створенні медіаконтенту, окреслити особливості його функціонування в інформаційному полі, класифікувати користувацький контент за способами його існування, простежити, з якою метою медіа використовують контент користувачів.

© Василюк Т., 2019

Наукове керівництво і рекомендація до друку – доц. Габор Н. Б.

Завдання нашого дослідження – окреслити специфіку участі користувачів у створенні контенту, оскільки реципієнти все частіше стають авторами (співавторами) матеріалів, швидко завантажують цікавий контент, у свою чергу ЗМК використовують ці матеріали у роботі.

У виборі мети інформаційної діяльності ЗМК та засобів і методів її досягнення й реалізації, присутнє уявлення про аудиторію – кому і для кого адресована інформація. У процесі дослідження аудиторії певного ЗМК звертають увагу на те, якому каналу найчастіше надається перевага, оцінки контенту, чого очікує аудиторія та якими засобами та способами задовольнити ці потреби.

Власне такі дослідження дають можливість більше та глибше володіти інформацією про свою цільову та потенційну аудиторію і, як результат – корегувати свою редакційну політику, удосконалювати та покращувати роботу ЗМК, аби мати високий критерій довіри від реципієнтів. Важливу роль також відіграє економічний аспект.

Беручи за основу критерій ролі автора у процесі створення матеріалів, дослідниця Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка К. Афанасьєва (Горська) поділяє користувацький контент в нових медіа на чотири типи:

- контент створюється користувачем і надалі використовується ЗМК в складі свого медіапродукту після редакційного контролю;
- користувацький контент існує паралельно із професійним медіаконтентом ЗМК (коментарі на сайті);
- контент створюється в результаті спільної творчості працівників ЗМК та користувачів (співавторство);
- контент генерується та розміщується на спеціально створених медіаплатформах ЗМК[6].

Роль професійних журналістів сьогодні змінюється. До безпосередніх обов'язків медійника все частіше додається відбір та подача готової продукції користувачів, опрацювання матеріалів з інших джерел інформації. І це, звісно, впливає як на журналістику в цілому, так і на продукцію зокрема. Свого часу в обов'язки журналістів входило мати коло своїх авторів по районах (робсількорів), заохочувати їх писати про проблеми району чи міста, а потім працювати з текстами, щоб опублікувати. Власне сьогодні до професійних вмінь входить ще до- і післятекстова комунікація з читачами, вміння спонукати їх до висловлювання думок, написання ними власних матеріалів (коментарів), провідні медіа займають активну позицію щодо вивчення своєї аудиторії.

Дослідник В. Гвоздев вважає, що важлива ознака сучасної аудиторії – це креативність. Під креативністю зазвичай розуміється творча, новаторська діяльність [7]. Наприклад, видання «День» пропонує своїм читачам фотоконкурси, де можна заявити про себе як читач-художник (фотомитець).

У сучасних умовах глобалізації інформаційного суспільства аудиторія ЗМК досліджується з наступних позицій. На думку В. Гвоздева, – не тільки як споживач медіапродуктів зі своїми сформованими звичками, а й як повноправний, незалежний учасник публічної сфери, масово-інформаційних процесів.

Про інтенсивність зростання популярності контенту від користувачів свідчить також історичний розвиток цього типу інформації: на етапі виникнення в Інтернеті все починалося зі створення свого сайту, де розміщувалася інформація, згодом з'яви-

лася можливість ведення блогу, потім – написання оглядів, оновлення статусу в соціальних мережах, мікроблогінг, а сьогодні – це розміщення своїх текстів чи думок на різних платформах, інформація різного типу (текст, відео, аудіо, анімації), які пропонує ЗМК.

Отже, можемо підсумувати, що поряд із значною потребою в інформації, масовим її споживанням, сьогодні також спостерігається така тенденція як участь аудиторії у роботі традиційних ЗМК та створення і поширення власного, як альтернатива, контенту (матеріали користувачів).

Дослідник Л. Федорчук зазначає, що в ХХ ст. створювати і розповсюджувати новини могли практично лише журналісти. Сьогодні світові ЗМК втратили монополію. Завдяки стрімкому розвитку технологій інтернетом користуються мільйони людей, які публікують статті, фотографії, аудіозаписи і відеоролики, практично кожен охочий може публічно «самовиражатися», розміщуючи свої матеріали в Інтернеті [9, с. 665].

У. Еко прогнозував, що людство поділиться на тих, хто дивиться телевизор, і тих, хто за допомогою персонального комп'ютера самостійно добуватиме та вироблятиме інформацію. Однак, питання тут не тільки в інтелектуальних здібностях, а скоріше, в наявності бажання обирати, яке в сучасному надскладному світі зовсім не обов'язково повинно виникати в усіх випадках [10, с. 81–82].

Сьогодні звичайні пересічні громадяни часто виступають як очевидці та коментатори цікавих подій, навіть стають першими, хто поширив цю ексклюзивну інформацію. Часто аматори-репортери висвітлюють оригінальніше і оперативніше за професіоналів журналістики, опинившись першими на місці події. Але тут є існує ще така реальність: вони не знають всіх нюансів журналістської етики та стандартів (наприклад, вони не зобов'язані бути об'єктивними та ін.). І, звичайно, це все впливає на їхній контент. Провідні ЗМК користуються такою інформацією, коли не мають змоги поїхати на місце надзвичайної події, або не мають інших джерел інформації.

Серед найпоширеніших способів є взаємодія з користувачем через систему коментарів. Перевагою такого типу взаємодії є те, що читачеві не потрібно проходити реєстрацію на сайті. Це можна зробити з іншого джерела, наприклад зі сторінки соціальних мереж, пройшовши ідентифікацію в один чи два кліки. Деякі сайти (прикладом, «Українська Правда») створюють свою систему способів інтерактивності: через коментування з акаунта Facebook, де можна сортувати пости за свіжістю чи популярністю.

Інший спосіб – блоги на сайті ЗМК – дають можливість читачам на постійній основі висловлювати свою думку, формувати додатковий контент, який, знову ж таки, може бути коментованим. Створюють «живі щоденники» переважна більшість популярних сайтів українського та закордонного вимірів («Корреспондент.net», «New York Times» та ін.). Наприклад, репортер у Вашингтонському бюро «New York Times» Т. Гіббонс-Нефф опублікував подробиці бою між найманцями РФ і військами США в Сирії. Цю важливу геополітичну проблему прокоментували на ресурсі 342 читачі, висловлюючи свої думки та позиції.

Залучити аудиторію до роботи над сайтом можна і за допомогою конкурсів та спецпроектів.

Ефективно, на мою думку, цим користується телеканал «1+1»: щотижня у ранковому «Сніданку з 1+1» ведучі оголошують тему фотоконкурсу. Глядачі надсилають свої фотографії або на сайт програми, або на сторінку Facebook. За найкраще

фото отримують приз від телеканалу. Також у цій програмі щодня є вікторини та розіграші, аби привернути більшу частку аудиторії.

Для взаємодії медіа та читачів багато сайтів практикують можливість створення власного профілю для кожного користувача, в якому можна вказати особисті дані, продивлятися залишені коментарі та записи у власному блозі. Користувачі можуть відправляти приватні повідомлення, додавати друзів, вступати в різні спільноти. Система таких профілів набуває масштабів соціальної мережі у рамках певного ЗМК. Наприклад, авторизуватись користувачам дають можливість сайти «Української правди», «Кореспондент.нет».

Взаємодія з аудиторією відбувається й в соціальних мережах. Розміщення послань у Facebook, Instagram та Twitter не призведе до росту аудиторії. Для цього необхідно залучати журналіста або іншого робітника ЗМК, який би не тільки слідкував за трансляцією матеріалів, але й ретельно відбирав найкращі з них, спонукав до дискусій, відповідав на питання читачів. Більшість медіа мають свої сторінки у найпопулярніших соціальних мережах, куди можна перейти з сайту. Ті ж «1+1», «День». Приміром, «1+1» в соцмережі Instagram постить стріми з прямих трансляцій своїх ефірів. На сторінці Facebook газети «День» можна дивитися онлайн-конференції.

Частку аудиторії складають й користувачі мобільних телефонів та смартфонів, через що багато відомих видань вже встигли розробити власні додатки для iPhone, iPad та Android-пристроїв, або принаймні створити мобільну версію власного сайту. Розробляючи згадані версії, сайти враховують технічні можливості та вподобання своїх читачів – з якого пристрою для них зручно отримати інформацію. Це значно збільшує обсяг користувачів ресурсу. Наприклад, газета «День» має мобільну версію.

Ці способи взаємодії з аудиторією дозволяють зрозуміти, якої інформації потребує читач і чого очікує від медіа, що потрібно змінювати у роботі сайту, аби утримувати постійних реципієнтів і залучати до співпраці нових.

Проведений аналіз специфіки розміщення контенту від аудиторії на ресурсі «День» за класифікацією К. Афанасьєвої (Горської) допомагає зрозуміти, якими платформами можуть користуватися читачі аби їхній матеріал розмістили на ресурсі, як реагують на такий контент ЗМК та інші читачі.

Щоденна всеукраїнська газета «День» дає своїм користувачам багато платформ, де можна висловити свою думку, опублікувати свої матеріали. Читати «День» можна в соціальних мережах [Facebook](#), [Twitter](#), дивитися матеріали на [Youtube](#) та підписуватися на канал сайту в [Telegram](#).

Перший тип контенту – користувач-автор. У цьому випадку ЗМІ є не лише засобом масової інформації, але й каналом участі користувачів у соціальному житті суспільства. Наприклад, газета «День» має гіперактивну вкладку на сайті «Повідомте про новину», де користувач може безпосередньо розповісти за телефоном до редакції, або ж написати на зазначений e-mail, або ж написати текст (можна додавати й фото) та завантажити на сервер сайту. Відразу є клік на соцмережі Facebook, Twitter.

Другий тип контенту – користувач-співавтор. Користувацький матеріал існує паралельно з матеріалом ЗМІ. На сьогодні система коментарів є найбільш потужною платформою для формування публічної дискусії. Наприклад, «День» дає можливість розміщувати свій коментар під кожним повідомленням. Читачі коментують матеріал, при цьому теж мають коментарі на свій допис від інших користувачів (іно-

ді відбувається онлайн-дискусія між коментаторами). Багато сайтів пропонують авторизацію, аби коментарі (пости) були персоналізованими.

Третій тип контенту – колективна творчість. Спільна творчість журналіста та авторів часто проводиться тоді, коли планується з'ясувати думку щодо того чи іншого важливого суспільного питання. Яскравими прикладами буде матеріал, який створений на основі опитувань, розміщених раніше на ресурсі. Отримані результати будуть підтвердженням зацікавленості до теми у соціумі, показує широке коло думок та поглядів.

На сайті «Дня» періодично проводяться різні тематичні опитування, де може кожен проголосувати за власний варіант з приводу певного запитання, можна переглянути результати того чи іншого опитування.

Четвертий тип контенту – традиційною практикою сайтів провідних медіа є ведення авторських блогів. Більшою мірою сайти ЗМК не мають вплив на конкретне наповнення «живого щоденника» автора. Втім авторитетні редакції все ж до певної межі регулюють ці записи. Здебільшого серед правил ведення блогів та коментарів до них є заборона використання нецензурної лексики, образливих висловів, погрозових заяв та ін. У «Дні» періодично наповнюються авторські блоги, де є можливість обговорення та коментування теми публікації.

Медіатренер, екс-керівник інтернет-проекту «Коло» І. Фанта зазначає, що «... інформацію шукати не самотужки, а звертатися до тих, для кого ми пишемо матеріали. І коли ми спілкуємося з ними, щось придумуємо самі, потім складаємо це все у великий пазл, який і називається інтегрованим сторітелінгом» [12].

Проаналізувавши специфіку розміщення та використання користувацького контенту у «Дні», можна підсумувати: користувацький матеріал береться до уваги, до опрацювання, використовується як джерело інформації (на основі опитування), редакція постійно знаходить нові підходи до його використання, стратегії вивчення своєї аудиторії, дописи від читачів спонукають до створення додаткових сервісів (у рубриці «Музеї онлайн» є послуга віртуальної екскурсії, також є ще інтелектуальна карта України – довідковий маршрут визначними містами). Власне, такі сервіси присутні лише на гіперлокальних медіа.

Варто ще наголосити, для чого потрібні матеріали від читачів для редакції. Це, насамперед, додатковий контент, матеріали, які зазвичай є безкоштовними або дешевими. А ще – це додаткова реклама, піар видання, адже аудиторія, яка створює та розміщує матеріали, поділиться про це з друзями, дописи у соцмережах будуть перепощувати і робитимуть підписку нові читачі. Також різні способи взаємодії з аудиторією дають можливість для ЗМК стати більш важливішим для свого реципієнта, ближчим у поглядах та уподобаннях, стати медіа, яке задовольняє його потреби.

Висновки

У цьому дослідженні ми з'ясували, що в сучасному медіапросторі аудиторія стає активним суб'єктом у роботі ЗМК, підвищується рівень креативності та оригінальності, ексклюзивності повідомлень від читачів, глядачів, слухачів, онлайн-користувачів.

На прикладі ресурсів «1+1», «День», «Українська Правда» дослідили способи взаємодії ЗМК з користувачами (система коментарів, блоги, конкурси та спецпроекти, створення власного профілю на ресурсі видання, сторінки ЗМК у соціальних мережах).

Проаналізували специфіку розміщення контенту від аудиторії на ресурсі «День», виокремили способи існування користувачького контенту: користувач-автор, користувач-співавтор, колективна творчість.

Видання намагаються використовувати користувачький контент, залучати аудиторію до написання, опрацьовувати та використовувати дописи на ресурсі, стимулювати користувачів до співпраці, аби розвиватися далі і збільшувати коло своїх читачів, бути популярним і затребуваним, мати, завдяки цьому контенту, належний рівень довіри своєї аудиторії.

REFERENCES

1. Потятиник Б. Медіа : ключі до розуміння. Серія : Медіакритика / Б. Потятиник. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
2. Масімова Л. Способи представлення авторів журнального контенту // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» / Л. Масімова. Том 24 (63). 2011. №4. Часть 1. С. 362–366.
3. Распопова С. Автор как реальный человек и образ–автор в медиатексте / С. Распопова // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. №2. С. 149–158.
4. Комова М. Типологія авторів повідомлень у засобах масової комунікації / М. Комова // Світові стандарти сучасної журналістики: збірник наукових праць. Черкаси : Видав. Чабатенко Ю., 2010. С. 359–362.
5. Партико З. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посіб. / З. Партико. Львів : Афіша, 2001. 416 с.
6. Афанасьєва (Горська) К. Користувачький контент : зона відповідальності ЗМІ чи аудиторії? // Держава та регіони. 3., 2014. Вип. 1-2. – Режим доступу до ресурсу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=drgn_2014_1-2_18
7. Гвоздев В. Креативність як ознака сучасної медіа-території [Електронний ресурс] / В. Гвоздев – Режим доступу до ресурсу: <http://prima.franko.lviv.ua/faculty/jur/vypusk7/n13/tv13-26.pdf>
8. Короченский А. Журналистика после СССР: два десятилетия обретений и утрат / А. Короченский // Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя : сб. трудов Междунар. науч.-практ. конф.; под ред. А. Короченского и М. Казак. Белгород : Константа, 2012. С. 8–11.
9. Федорчук Л. Вплив «народної журналістики» на розвиток традиційних ЗМІ / Л. Федорчук // Гілея : наук. вісник : зб. наук. праць / Нац. пед. ун-т ім. М. Драгоманова, Українська АН. К. : Вид-во НПУ ім. М. Драгоманова, 2011. Вип. 44 (№2). С. 665–671.
10. Калмыков А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. Калмыков. М. : Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2009. 284 с.
11. Сущук М. Як медіа взаємодіють з аудиторією в Інтернеті [Електронний ресурс] / М. Сущук. – Режим доступу до ресурсу: <http://watcher.com.ua/2011/05/13/yak-media-vzayemodiyut-z-audytoriyeyu-v-interneti>

12. Дорош М. Контент від аудиторії: чи потрібен цей головний біль? [Електронний ресурс] / М. Дорош. – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/kontent_vid_auditorii_chi_potriben_tsey_golovniy_bil

AUDIENCE AS THE AUTHOR OF INFORMATION: THE ROLE OF USERS IN CREATING CONTENT

Tetiana Vasyliuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: tsamonjuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-4887-233X>

The article focuses on the role that users play in creating materials. We have analyzed which forms of interaction are used by editors between readers.

We have focused on the interaction of media with users on the Internet, ways of such information.

The information space of the current stage of development changes the processes of media production and adjusts the work of the journalist. The active participation of the audience on the Internet has become the cause of research, it's behavior, ethics and preferences.

The role of the author becomes widespread without the personal or automated nature of the dissemination of information. Messages from users are trusted due to philosophical value factor, geographic proximity to the audience.

We take into account the consciousness and behavior of readers/listeners during the consumption of information, the criteria for selecting materials on the resource during the study of the audience.

In fact, such studies make it possible to have more and deeper knowledge about their potential audience. The study corrects their editorial policies, improve the work of the media.

Media corporations often use simple and inexpensive methods of obtaining and disseminating information. Journalists prepare information without leaving their workplace. They do not overlook the option of rewriting materials from other media.

The modern media audience is explored and studied, new terminology and spheres of research are emerging.

Key words: audience, information, content from the audience, media production, network interaction.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 367–372 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10020>

УДК 007 : 304 : 070

БІМЕДІЙНІСТЬ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Людмила Євтушенко

Надія Загуменна¹

Інститут філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

бульвар Тараса Шевченка, 14, 01601, Київ, Україна

e-mail: ludmila359@ukr.net, nadiya1971@ukr.net

¹ <https://orcid.org/0000-0003-4793-5527>

У статті проаналізовано бімедійність у сучасних умовах глобалізації, розглянуто особливості функціонування нових медіа, взаємозв'язок класичних та цифрових каналів розповсюдження інформації. Також досліджено вплив диджиталу на сучасний стан розвитку медіа.

Ключові слова: медіа, бімедійність, глобалізація, ЗМІ, диджитал.

Постановка проблеми. Соціальні комунікації в сучасну епоху глобалізації зазнають серйозних якісних змін, які намагаються осмислити представники різних наукових дисциплін, що вивчають процеси масової інформації. Останні базуються на ключовій схемі комунікації: комунікант (автор) – повідомлення (текст) – комунікат, реципієнт (аудиторія). Вона є класичною і найбільш розповсюдженою, проте все частіше доповнюється низкою додаткових складових, відмінних в інтерпретації вчених різних наукових шкіл. Другою за популярністю є модель, запропонована соціологом Г. Ласуелом, яка базується на п'яти основних елементах: комунікатор – повідомлення – канал зв'язку – реципієнт – ефективність. Проте сучасні тенденції розвитку соціальних комунікацій диктують свої правила, і класичні схеми зазнають значних трансформацій. Саме ця галузь є вкрай чутливою до будь-яких інновацій та технологічних нововведень.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Останнім часом питання медійності та її варіативів є нагальною для вітчизняних та зарубіжних науковців. Питання диджиталізації, появи нових медій, контентотворення в епоху глобалізації та формування медіакультури є на сьогоднішній день актуальним та доцільним. Запровадженням нової термінологічної бази та систематизацією основних понять займаються такі українські дослідники: В. Гвоздев, К. Горська, А. Досенко, М. Женченко, В. Здоровега, А. Капелюшний, Т. Крайнікова, В. Недбай, Б. Потятиник, В. Різун, К. Серажим, О. Сербенська, М. Яцимірська. Серед закордонних науковців варто окремо виділити Т. Добросклонську, Я. Засурського, Ю. Лотмана, Ю. Казака, Г. Солганика, В. Хорольського та ін. Також слід згадати наукові розвідки І. Артамонової,

О. Зернецької, В. Іванова, С. Квіта, В. Різуна та ін., присвячені проблемам масової комунікації, віртуальної масової комунікації, Інтернету та дигітальним жанрам.

Мета і завдання. Метою статті є визначення терміну «бімедійність», який активно використовують дослідники в сучасному науковому дискурсі, а також з'ясувати його місце в термінологічному апараті.

Для досягнення мети слід розв'язати такі завдання:

- проаналізувати визначення термінів у наукових розвідках українських та зарубіжних науковців;
- вивчивши матеріал, спробувати запропонувати власне трактування терміна «бімедійність»;
- дослідити особливості існування бімедійності в умовах тотальної глобалізації.

Систематизація знань та термінологічної бази є нагальною потребою. Сучасні медіа вкрай стрімко розвиваються та видозмінюються, активно виникають нові продукти та явища. К. Горська справедливо зауважує, що «...поява нових дефініцій та їх подальше побутування у науці нерідко відбувається спонтанно та без належного рівня їх верифікації та уніфікації» [1, с. 50].

За останні роки спостерігається стрімка трансформація моделей комунікації. ЗМІ все частіше відходять від класичних та звичних усім схем, пропонуючи кардинально нові варіанти. Глобалізаційні процеси вплинули на усі складові комунікації. Нині можна спостерігати принципово нові параметри каналів передачі інформації, зміну адресантів, контекстів. Навіть очікування самих адресатів кардинально інші, ніж було закладено на початку. Ключовим фактором є повідомлення, без якого, власне, неможливо здійснити комунікацію. Його нове осмислення, розуміння технологічних нюансів, структурних видозмін та функціональних особливостей є вкрай важливим завданням для сучасних науковців [2, с. 80].

Глобалізаційні процеси, зміни медіагалузі, поява нових медіа, новий підхід до продукування контенту, а також принципово новаторське усвідомлення громадянами своїх позицій кардинальним чином вплинуло не лише на медіаконтент, але й на класичні моделі комунікації. В. Хорольський зауважує, що сучасні медійні тексти нерідко існують як частина соціального макродискурсу, що спонтанно виникає та саморозвивається, як самостійний та вкрай специфічний вид інформаційно-комунікативного дискурсу повсякденності, що передбачає раптовість новини, неочікуваність подій, а також включеність аудиторії та зворотній зв'язок [3, с. 75]. Подібна модель двосторонньої комунікації сьогодні стала фактично нормою – слухач, здобувши бажану інформацію, міняється ролями із тим хто говорить. Особливо активно подібний вид комунікації використовують в блогах, які більшість сучасних дослідників соціальних комунікацій відносять до медіасистеми. Т. Хітрова зауважує, що «система засобів масової інформації – це сукупність відповідних інформаційних компонентів з притаманними їм ознаками та прийомами, які існують у державі й мають на меті безпосереднє відображення життя в усій його багатогранності [4, с. 9]. Під це визначення повністю підпадають як блоги, так і онлайн-щоденники, яким характерні інформаційні потоки та постійне розширення інформаційного поля [5, с. 173].

Вже не можна говорити про спілкування як звичайне відправлення або поширення інформації. Це скоріше обмін, а основні завдання учасників цього процесу – завоювання уваги, виявлення активності та відчутний вплив одне на одного. Сьогодні споживачі інформації все рідше отримують повідомлення лише з одного джерела.

Аудиторії вже цього недостатньо. Реципієнту конче необхідно отримати інформацію від декількох адресантів. Це дозволяє краще розуміти реальний стан справ, повною мірою охопити весь масив знань та сформувати власну думку стосовно тих чи інших суспільно-важливих подій або явищ.

Найчастіше під терміном «бімедійність» нині розуміють поєднання традиційних медіа (телебачення, радіо, преса) та цифрових каналів передачі даних. В епоху глобалізації та розквіту всеохоплюючої мережі Інтернет вкрай неправильним буде ігнорувати сферу диджитал. Варто зазначити, що традиційні та цифрові канали інформації здатні цілком органічно співіснувати, доповнюючи один одного та надаючи аудиторії більшу можливість вибору. Сучасність диктує нові умови існування для ЗМІ, адже аудиторія шукає цікавіші та більш сучасні канали отримання інформації. Звичайно, традиційним ЗМІ нелегко конкурувати зі сферою диджитал, але ці два канали поширення інформації вдало можуть співіснувати, допомагаючи один одному. Слід зауважити, що класичні засоби масової інформації активно шукають способи модернізуватися та привернути до себе увагу нової, більш молоді аудиторії. Глядачі, читачі та слухачі прагнуть мати відкритий та вільний доступ до джерел інформації у будь-який момент. Зазначимо і те, що цю тенденцію почали усвідомлювати регіональні ЗМІ, які також зазнали впливу диджиталізації.

Кардинально змінюється й сам медіаконтент – продукт, який видають медіа. К. Горська наголошує на внутрішніх та зовнішніх трансформаціях. На думку дослідниці, саме ці перетворення вплинули на продукування та поширення контенту. Вона акцентує увагу на таких основних термінах: «контентотворення – контентопоширення – контентообмін». К. Горська наголошує і на проблемі саморегулювання та управління контентом [6]. Це набуває особливої актуальності в контексті бімедійності та тотального поширення диджиталу.

Сучасні класичні медіа, як і раніше, не мають можливості прямої двобічної комунікації. Ця опція доступна лише Інтернету. Реципієнт, отримавши інформацію, легко перетворюється на комуніканта і ретранслює її. Особливо вдало це вдається простежити на прикладі різноманітних персональних блогів та соціальних мереж.

Широкомовні медіа здатні охопити надзвичайно велику аудиторію. Проте існує цілий ряд факторів (економічних, політичних та інших), які суттєво обмежують цю здатність [7, с. 133]. Класичні медіа, особливо друковані засоби масової інформації, значно програють диджитал-сфері, яка є більш мобільною та легко підлаштовується під потреби сучасності. Наразі Інтернет став всеохоплюючою соціально-комунікаційною мережею. Його основним призначенням є задоволення інформаційно-комунікаційних потреб як окремо взятої людини, так і груп.

На сьогоднішній день цифрові медіа – це глобальний канал комунікації, який забезпечує передачу мультимедійних повідомлень у всесвітньому масштабі. Однак у цьому існують і певні загрози для класичних ЗМІ. У той момент, коли аудиторія отримує можливість вибирати та з простого читача перетворюватися на повноправного творця контенту, тоді спостерігається значне зменшення попиту на традиційні засоби масової інформації. Особливо це простежується на прикладі газет та журналів. У той самий час спостерігається й значне зниження якості контенту. Отримавши доступ до створення інформаційних повідомлень, нові адресанти, на жаль, не завжди приділяють належну увагу процесу ретельного підбору та перевірки фактів. Нині ця проблема є надзвичайно гострою, потребує окремого вивчення та ретельної уваги.

Медіасередовище вже давно стало невід'ємною частиною нашого життя. Для представників сучасного соціуму є абсолютно звичним перебувати у середині медіасередовища. Наприклад, для молодшої аудиторії мас-медіа, у різних своїх проявах, стають одним із найпопулярніших «співрозмовників». Саме там вони проводять набагато більше часу та спілкуються значно активніше, ніж із батьками та вчителями [8, с. 121]. В умовах глобалізації споживач має практично необмежений доступ до інформації. Він здатен отримати будь-які необхідні відомості у будь-який час і з будь-якого джерела. На жаль, далеко не усі готові до адекватної та двосторонньої взаємодії. На культуру медіаспоживання впливає цілий ряд чинників, серед яких варто виділити демографічні, соціально-економічні, культурні, психологічні та комунікаційні. Т. Крайнікова наголошує на необхідності формування культури медіаспоживання в Україні. Формування інформаційних інтересів медіа споживачів слід розпочинати з вирішення проблем матеріальної забезпеченості, безробіття, житлових, медичного обслуговування, пенсійного забезпечення тощо. Важливим фактором також є формування системи медіаосвіти. Серед механізмів дослідниця виділяє такі: розв'язання економічних та соціальних проблем населення; розширення системи медіаосвіти; формування споживчого вибору через корекцію концепцій медіа; забезпечення умов для само актуалізації медіа споживача як суб'єкта культури медіаспоживання [9].

Через всеохопність та легкий доступ до інформації за допомогою мережі Інтернет значно знизився попит на друковані ЗМІ. Читачам простіше саме звідти отримувати інформацію, не витрачаючи багато часу, а згодом, за потреби, ретранслювати її. Однак це явище вкрай негативно впливає на якість самих даних, що розповсюджуються таким каналом зв'язку. Читач сьогодні ще не вміє належним чином адекватно оцінювати та розуміти інформацію, яку отримує, й легко підпадає під вплив та вкрай часто є об'єктом для маніпуляцій. Саме тому одним із основних і найбільш актуальних завдань на сьогодні є сформувати правильну культуру споживання та розуміння інформації.

Стрімкий розвиток сучасних технологій суттєво вплинув на медіа. Закордонні дослідники наголошують, що традиційні ЗМІ поступово перетворюються суто на засоби поширення інформації через те, що реальна (персональна) комунікація між людьми відходить на другий план.

В. Гвоздев наголошує, що «Інтернет... відкриває споживачам ЗМІ, незалежно від їхнього місцезнаходження, широкий доступ до безлічі найрізноманітніших ресурсів, а медіа, в свою чергу, можуть значно розширяти свою аудиторію завдяки оцифруванню пропонованого контенту» [10, с. 165]. Цей процес, без сумніву є взаємовигідним, оскільки дозволяє обом каналам інформації розширити сферу впливу та завоювати прихильність нових читачів, глядачів та слухачів. Споживач інформації більше не хоче обмежувати себе лише текстом, картинкою чи звуком. Йому необхідно поєднання цих продуктів. Отримуючи новину за допомогою мультимедіа, аудиторія її краще сприймає, а, відповідно, й більш охоче на неї реагує та відгукується.

За умов глобалізації спостерігається уніфікація інформації, а також суттєва видозміна каналів її поширення. Продукт, який продукують ЗМІ є більш інтегрованим, цікавим та легким для сприймання. Він містить вже не просто з картинку, текст чи аудіо, а є вдалим поєднанням усіх цих форм відтворення інформації, що є запорукою більш якісної комунікації із аудиторією та її включення у процес діалогу.

Перспективи подальших досліджень. Дослідження бімедійності в умовах глобалізації є вкрай перспективною цариною сучасних досліджень соціальних комунікацій. Проблема видозміни класичних моделей комунікації досі залишається недостатньо дослідженою, тому існує досить велике поле для наукових розвідок. Окремого вивчення та оновлення потребує термінологічна база, а також класичні моделі комунікації, які в сучасних реаліях вже є дещо застарілими та такими, що не у повному обсязі відображають реальну картину.

Подальші наукові розвідки у цій галузі матимуть вкрай важливе значення для подальшого розвитку соціальних комунікацій, а також допоможуть краще зрозуміти особливості та перспективи діяльності ЗМІ, і, що не менш важливо, запропонувати абсолютно нові та пріоритетні напрямки розвитку медіа.

REFERENCES

1. Горська К. Термінологічні концепти медіаконтексту в теорії масової комунікації // *Science and Educational New Dimension. Humanities and Social Science*. 2016. №76. С. 50–53.
2. Бутиріна М. Медіаконтент: вектори розвитку та форми побутування в цифрову добу // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації*. 2016. Вип. 9. С. 80–81.
3. Хорольський В. Медійність в текстах СМІ и понятие медийного модуля // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2013. № 4. С. 75–89.
4. Хітрова Т. Вступ до спеціальності. Запоріжжя : ГУ «ЗІДМУ». 2007. 104 с.
5. Досенко А. Медійність як одна з основних ознак блога // *Психолінгвістика. Переяслав-Хмельницький*. 2010. Вип. 6. С. 172–176.
6. Горська К. Медіаконтент: трансформація на перехресті аналогової та цифрової культур. Київ: Інтерсервіс. 2016. 379 с.
7. Недбай В. Еволюція розвитку медіатехнологій: від первісного – до інформаційного суспільства // *Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації*. К., 2009. № 1. С. 130–134.
8. Кузнецова Т. До питання культури медіаспоживання в Україні // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 11. С. 121–124.
9. Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізми формування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К., 2015. 28 с.
10. Гвоздев В. Медіаконвергенція як чинник трансформацій ЗМІ та їхньої аудиторії // *Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації*. К., 2012. № 4. С. 164–168.

BIMEDIA COVERAGE IN THE ERA OF GLOBALISATION

Liudmyla Yevtushenko
Nadiia Zahumenna¹

*Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Philology,
T. Shevchenko blvd, 14, 01601, Kyiv, Ukraine*

e-mail: ludmila359@ukr.net, nadiya1971@ukr.net

¹ <https://orcid.org/0000-0003-4793-5527>

Globalization processes have significantly influenced the modern development of the media. The usual communication schemes are no longer so effective. The key scheme «Communicator – Message – Communication» is constantly supplemented and transformed. Recently, bilateral communication has become more frequent when the recipient enters into a dialogue with a communicant. Digital media co-exist with traditional media in the same information field. With this cooperation, it is possible to expand the audience significantly. This is especially important for traditional media (press, television, radio), since a gradual digital transition can attract the attention of the younger generation. Today media not only distribute information but also actively engage their audience to dialogue. The modern society can not exist beyond the limits of the macro-discourse, since it is an integral part of it. The reader, having received the necessary information, is capable of becoming a communicator. He is disseminating received media reports. This is especially vividly seen in the example of social networks and blogs. That is why it is expedient to formulate the correct culture of media consumption in Ukraine. Unfortunately, it is currently at a rather low level, and this fact significantly affects the understanding of information by the audience. Recipients are not always ready to adequately perceive information and are very often subject to manipulation.

Communication does not mean simply sending and distributing information. At present it is more appropriate to talk about knowledge sharing. One of the main tasks of communication participants is to gain attention and show activity.

In the digital age, there is a significant decrease in the interest to classical media. This is particularly true of the print media.

Speaking of bimedia coverage, first of all it is necessary to pay attention to the definition of this term. In the context of globalization, it should be seen as a combination of traditional media (press, television, radio) and digital data channels. At present digital is increasingly dictating the conditions of the existence of the media.

Key words: media, bimedia coverage, globalization, mass media, digital.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 373–380 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10021>

УДК 007:81.1

ПИТАННЯ ГЕНЕЗИ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕМОДЗІ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

Ганна Йордан

*Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
вул. М. Кривоноса, 2, 46027, Тернопіль, Україна*

e-mail: j_jrdan@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-7048-7171>

Христина Йордан

Інститут філології

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка
бульвар Тараса Шевченка, 14, 01601, Київ, Україна*

e-mail: k_jrdan@ukr.net

У статті розглянуто використання особливої мови ідеограм і смайлів – емодзі. На матеріалах соціальних мереж Facebook, Telegram, Twitter проаналізовано значення найбільш часто вживаних символів у мережі інтернет та в конкретних соціальних мережах, визначено основні функції емодзі в інтернет-дискурсі.

Ключові слова: емодзі, символ, ідеограма, смайл, піар-акція, рекламна кампанія, інтернет, соціальна мережа, інтернет-дискурс.

Розвиток інтернету та соціальних мереж сприяє зміні стилю як міжособистісного, так і корпоративного спілкування. Якщо ще декілька століть назад бурхливо розвивався епістолярний жанр – красиві, довгі листи цінувались як витвори мистецтва, – то наразі відчутною стала тенденція до скорочення обсягу написаного. Люди перейшли до іншого ритму життя, їм усе більше бракує часу, тому вони намагаються листуватись якомога лаконічніше та стисліше.

Актуальність дослідження зумовлена двома чинниками. По-перше, в останні роки молодь винайшла більш стислий формат спілкування, зокрема, використання особливої мови ідеограм і смайлів – емодзі. По-друге, ці символи уже перетнули межі побутового спілкування й почали все частіше з'являтися у піар-акціях та рекламних кампаніях різних послуг або підприємств [2].

Мета роботи полягає в аналізі значень найбільш використовуваних символів у інтернеті та соціальних мережах зокрема; визначенні основних функцій емодзі в інтернет-дискурсі.

У 1991 році організація Консорціум Юнікоду (англ. Unicode Consortium), яка об'єднує найбільші ІТ-компанії, розробила промисловий стандарт задля забезпечен-

ня цифрового представлення символів усіх писемностей світу та спеціальних символів. У ньому містяться символи для позначення емоцій: ☺ ☹ (коди U+263A і U+2639 відповідно). У версії Юнікоду 6.0 передбачений набір з понад 60-ти смайлів, а у версії 10.0 – вісімдесят [6].

Уперше набір символів графічної мови емодзі був створений в 1995 році японцем Сігетака Куріта. Розмір усіх символів дорівнював 12×12 пікселів. Їх первісним завданням було спрощення обміну електронними повідомленнями, яке, як ми бачимо, успішно виконано [3].

Сьогодні емодзі широко використовують в різноманітних соціальних мережах, програмах обміну повідомленнями, сервісах електронної пошти, форумах тощо. Ці ідеограми набули неймовірної популярності, що призвело до появи різних видів смайликів.

Найбільш звичні та спрощені смайлики будуються за допомогою розділових знаків:

:)	– усмішка	:	– серйозність
:(– сум	:->	– самовдоволена посмішка
;)	– підморгування	:-P	– висунутий язик
:-D	– сміх	:-*	– поцілунок

За останні десятиліття соціальні мережі та програми обміну повідомленнями здобули неймовірну популярність серед молоді. Кожний розробник такого додатку намагається наголосити на зручності та неповторності власного продукту, тому одним із завдань ставить розробку зручного й красивого інтерфейса програми, не забуваючи про різноманітні емодзі, стікери тощо.

Однією з популярних соціальних мереж на сьогодні є Facebook, користувачі якої доволі часто використовують смайлики у своїх дописах.

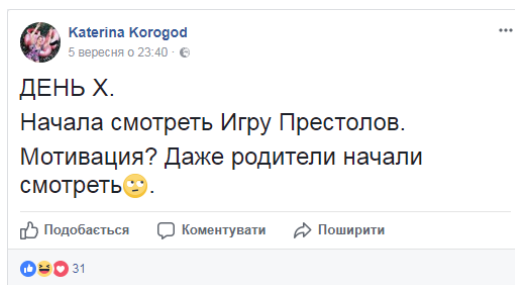


Рис. 1. Зразок неформального спілкування у Facebook

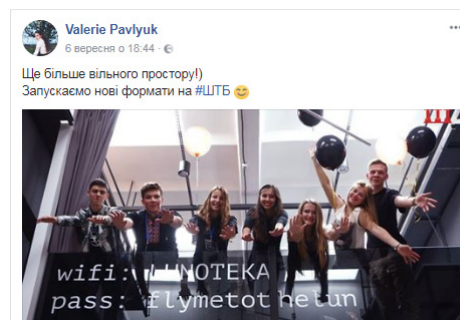


Рис. 2. Зразок офіційного оголошення у Facebook

Не менш популярна програма обміну повідомленнями Telegram представляє графічно інший набір смайлів:

В інших соціальних мережах та програмах обміну повідомленнями (таких як Youtube, Viber, Messenger) також представлені графічно інші смайлики, проте вони несуть в собі схоже смислове навантаження. 😄 😊 Обидва ці смайли означають сильний сміх, хоча виглядають по-різному.



Рис. 3. Смайлики, що використовуються у мережі Facebook



Рис. 4. Смайлики, що використовуються у мережі Telegram

Наразі ключовими функціями емодзі є висловлення власних емоцій та скорочення затрат часу на написання повноцінного тексту. Усе частіше ми бачимо 😍 замість «я тебе люблю», 😡 замість «я злюсь», 😴 замість «я йду спати» або «спокійної ночі». Ще однією функцією цих ідеограм є зміна семантики висловлювання, поруч з яким ми вжили смайлик.

«Не вередуй.» – речення емоційно нейтральне, виражає прохання адресата.

«Не вередуй!» – речення емоційно забарвлене, адресат злиться або навіть висуває претензію до адресанта.

«Не вередуй» 😞 – речення емоційно забарвлене, адресат хоче вказати адресанту на помилку, проте робить це з любов'ю.

В останньому прикладі речення не несе жодної негативної конотації, воно більше схоже на грайливу ремарку, ніж на зауваження.

Як і кожна семіотична система, емодзі має декілька недоліків. По-перше, не всі сприймають сенс смайлів однаково, тому можуть виникнути комунікативні помилки (communicative failure), адже немає узагальнених словесних описів цих графічних знаків. По-друге, інколи люди просто не знають, які ідеограми використати в тій чи іншій ситуації, деколи ми сумніваємось чи взагалі доречно їх використовувати, тощо.

Проте є випадки, коли заради привернення уваги смайлики вбудовують у всім відомий текст. Це дозволяє своєрідно оновити, здавалось, застарілу ідею, показати її актуальність у рамках сьогодення.

♥️🌱, як 😊, ❤️,
як 🌬️, і 🌿, і 💧,
в 🎉, і в 😄 мить,
♥️ у 🎉.

Любіть Україну, як сонце, любіть,
як вітер, і трави, і води...
В годину щасливу і в радості мить,
любіть у годину негоди.

♥️🌱 у 😊 й 😊,
свою 🌱,
🍷 її, ∞ живу і нову,
і мову її 🗣️.

Любіть Україну у сні й наяву,
вишневу свою Україну,
красу її, вічно живу і нову,
і мову її солов'їну.

Між 🏘️ народів, мов 🌳🌿🌿🌳,
☀️ вона на вікахи...
♥️🌱 всім 🍷 своїм,
і всіми своїми ділами...

Між братніх народів, мов садом рясним,
сіяє вона над віками...
Любіть Україну всім серцем своїм
і всіми своїми ділами.

Для нас вона в 🌍 єдина, #
в просторів солодкому ✨...
Вона у 🌟, і у 🌱 вона,
і в кожному 🍷 ударі.

Для нас вона в світі єдина, одна
в просторів солодкому чарі...
Вона у зірках, і у вербах вона,
і в кожному серця ударі.

Основними функціями емодзі є висловлення власних емоцій, скорочення затрат часу на написання повноцінного тексту та оновлення, здавалось, застарілих ідей. Сучасні маркетологи, борці за права людей та захисники природи зуміли використати ці функції на свою користь. Проілюструвати це можна прикладами використання емодзі для популяризації певного продукту чи привертання уваги до різнопланових проблем через соціальну мережу Twitter.

У 2015 році всесвітньо відоме кафе «Domino's Pizza» запустило нову систему інтернет-замовлень з використанням соціальної мережі Twitter. Процес замовлення був надзвичайно спрощений: постійні клієнти Domino's повинні лише твітнути емодзі зі зображенням піци на профіль @Dominos. З цього приводу у соціальній мережі Twitter опублікували допис, що складався з таких емодзі.



Рис. 5. Емодзі у соціальній мережі Twitter для інтернет-замовлень Domino's Pizza

Відома актриса Емма Вотсон започаткувала інтернет-кампанію, в якій закликала чоловіків допомагати жінкам боротися за справедливу гендерну політику. Вона наголосила, що феміністки не повинні бути налаштовані проти чоловіків; а чоловіки повинні підтримати жінок у їх боротьбі. Свій заклик актриса позначила хештегом #Heforshe й закликала створити емодзі, який би поєднував традиційний жіночий ♀ та чоловічий ♂ символи. Фоновим кольором зображення вибрали 'мадженту', оскільки він утворюється, коли змішують рожевий та синій кольори, як традиційно використовують на позначення жіночого та чоловічого відповідно.

Всесвітній фонд природи розробив сімнадцять емодзі із зображенням тварин, що вимирають. Ідея полягає в тому, що при підписці на сайт фонду, щоразу при використанні одного з цих смайлів користувач перераховує 10 центів на підтримку того виду тваринки, зображення якої він використовує [4].



Рис. 6. Емодзі зі зображенням тварин, розроблені Всесвітнім фондом природи

Мережа закладів швидкого харчування McDonald's запустила рекламну кампанію, де використала емодзі із соціальної мережі Twitter у вигляді коміксів під гаслом 'Good times'.



Рис. 7. Емодзі у рекламній кампанії McDonald's

Американський програміст і дизайнер Ерік Льюїс створив унікальний сервіс – Еможі Mosaic, за допомогою якого можна перетворити будь-яке зображення на мозаїку з емодзі. Цей ресурс працює за простою системою – до кожного зображення інструмент вибирає певну кількість різних еможі, які за кольором будуть імітувати оригінал. Обробка ілюстрацій займає всього кілька секунд, а результат приємно дивує. Найкраще сервіс працює з фото, на яких немає дрібних деталей [5].

В 2019 році консорціум Unicode представив дванадцятву версію Еможі, в якій розширили кількість наявних варіантів і додали нові – створено 230 нових емодзі. У новій версії з'являться протези рук і ніг, механічні й автоматичні коляски з людьми чи без, слухові апарати, собаки-поводирі й палиці, оскільки робили акцент на інклюзивності [1].

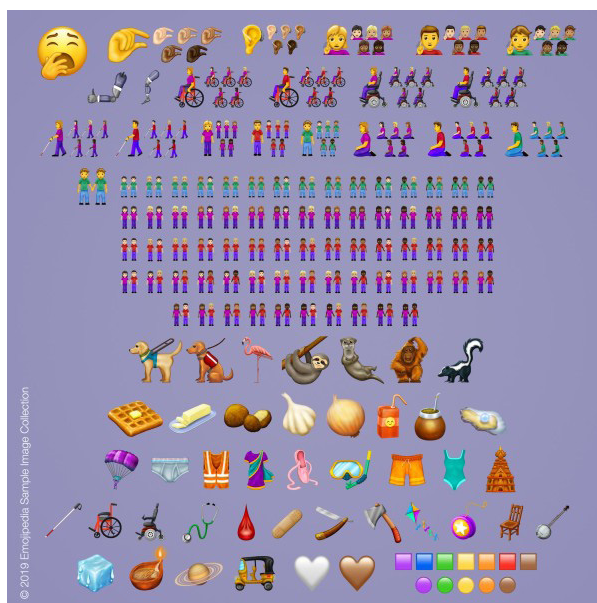


Рис. 8. Емодзі, представлені консорціумом Unicode

Висновки. Отже, у зв'язку з відсутністю безпосереднього контакту зі співрозмовником і можливості висловити додатковий сенс за допомогою невербального мовлення, учасники віртуального спілкування передають відтінки значень і своє

ставлення до теми розмови за допомогою особливої знакової системи – емодзі. Зовнішня простота й універсальність цієї семіотичної системи дозволяють висловлювати різноманітні емоційні стани та спрощують і скорочують текст. Повідомлення відрізняються максимальною стислістю, доступністю та яскравістю. Наразі емодзі виходять далеко за межі веб-комунікації, проникаючи в усі сфери суспільного й культурного життя, а також в образ мислення людей загалом (мистецтво, література, ігри і так далі).

Кожний символ цієї мови несе в собі певне змістове навантаження, тому її можна розглядати як окрему знакову систему, що функціонує паралельно з словесним мовленням, компенсує та/або видозмінює його.

Емодзі не може повністю замінити вербальне спілкування між людьми, але надає спілкуванню яскравості та різноманітності. Ідеограми корегують точність висловлювання та надають йому експресивності.

Емодзі функціонують в інтернет-дискурсі як засоби вираження емоцій, почуттів, мінімізації затрат часу та надання застарілим ідеям нового життя.

REFERENCES

1. Луценко Є. У 2019 році Unicode створив 230 нових емодзі [Електронний ресурс] // Emojipedia Sample Image Collection. 2019. URL: <https://studway.com.ua/unicode-230-novych-emoji/>
2. Реклама Pepsi Moji Bee Selfie [Електронний ресурс] // 2016. URL: https://www.youtube.com/watch?v=5AMY_KnB678.
3. Що таке емодзі? [Електронний ресурс] // AnsWiki. URL: <https://answiki.org.ua/937-scho-take-emozi.html>
4. PEROVIĆ N. WWF Launches #EndangeredEmoji Campaign [Електронний ресурс] // Brandingmag. 2015. URL: <https://www.brandingmag.com/2015/05/21/wwf-twitter-useres-support-endangered-species-endangeredemoji/>.
5. Emojis Mosaic – забавний веб-сервіс, превращающий любое изображение в мозаику из тысяч эмодзи [Електронний ресурс] // Cossa. 2019. URL: <https://www.cossa.ru/news/230633/>
6. The Unicode Standard, Version 10.0 [Електронний ресурс] // The Unicode Standard, Version 11.0. URL: <http://www.unicode.org/charts/PDF/U1F600.pdf>

THE ISSUES OF GENESIS AND FUNCTIONING OF EMOJY IN THE MODERN INTERNET DISCOURSE

Hanna Yordan

*Ternopil national pedagogical university
2 Maxyma Kryvonosa str., 46027, Ternopil, Ukraine
e-mail: j_jrdan@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-7048-7171>*

Khrystyna Yordan

*Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Philology,
T. Shevchenko blvd, 14, 01601, Kyiv, Ukraine
e-mail: k_jrdan@ukr.net*

The article deals with the use of a special language of ideograms and emoticons, which is called “Emoji”. Emoji has already crossed the limits of everyday communication and gone far beyond the limits of web communication, penetrating all spheres of social and cultural life, as well as the way of thinking of people in general (art, literature, games etc.). The confirmation of this point is that Emoji began to appear in promotional events and advertising campaigns of various services or enterprises.

The value of the most used characters on the Internet in general and specifically in particular social networks was analysed as exemplified in social networking sites, such as Facebook, Telegram, Twitter; and the main functions of emoji in the Internet discourse were defined. The collected material shows that in the absence of direct contact with the interlocutor and with lack of possibility to express additional meaning through non-verbal speech, the participants of the virtual communication transmit the verbal niceties and their own attitude to the discussion with the help of a special sign system – emoji.

It has been established that each symbol of this language carries a certain semantic charge; therefore, it can be regarded as a sign system that functions in parallel to the verbal speech, sometimes compensates or modifies it. Although Emoji’s system cannot completely replace verbal communication between people, it gives vividness and diversity to the communication. Ideograms adjust the accuracy of the statement and make it more expressive. Emoji function in the Internet discourse as means of expressing emotions, feelings, minimizing time commitment and providing outdated ideas with new life. However, there are cases when emoticons are embedded in the well-known text for the sake of attracting attention. It allows updating the seemingly outdated idea, to show its relevance in the present.

Key words: emoji, symbol, ideogram, smile, promotional event, advertising campaign, the internet, social networking site, Internet discourse.

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2019: 45; 381–389 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10022>

УДК 81:[008+32]

«СУРЖИКІЗАЦІЯ» УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ З ПОГЛЯДУ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ

Олег Романчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: universum.magazine@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7431-2993>*

У статті розглянута і проаналізована проблема функціонування української мови як державної, як фактора, що консолідує громадян країни, як своєрідного державного кордону в інформаційному просторі держави. Досліджені семіотичні методи впливу на свідомість людини, на процеси мислення. Відзначено ідеологічний чинник мови. Констатується деструктивна роль російської мови в Україні під час гібридної війни. Показано, що невмотивоване використання українськими ЗМІ запозичень з російської мови є наслідком політично-ідеологічної експансії Росії в інформаційний простір України. Зроблений висновок, що державна мова в Україні потребує державного захисту.

Ключові слова: мова, державна мова, українська мова, функція мови, семіотика, ідеологія, інформаційний простір, суржик, інтернет, телебачення, ненормативна лексика, хаос, дезорганізація, ентропія, система.

Вступ. Загальноприйняте визначення мови в найширшому сенсі кваліфікує її як засіб спілкування, передачі інформації. З бігом часу мова перетворилась на інструмент об'єднання громадян навколо загальнодержавних завдань, інструментом захисту їхніх інтересів.

Письменники брати Капранови наголошують: «Державна мова потрібна державі як робочий механізм, а іще конкретніше – як комунікаційний засіб всередині державної машини. Без нього не буде держави». <...> У багатонаціональній державі державна мова потрібна для міжнаціонального спілкування її народів між собою. <...> Вся інформація, призначена для загальнонаціонального розповсюдження, повинна мати повний переклад державною мовою. <...> Державна мова виконує функцію державного кордону. <...> Державна мова – це інструмент держави, який покликаний виконувати такі функції: функцію державного управління; функцію міжнаціонального спілкування; функцію загального інформаційного еквівалента; функцію державного кордону в інформаційному просторі; функцію об'єднання народу країни» [3].

Постановка проблеми. Державні чинники в усьому світі приділяють велику увагу мовному питанню. Бо державна мова згуртовує, злиговує націю в одне політичне ціле. Хаос у мовному питанні може призвести до непередбачуваних наслідків для повноцінного існування держави як системи, яка самоорганізовується.

Мета статті полягає в дослідженні фактів мовно-лінгвістичної асиміляції української мови через легалізацію суржику в побуті, створенні (умисного чи незумисного) мовного хаосу на офіційно-державному рівні – в політиці, науці, культурі.

Виклад матеріалу. «Будь-яка мова – складна інформаційна система. Чим досконаліша система – тим вона гармонійніша. У людей зі збідненою та покаліченою мовою знижується здатність до системного та асоціативного мислення, до розкутого спілкування, і вони програють життєву конкуренцію тим, хто своєю мовою володіє досконало. Їм постійно бракує потрібних слів. Мовний суржик – це наслідок заповнення понятійних прогалів словами, взятими з іншої мови, перехідний етап до постійного вживання чужої мови» [1].

Людина творить багато систем – політичних, економічних, соціальних, військових, культурних тощо. Кожна з яких має конкретне призначення. Приміром, мова, як сумісна інформаційна система, побудована таким чином: кожна попередня фраза містить в собі інформацію про наступні фрази, а кожна наступна уточнює або розширює попередню. Чим точніше враховані параметри стійкості, адекватності, правильності, тим довше функціонуватиме система. Мовна зокрема.

«Мова – це не лише засіб комунікації, але й своєрідна операційна система такого великого комп'ютера, яким є суспільство, – образно, але цілком слушно каже Кирило Стеценко, музикант, композитор і громадський діяч. – Так, комп'ютер може працювати на базі «Віндовз» чи «Лінукс», але одночасно включити обидві системи не вийде. Суспільство або людина використовує мову як базову оперативну систему, на основі якої працюють усі інші програми. І якщо ця базова система недорозвинена чи конфліктує з іншою операційною системою, то обов'язково виникають певні помилки, які ведуть до застою, замкнених кіл і до того, що люди, які входять до інших базових систем, де не існує подібних проблем, конкурентно виграють» [2].

Дві й більше мов – це частково сумісні або цілком несумісні інформаційні системи. Сумісність (несумісність) може мати енергетичний характер, структурний та інформаційний. Українська та російська мови – це частково сумісні системи і їхнє одночасне використання призводить до суржикізації, а відтак до зростання ентропії. Сконструйована в такий спосіб (у таких несприятливих умовах) думка переважно є несумісною з оригіналом, вона спотворює реальність, спричинює хаос в інформаційному просторі, відтак може спровокувати негативні процеси в інших підсистемах держави як соціальної системи.

Як вважає відомий мовознавець Лариса Масенко, абсолютна більшість зарубіжних соціолінгвістів трактує явище масової двомовності, що переживає певна національна спільнота, як перехідний етап в асиміляційному процесі витискування однієї мови іншою. Досліджено, що при такому контактуванні двох мов одна прагне стати домінуючою, а друга – підлеглою [7].

Мова кожного народу обслуговує розгалужений ринок інформації, і зрозуміло, що суспільство, яке не користується державною мовою в повному обсязі, зазнає величезних економічних, політичних і духовних втрат. В Україні державна мова – це насамперед категорія політична та ідеологічна.

«Завдання ідеології – стандартизація світогляду громадськості, тобто вироблення уніфікованого способу розуміння явищ буття. <...> Ідеологія має привчити велику кількість людей сприймати певні явища реальності й робити певні вчинки під впливом цілеспрямованих ідей. <...> Ідеологія деформує реальність переважно задля виконання певної місії в житті людей. <...> Ідеологія не лише формує й організує свідомість людей, а створює й нав'язує певні світоглядні стереотипи (алгоритми), що мають вияв і в схемах поведінки» [8].

Теоретик «керованого хаосу» Стівен Манн прийшов до висновку, що будь-яка система, зокрема й мовна, схильна до дестабілізації [9]. «Керований хаос» є потужним механізмом маніпуляції свідомістю та світоглядом людини, надзвичайно ефективним засобом впливу на її духовну сутність. Це особливо помітно під час президентських і парламентських перегонів, коли широко використовується різноманітна реклама.

«Реклама є своєрідним ідеологічним конструктом, який вибудовує систему символічних цінностей: соціальних, моральних і т. ін... Реклама також сприяє закріпленню старих і формуванню нових стереотипів» [6, 305]. Особливо це помітно в період передвиборних кампаній, коли через ЗМІ політики провокують хаос у свідомості й поведінці громадян, впливають на ухвалення ними доленосних для держави рішень.

Про мовні реалії в Україні сьогодні можна судити з виступів на радіо і телебаченні, з газетних і журнальних публікацій, де питоми українські лексеми день за днем, місяць за місяцем, рік за роком опиняються поза мовним законом, а позанормативні русизми, тобто «слово, його окреме значення, вислів, граматична форма тощо, запозичені з російської мови або утворені за її зразком» [4], в суспільно-політичній лексиці, у побуті, на жаль, вже стали нормою: «у випадку» (замість «у разі»), «доля відповідальності» («частка...»), «приймати участь» («брати участь»), «заказний лист» («рекомендований лист»), «підписка газет і журналів» («передплата...»), «складає» («становить»), «у жодному випадку» («у жодному разі»), «закалювання організму» («загартовування організму»), «мізерна доля» («мізерна частка»), «у п'яти хвиликах» і «у п'яти метрах (має бути «за п'ять хвилин» і «за п'ять метрів»), «палатка» («намет»), «носовик» («хусточка»)...

Чудова і прекрасна погода (смак, аромат, здоров'я тощо) стала в Україні відмінною/відмінним. Але відмінною/відмінним ВІД ЧОГО? До речі, для позначення оцінки успішності (про сумнівну бальну систему оцінювання наразі не йдеться) й далі використовується малозрозуміле «відмінно» (калька з російського «отлично» – переклад з німецького слова *ausgezeichnet*). Відмінно від чого? Вперто пишуть/кажуть: відмінна дорога, відмінні парфуми, відмінне здоров'я, відмінний смак і відмінний аромат... Навіть за радянських часів погода в УРСР була чудовою (не відмінною!), парфуми мали чудовий, прекрасний запах (не відмінний!)... Невже, приміром, не можна визначити знання як «дуже добрі»? Навіть у 20-ті – 30-ті роки минулого століття в УРСР замість «відмінно» вживали «дуже добре». Кудись пощезали «Книгарні». Натомість повигулькували «Книги» і «Book». Книжковий фестиваль у Львові «Форум видавців» перетворився на Book Forum. Можливо, саме через це маленьким українцям замість дзиги пропонують гратися з «юлою».

Кількість кальок з російської за майже три десятиліття української незалежності драстично зростає, породжуючи в національному інформаційному просторі хаос,

ентропію. Приміром, тотально використовується російське «доля» в сенсі «пайки» або «частки», створюючи плутанину. Але ж «доля» українською – це «судьба» російською. А ще є незрозуміла «точка зору». Чому не «з погляду»? «Без свідомості» замість «непритомний». Замість «ковзанки» вживають «каток». Але ж «каток» українською – це машина для асфальту. Журналісти та політики повідомляють, що на фронті українське військо «несе втрати» (правильно – «зазнає»), громадяни в Україні чомусь «несуть відповідальність», замість того, щоб відповідати. В лексиці українців отаборилось/прижилося «круте місце», «круті хлопці» та «круті дівчата», навіть «круті й мегакруті красиви»... Молодь вже не уявляє себе без імпортованого з-за «поребріка» маргінального вставного слова «тіпа».

Українці не телефонують, воліють дзвонити. Завершують телефонну розмову, як правило, банальним: «Ну, давай». Хоча в цьому сенсі, за логікою, напевно, мало б прозвучати українське: «Нумо». Інформаційний хаос породив і «віджим» (вичавлювання), і «штатських» (цивільних), і «перчатки» (рукавички), і «співробітників» (працівників)...

А ще в Україні питання чомусь піднімають, не порушують. Депутати Верховної Ради рішення/закони приймають, а не ухвалюють. А ще приймають участь. Не беруть. Вважають, напевно, що брати можна хабарі?..

У сучасній Україні щедро вродило й зарясніло усілякими топ-компаніями і топ-новинами, фейками (вигадки і брехні кудись заподілись), українці вже не можуть обійтись без мейнстрімів і мас-медій, без офісів, шопінгів, банерів і брендів, мультибрендових супермаркетів...

В УРСР на рекламних щитах регулярно повідомляли про вихід на екрани нового кінофільму: «Незабаром виходить на екрани...». Слово «незабаром» в Українській державі хтось вирішив замінили на «скоро». Слава Богу, що не переінакшили на «бистро».

Були в УРСР пункти прийому склотари, макулатури тощо. З дива-дивного в незалежній Україні замість «пунктів» розплодилась сила-силенних усіляких «точок». «Пункти» кудись пощезали, натомість повилазили «точки». У перспективі – «крапки»? Скарбниця в Українській державі відсутня. Замість неї – «казна». А в результаті діється казна-що...

Наведені приклади – дешиця з мовного хаосу, який панує в інформаційному просторі України (за роки совєтської влади лише в український правопис було внесено понад 120 «поправок», які мали максимально наблизити український правопис до російського), але й вони (приклади) потверджують, що «невмотивоване запозичення слів з однієї мови в іншу – свідчення невибагливості, не уваги і неповаги до своєї мови, низької загальної і мовної культури» [5].

Через світову електронну павутину – інтернет – також здійснюється електронна русифікація. На уроках інформатики, в лабораторіях і в побуті школярі й студенти спілкуються дивовижним комп'ютерним суржиком (сленгом): «ти ввів параметри сторінки?», «файл сохранив?», «натисни «атменіть», а потім натисни «создать», «дивись на параметри сторінки – виділить всьо», «канец, завершеніє сеанса».

Одне слово, «динаміка розвитку»! Мовна. Знакова. Семіотична. Малограмотність прищеплюють ще зі школи: «краснокожі індієці плавали в лодках», «Італія була під сапогом Австрії» – дохідливо пояснює учням вчителька історії. «Земля – це

знаряддя праці», – щиро переконаний голова обласної державної адміністрації. Одне слово, «тумани вісімнадцяті» і анальфabetи хвацько керують і правлять...

«Україна є суржикомовна, – констатує відома письменниця Оксана Забужко. – Суржикізація є руйнуванням мови. І руйнуванням мислення, бо чистота мови пов'язана з чистотою мислення. Ігор Померанцев говорив дуже точно, що мова є пам'яттю, при всій своїй нібито крихкості. Цитуючи Юрія Шевельова, «кожна мова є чортячо небезпечний свідок історії народу, котрий цю мову вживає» [10].

Державу як соціальну систему творять різноманітні структурні складові, в яких мові відведена особлива роль. Йдеться, зокрема, про урбаністику, яскраві елементи побуту тощо. Приміром, «мова рекламного тексту – це комунікативний блок, предмет соціолінгвістичного аналізу, де мовна функція здійснюється у своїй значимій соціальній ролі» [6:306].

Колись серед галицької інтелігенції був популярний вислів: «П'яне вухо не чує брязкоту кайданів». Але це було колись. Нині український Львів заповнили іншомовні вивіски. Довкруз площі Ринок бовваніють англійські назви закладів і крамниць: «Ofic house» (цифровий світ навколо тебе), «Sia home house» (аксесуари для інтер'єру), «La grotta» (піца на дровах), «Space» (жіночий одяг), «Fasion», «Reporter», «Prochnik», «Depp», «Milano fur», «Vip art», «Koazo pub», «Kollin's»... Проспект Свободи: «Золотий Век», «Diamo», «Jiva», «Brocard», «Oscar», «Welfare», «Opera passage», «Motor», «Argos Antalia», «Levi's», «MSJ»... Вулиця Дорошенка: «Guten tak», «Double coffe», «Black coffe», «Jacaranda», «Casablanca», «Lilly», «Atlantic», «Dizzy». Поміж них боязко туляться «Продукти» і «Канцелярські товари»...

Де автентика? Де самоповага? Ми в такий спосіб долучаємось до загальнолюдських цінностей? «Юс сток» (назва крамниці для одягу розміщена на фоні усміхненої дівчини з кольорами американського прапора), «Євросеть» (замість «Євромережа»), «Смайл» (замість «Посміхнись»), «The best зошити Школярник» (замість «Найкращі зошити Школярник»). А ще «Парад IS», «Lilu», «Nola», «Sela», «Ельнара стар». А ще «хіп-хоп скейтшоп стаф». А ще є піцерія «Delicata», «Doner», мережа аптек «D.S.», і туристичних агенцій «Трайдент», «Turtess». А ще є незбагнений «готік-хол», «хот-дог», «тітус». Що означає «Мультибрендовий магазин»? Сік в Україні перетворився на «джусік» відтак бабуся просить у продавчині показати їй «дустік з помідорів».

Англiцизми в українській мові вже перетворились на справжню лексичну пошесть: вейпи і скетчбуки, тренінги і шопінги, тендери і гендери, гранди і кастинги, стартапи і тачпанелі, френди і кіборги, геловіни і онлайнни, апгрейди і лайфхаки, гендмейди і буккросинги. Чи не забагато маємо цього «добра»?

Отож, проблема збереження національного генетичного коду більш ніж актуальна. Письменниця, громадська діячка Лариса Ніцой не приховує свого обурення: «Масове згвалтування українців англійськими словами влаштували згори посадовці. Міністерство освіти запроваджує «булінг», міністерство культури шукає «стейкхолдерів» і встановлює «дедлайни», КМДА пропонує в трамваях і троллейбусах дочекатися «валідатора». Останнє – це якась еротична послуга?» [11].

Бує незбагнена фантазія рекламодавців і приватна ініціатива власників маршруток: «Як заплатиш, так поїдеш», «Зупинок тутка і тамка нема», «Насіння їсти зі шкарлупою», «Не хлопайте дверима», «Хочеш вийти – кричи». Чим не тема для муніципального дискурсу?

Рекламна убогість вражає: «Дякую тобі, Боже, що я не москаль», «Поцілуй мене, бо я українка», «Краще мозоль від пива, ніж горб від роботи». Пишногруді українки і червоні від сивухи козаки, які лізуть під спідницю. На кольоровій туристичній рекламі екскурсії напис: «Гуцулка Ксеня. Замками України». Який стосунок має гуцулка Ксеня до замків України? Мало того, замість вбраної у гаптований кептарик з поплітами у косах «девіца в сарахане», голова якої загорнута в якусь шмату. Або «креативний» напис на фартусі: «Я тут самий главний». А ще є у Львові ресторани «Сім поросят». Чому не семеро?

Якщо вірити телерекламі, то пересічна, середньостатистична українка має постійні проблеми з травленням, її дратує неприємний запах з рота, хворіє на карієс і має чутливі зуби, не може прожити без прокладок для трусиків-танга чи нічних тампонів, постійно бореться з проблемною шкірою, зморшками та вугрями, має ламке і пошкоджене волосся, всіяне лупою, 24 години на добу розмовляє телефоном, постійно відпирає білі плями від дезодорантів, боїться наблизитись до кухонної плити і тому вживає в їжу тільки напівфабрикати...

Хто змінить рекламні пріоритети, які ведуть до самознищення нації, культури? Доки українці надаватимуть перевагу «м'якій горілці», «пиву нашої Батьківщини», чіпсам «Лейс», водночас заздро позираючи на дивовижний слоган «туалетний папір Кохавинка прикрасить будь-яке місце», доти Українська держава перебуватиме на задвірках світової культури.

Хаос у мові породжує невпорядкованість думок у мозку. Булгаковський професор Преображенський мав рацію: «Если я, входя в уборную, начну, извините за выражение, мочиться мимо унитаза и то же самое будут делать Зина и Дарья Петровна, в уборной начнется разруха. Следовательно, разруха не в клозетах, а в головах».

Мова реклами вбиває найбільше. «Шановні пасажири! Не підтримуйте жебрацтво в трамваях і тролейбусах. Це погіршує умови проїзду». Або: «Для ділових людей! Індивідуальний астрологічний гороскоп – зміни на майбутнє». Потомствена болгарська провидиця пропонує ворожіння на картах Таро, вирішення сімейних проблем, заплутаних ситуацій».

А це вже, можна сказати, класика: «Перериваємо запої вдома. Лікування від запою з доставкою додому»; «Унікальний метод позбавлення від алкоголізму! Аналогів немає. ПЕРЕДБАЧЕНІ ПІЛЬГИ».

Дивовижні українські слогани насправду поза конкуренцією: «Паста для всього рота»; «Чітке та ясне зображення»; «Фруктовий смак чорної смородини»; «Без горіхів немає втіхи»; «Надзвичайно святкова пропозиція»...

Сучасній українській рекламі притаманним є мовне невігластво, брак логіки: «Ми більше не користуємось зубною пастою. Ми користуємось новою «Аквафреш»; «Скажеш, ти відмовишся від задоволення WINSTON»? «Батарейки видихаються», «Це так само надійно, як передати їх (гроші. – О.Р.) особисто в руки», «Препарат колдрекс розблоковує закладений ніс», «Ейрвейс – препарат для пом'якшення горла», «Нова кава? Но, но. Еліт-форт».

Телебачення завзято переконує: «Тампакс – це так природно». Ті, хто «не доганяє», можуть отримати додаткову інформацію про «єдині прокладки з природним поглиначем запаху» з т. зв. «зовнішньої реклами», розміщеної на львівській маршруті.

Реклама крему: «Шкіра збалансована тому, що зволожена. Шкіра світиться зсередини». Реклама жіночих трусиків: «Так зручно, що хочеться носити, не знімаючи». Або: «Я люблю відчувати дотик. Тому користуюся милом...». Напис на коробці цукерок: «Лебедина вірність».

Хто, приміром, може пояснити, що таке «європейська якість», «ексклюзивний посуд», «здорові політичні сили»?..

Мені вже доводилося в своїх публіцистичних виступах звертати увагу на засилля мовних покручів у журналістиці, демонструвати приклади використання мовних недоладностей українськими радіо- і телеведучими: ЧОРТІ ЩО; вона ЗВАЛИЛАСЬ мені на голову; під вагою ЛЬДА обривались дроти; ПІДПИСКА в ЛЮБОМУ відділенні зв'язку; ВИЗВАЛА шок; ПРОСИПАЄТЬСЯ ніжність; прапор ВОДРУЗИЛИ; хлопці ПОТІЮТЬ більше; люблять ПОПАХАТИ; ПІДПІЛЬЩИКИ; глядачі РОЗСТРОЇЛИСЯ; збиває З ТОЛКУ; взято під СТРАЖУ; чоловік і жінка РОЗВОДЯТЬСЯ; тато УВОЗИТЬ Бетховена; СТІЙКА пляма; САМЕ НАЙБІЛЬШЕ; в ОДНИХ трусах; ПОКУПИЦЯ; ОГНЕСТРЕЛЬНА зброя; ТИПОВА дівчина, «Оксана, ти така БОДРА і СІЯЄШ щастям»...

Вже стало правилом (навіть у містах Західної України, навіть у Львові, Тернополі та Івано-Франківську) написання російських імен на бейджиках обслуговуючого персоналу крамниць, супермаркетів, ресторанів і кафе: ЮРА (чому не Юрко, Юрась, Юрій?), САША (чому не Сашко, Олександр?), НАТАША (чому не Наталя, Наталка, Натуся?), ПЄТЯ (чому не Петрусь, Петько, Петро?), ВАНЯ (чому не Іванко, Іван, Івась?)...

Петро Порошенко на рекламних плакатах закликає: «Геть від Москви!». За логікою, мало б з'явитись і таке гасло: «Геть москворечіє! Геть суржик!».

Висновки. Перед мовознавцями стоїть доволі складна проблема очищення української мови від засилля русизмів. Однак критичні статті, дискусії, дебати, численні праці фахівців з питань культури і стилістики мови щодо загрозливого поширення в Україні «суржику», так і залишаються добрим побажанням, якщо держава не застосує належним чином свої конституційні можливості для захисту державного статусу української мови, припинення бруталного зросійщення своїх громадян, не вживе нагальних заходів для ефективного захисту національного інформаційного простору.

Під час зустрічі 7 листопада 2018 року з директором Інституту мови НАН України проф. Павлом Гриценком в Дзеркальній залі ЛНУ імені Івана Франка в рамках проекту «Університетські діалоги» знаний вчений наголосив: «Мова – основа нашого буття, запорука міцності нашої держави... Ми маємо сформувану законодавчу базу, яка б відповідала 10-ій статті Конституції України і забезпечувала всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України».

REFERENCES

1. Бачинський Г. Чи залишиться Україна українською? / Г. Бачинський // Універсум. 1995. №9-10. С. 4-5.
2. Богуславська А. Мова не «балакання», а мислення / А. Богуславська // Україна молода. 2007. 9 лист.
3. Брати Капранови. Слон сірий український / Капранови Брати // Ел. ресурс: <www.pravda.com.ua/archive/?50428-3-print>. 2005. 28 квіт.
4. Їжакевич Г. Русизм / Г. Їжакевич // Українська мова. Енциклопедія / Ред. кол. В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін. Київ: Українська енциклопедія, 2000. С. 526.
5. Коваль А. Культура української мови / А. Коваль. К.: Наукова думка, 1964. С. 45.
6. Котик О., Смирнова Т. Психолінгвістические особенности рекламного текста / О. Котик О., Т. Смирнова // Мова і культура. К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2005. Вип. 8. Т. II. Психологія мови і культури. Мова і засоби масової комунікації. С. 305.
7. Масенко Л. Мова і політика / Л. Масенко. Київ: Соняшник, 1999. 100 с.
8. Сенченко О. Ідеології як засіб створення конфліктів / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. 2015. №7. С. 45.
9. Сенченко О. Інформаційно-мережеві війни: феномен «керованого хаосу» / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. 2015. №7. С. 32.
10. «Суржик руйнує мову і мислення» // Газета по-українськи. 2013. 1 березня.
11. Доступно з : https://vgolos.com.ua/blogs/masove-zgvaltuvannya-ukrayintsiv-anglij-skymy-slovamy-vlashtuvaly-zgory-posadovtsi_914497.html

**THE ROLE OF «SURZHYK» (MIXED RUSSIAN-UKRAINIAN DIALECT)
IN UKRAINIAN LANGUAGE
FROM THE PERSPECTIVE OF THE STATE-BUILDING**

Oleh Romanchuk

*Ivan Franko National University of Lviv
General Churpynka Street 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: universum.magazine@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7431-2993>*

In the article there is analyzed the problem of the function of the Ukrainian language as an official language, as a consolidating factor for the citizens of the country, as a peculiar state border in the information space of the state. The semiotic methods of influence on the human consciousness, on the processes of thinking are investigated. The ideological factor of language is noted. The destructive role of the Russian language in Ukraine during the hybrid war is stated. It is shown that an unmotivated use of the borrowings from the Russian language by the Ukrainian media representatives is a consequence of the Russia's political and ideological expansion into the information space of Ukraine. It is concluded that the state language in Ukraine needs the protection from the state.

During the meeting with the Head of the Institute of Language at the National Academy of Sciences of Ukraine Professor Pavlo Hrytsenko in the Mirror Hall of the National Ivan Franko University of Lviv on the 7th of November 2018 due to the implementation of the project «The University Dialogues» the famous scientist noted, we quote: «The language is the basis of our being, a pledge of the power of our State... We have to form the legislative base that could fit the Article 10 of the Constitution of Ukraine and would provide a comprehensive development and function of the Ukrainian language in all the spheres of the social life on the whole territory of Ukraine».

Key words: language, state language, Ukrainian language, language function, semiotics, ideology, information space, surzhik, internet, television, profanity, chaos, disorganization, entropy, system.

ЗМІСТ

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ / МЕДІАВІЙНИ

<i>Мар'яна Кіца, Ірина Мудра</i> ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЗАХИСТ: ІСТОРИОГРАФІЯ, ВИЗНАЧЕННЯ, МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ	3
<i>Ангеліка Ділай, Валерія Кротченко</i> ВІЙНА ЗА УКРАЇНУ: ВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ДО ПРЯМОГО ВТОРГНЕННЯ	13
<i>Лілія Імбіровська-Сиваківська</i> ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ ПІД ЧАС ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ	21
<i>Юлія Кияшко</i> ФАКТЧЕКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯТИВНОМУ ВПЛИВУ ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ	28
<i>Роксолана Кікерчук</i> СТРИМ-ТРАНСЛЯЦІЯ ЯК НОВІТНІЙ СПОСІБ ВИСВІТЛЕННЯ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ	36
<i>Анастасія Коник</i> РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ КОНФЛІКТ У ДЗЕРКАЛІ ЗМІ: ВІЙНА В ПАМ'ЯТІ ТА ВІЙНИ ПАМ'ЯТЕЙ	44
<i>Оксана Левантович</i> ГІБРИДНІ ВІЙНИ ХХІ СТОЛІТТЯ: НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ МЕДІАПРОСТОРУ	52
<i>Аліна Лісневська</i> ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В НОВИННОМУ ВІДЕОКОНТЕНТІ: МАРКЕРИ ТА МЕТОДИ РОЗПІЗНАВАННЯ	60
<i>Ігор Огірко, Зіновій Партико</i> ЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ	67
<i>Анна Полісученко</i> РОЗШИРЕНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК НОВІТНІЙ ІНСТРУМЕНТ ЖУРНАЛІСТИКИ: ВІД ВИТОКІВ ДО СУЧАСНОСТІ	74

<i>Ярослав Сиваківський</i> ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПОЗИЦІЯ ГРОМАДЯНИНА ЧИ ОБ'ЄКТИВНИЙ ПРОФЕСІОНАЛІЗМ	84
<i>Ярослав Табінський</i> МАНІПУЛЯЦІЯ У ФОТОЖУРНАЛІСТИЦІ ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ	90
<i>Роман Хардель, Віталій Виздрик</i> ІСТОРИЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В НОВИХ МЕДІА ПІД ЧАС ПРОТИСТОЯННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ З УКРАЇНОЮ	100
<i>Вікторія Шевченко</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОФЕСІЇ ЖУРНАЛІСТА В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	108
ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ	
<i>Віталій Гандзюк</i> ДЕРЖАВОТВОРЧА ДОМІНАНТА В КОНТЕКСТІ ЧАСОПИСУ «ПОДІЛЛЯ» (1918)	117
<i>Степан Кость</i> ПРЕСА УКРАЇНСЬКИХ ЛІТЕРАТУРНИХ НАПРЯМІВ І УГРУПОВАНЬ У СХІДНІЙ ГАЛИЧИНІ (20–30-і РОКИ ХХ СТОЛІТТЯ). ЧАСТИНА 1	124
<i>Мар'ян Лозинський</i> ПОСЛАННЯ МИТРОПОЛИТА АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬОГО – НАЦІОНАЛЬНО-ДУХОВНА СПАДЩИНА ДЛЯ НАУКОВЦІВ ТА ЖУРНАЛІСТІВ	136
<i>Майя Нагорняк</i> РАДІОТЕЛЕГРАФ УНР (1917-1921 РР): ЗАРОДЖЕННЯ, ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ	142
<i>Оксана Почапська</i> АНТИРАДЯНСЬКА ПРОПАГАНДА ЯК ОСНОВНА КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГЕМА В ДРУКОВАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ 1943 РОКУ (НА МАТЕРІАЛІ АНАЛІЗУ ГАЗЕТИ «ВІДРОДЖЕННЯ»)	150
<i>Вікторія Романчук</i> ПУБЛІЦИСТИКА ЖУРНАЛУ «УНІВЕРСУМ» (1993–2018) ЯК ДІЄВИЙ ЧИННИК УТВЕРДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ	157

<i>Тетяна Слотюк</i> ПРОБЛЕМА МОВИ У МОСКВОФІЛЬСЬКІЙ ПРЕСІ СХІДНОЇ ГАЛИЧИНИ (ПОЧ. ХХ СТ.)	166
---	-----

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Олександр Вільчинський</i> ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ІДЕЇ ДЕРЖАВНОСТІ У МАС-МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ «ТЕРНОПІЛЬ ВЕЧІРНІЙ» В ПЕРІОД СУСПІЛЬНИХ ЗМІН 1990-1991 РОКІВ)	175
--	-----

<i>Валерій Дрешняк</i> ЖАНРОВІ МОДЕЛІ МІСЦЕВИХ ГАЗЕТ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАНЬ ДНІПРА ТА ХАРКОВА)	183
---	-----

<i>Тетяна Кузнєцова</i> МОВА ВОРОЖНЕЧІ В РЕГІОНАХ: СУЧАСНІ НАДБАННЯ В ОДЕСЬКИХ МЕДІА	192
--	-----

<i>Олександр Ярощук</i> НОВІ ФОРМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО РОЗСЛІДУВАННЯ У ХХІ СТОЛІТТІ: НАЙБЛИЖЧІ МАЙБУТНІ ВИКЛИКИ	200
---	-----

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ

<i>Ірина Волошин</i> ПУБЛІЦИСТИКА У РАДІОЕФІРІ: ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ КНИГИ КЛАЙВА СТЕЙПЛЗА ЛЬЮІСА «ПРОСТО ХРИСТИЯНСТВО»	208
---	-----

<i>Мар'ян Житарюк</i> БІБЛІОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ ШЕВЧЕНКОЗНАВСТВА В РУМУНІЇ І МОНОГРАФІЧНО-ХРЕСТОМАТІЙНА АНТОЛОГІЯ «СТОРИНКИ РУМУНСЬКОЇ ШЕВЧЕНКІАНИ»	218
---	-----

<i>Анна Ліченко</i> ІНТЕРАКТИВНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ВЕЛИКИХ ОБСЯГІВ ДАНИХ У МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «THE GUARDIAN»)	230
---	-----

<i>Йосип Лось</i> ЧІЛЬНИЙ АКЦЕНТ СУЧАСНОСТІ: МЕДІАТИЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ САМОВИЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТОСТІ І СПІЛЬНОТИ	238
---	-----

<i>Андрій Мельник</i> ПЕРЕДБАЧЕННЯ ЕПОХИ «ПОСТПРАВДИ» В ЕСЕЇ ХАННИ АРЕНДТ «ІСТИНА І ПОЛІТИКА»	251
<i>Наталія Михайлів</i> ТІЛЕСНИЙ АСПЕКТ ІДЕЙНО-КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ВИМІРУ ЖУРНАЛУ «ХАРПЕРС БАЗАР» (США)	260
<i>Ірина Саківська</i> УКРАЇНА В ПОРЯДКУ ДЕННОМУ «NEWSWEEK» У ПЕРШОМУ КВАРТАЛІ 2014 РОКУ	269
<i>Орест Семотюк</i> РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА У ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУРАХ США, ФРН І УКРАЇНИ: ЯКІСНИЙ І КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ	280
<i>Іван Ципердюк</i> УКРАЇНСЬКА РЕДАКЦІЯ РАДІО «СВОБОДА»: ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКИМ ІНФОРМАЦІЙНИМ ФЕЙКАМ	291

МЕДІАЛІНГВІСТИКА

<i>Тетяна Вільчинська</i> СПЕЦИФІКА ЛІНГВАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ «МИР» У МАС-МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ	299
<i>Олена Кузнецова</i> ПРІОРИТЕТИ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОФЕСОРА ОЛЕКСАНДРИ СЕРБЕНСЬКОЇ	308
<i>Марія Яцимірська</i> МОВНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	316

МЕДІАКУЛЬТУРА

<i>Василь Лизанчук</i> ЖУРНАЛІСТСЬКА ПРАВДА І ПОСТПРАВДА В КОНТЕКСТІ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ	323
<i>Ірина Табінська</i> ДІАЛОГ І ДІАЛОГІЧНИЙ ТЕКСТ: ДЖЕРЕЛА, ЗАСАДИ, АДАПТАЦІЯ В МЕДІА	335

<i>Тетяна Хоменко</i> ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЗМІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ	343
---	-----

НОВІ МЕДІА

<i>Олена Порпуліт</i> СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК ПОЛІТИЧНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ	351
--	-----

<i>Тетяна Василюк</i> АУДИТОРІЯ ЯК АВТОР ІНФОРМАЦІЇ: РОЛЬ КОРИСТУВАЧІВ У СТВОРЕННІ КОНТЕНТУ	360
---	-----

<i>Людмила Євтушенко, Надія Загуменна</i> БІМЕДІЙНІСТЬ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	367
--	-----

<i>Ганна Йордан, Христина Йордан</i> ПИТАННЯ ГЕНЕЗИ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕМОДЗІ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ	373
--	-----

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

<i>Олег Романчук</i> «СУРЖИКІЗАЦІЯ» УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ З ПОГЛЯДУ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ	381
--	-----

CONTENT

MEDIA TECHNOLOGY & MEDIA WARS

<i>Mariana Kitsa, Iryna Mudra</i> INFORMATION WARFARE: HISTORIOGRAPHY OF THE CONCEPT, DEFINITION, MECHANISMS OF IMPLEMENTATION	3
<i>Anhelika Dilai, Valeria Krotchenko</i> THE WAR OF UKRAINE: FROM INFORMATION OPERATIONS TO DIRECT INFRINGEMENT	13
<i>Lilia Imbirovska-Syvakivska</i> LEGAL REGULATION THE MASS-MEDIA DURING AN ARMED CONFLICT	21
<i>Yuliia Kyiashko</i> FACTCHECKING AS AN INSTRUMENT WHICH WOULD COUNTER THE MANIPULATIVE INFLUENCE OF ELECTRONIC MEDIA	28
<i>Roksolana Kikerchuk</i> LIVE STREAMING AS A NEW METHOD COVERAGE OF EMERGENCY RESPONSE	36
<i>Anastasiia Konyk</i> RUSSIAN-UKRAINIAN CONFLICT IN THE MIRROR OF THE MEDIA: A WAR IN MEMORY AND A WAR OF MEMORIES	44
<i>Oksana Levantovych</i> HYBRID WARFARE IN THE 21ST CENTURY: THE CHALLENGES IN THE AREA OF SOCIAL INFORMATION MEDIA	52
<i>Alina Lisnevskia</i> MISINFORMATION IN A VIDEOCONTENT RELATING TO NEWS: MARKERS AND METHODS OF RECOGNITION	60
<i>Ihor Ohirko, Zinovii Partyko</i> LOGIC BASIS OF INFORMATION CAMPAIGNS IN INFORMATION WAR	67
<i>Anna Polisuhenko</i> EXTENDED REALITY AS A NEW INSTRUMENT FOR JOURNALISM: FROM CURRENT TO MODERN	74

<i>Yaroslav Syvakivskyi</i> JOURNALISTIC STANDARD SIN WARFARE: CITIZEN'S POSITION VERSUS OBJECTIVE PROFESSIONALISM	84
<i>Yaroslav Tabinskyi</i> MANIPULATION IN PHOTOJOURNALISM AT THE TIME OF THE INFORMATION WAR	90
<i>Roman Khardel, Vitalii Vyzdryk</i> THE HISTORICAL FACTOR OF RUSSIAN INFORMATION WARFARE AGAINST UKRAINE. THE HISTORICAL CONSCIOUSNESS AS INFORMATION IMPACT OBJECT IN INTERNET MEDIA	100
<i>Viktoriya Shevchenko</i> TRANSFORMATION OF THE JOURNALIST PROFESSION IN A DIGITAL MEDIUM	108
HISTORY AND METHODOLOGY OF JOURNALISM	
<i>Vitaliy Gandziuk</i> BUILDING MANAGER DOMINANT IN THE CONTEXT OF THE TIME «PODILLYA» (1918)	117
<i>Stepan Kost'</i> PRESS OF UKRAINIAN LITERARY DIRECTIONS AND GROUPS IN EASTERN GALICIA (20–30 TH YEARS OF THE TWENTIETH CENTURY)	124
<i>Maryan Lozynskyi</i> THE EPISTLES OF METROPOLITAN ANDREY SHEPTYTSKY: THE MATIONAL-SPIRITUAL LEGACY FOR SCHOLARS AND JOURNALISTS	136
<i>Maya Nahorniak</i> RADIOTELEGRAPHIC CONTENT OF UNR (1917-1921): ORIGIN, MAIN CHARACTERISTICS, STYLE FEATURES	142
<i>Oksana Pochapska</i> ANTISOVIET PROPAGANDA AS THE BASIC COMMUNICATIVE STRATEGY IN PRINTED PERIODICAL EDITIONS OF 1943TH (THE ANALISYS OF THE NEWSPAPER «VIDRODZHENNIA»)	150
<i>Viktoriya Romanchuk</i> PUBLICISM ON THE PAGES OF THE UNIVERSUM MAGAZINE (1993-2018) AS AN EFFECTIVE FACTOR OF THE CONSOLIDATION OF THE UKRAINIAN STATE	157

Tetiana Slotiuk

PROBLEM OF LANGUAGE IN THE RUSSOPHILE PRESS OF THE EASTERN GALICIA (THE BEG. OF XX CENT.)	166
--	-----

THEORY AND PRACTICE OF MODERN JOURNALISM

Oleksandr Vilchynskiy

FEATURES OF THE VERBALIZATION OF THE IDEA OF STATEHOOD IN THE MASS MEDIA TEXT (ON THE MATERIAL OF THE «TERNOPIL VECHIRNIY» NEWSPAPER IN THE PERIOD OF SOCIAL CHANGE 1990-1991)	175
---	-----

Valerii Dreshpak

GENRE MODELS OF LOCAL NEWSPAPERS IN UKRAINE (ON THE EXAMPLE OF DNIPRO AND KHARKIV EDITIONS)	183
--	-----

Tetiana Kuznietsova

THE HATE SPEECH IN THE REGIONS: THE MODERN «ACHIEVEMENTS» IN THE ODESSA MEDIA	192
--	-----

Oleksandr Yaroshchuk

NEW FORMS OF INVESTIGATIVE JOURNALISM IN THE XXI CENTURY: WHAT TO EXPECT SOON	200
--	-----

MASS COMMUNICATIONS ABROAD

Iryna Voloshyn

PUBLICISM IN RADIO BROADCAST: THE STUDY OF THE PHENOMENON OF CLIVE STAPLES LEWIS'S BOOK «MERE CHRISTIANITY»	208
--	-----

Marian Zhytaryuk

BIBLIOGRAPHICAL ASPECT OF SHEVCHENKO STUDY IN ROMANIA AND MONOGRAPHIC AND BASIC ANTHOLOGY «PAGES OF ROMANIAN SHEVCHENKIANA»	218
---	-----

Anna Lichenko

INTERACTIVE VISUALIZATION AS A WAY OF REPRESENTING A LARGE AMOUNT OF DATA IN THE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF «THE GUARDIAN»)	230
---	-----

Josyp Los

THE MAIN EMPHASIS OF THE MODERN AGE: MEDIAIZATION OF THE CONCEPT OF THE IDENTITY OF THE PERSON AND THE COMMUNITY	238
--	-----

<i>Andrii Melnyk</i>	
ANTICIPATION OF THE «POST-TRUTH» ERA IN HANNAH ARENDT'S ESSAY «TRUTH AND POLITICS»	251
<i>Natalya Mykhayliv</i>	
CORPORAL ASPECT OF IDEA-CONCEPTUAL MEASURING OF «HARPER'S BAZAAR» MAGAZINE (USA)	260
<i>Iryna Sakivska</i>	
UKRAINE IN «NEWSWEEK» AGENDA SETTING IN FIRST QUARTER OF 2014	269
<i>Orest Semotiuk</i>	
RUSSIAN-UKRAINIAN MILITARY CONFLICT IN AMERICAN, GERMAN AND UKRAINIAN POLITICAL CARTOONS: QUANTITATIVE AND QUALITATIVE ANALYSIS	280
<i>Ivan Tsyperdiuk</i>	
THE UKRAINIAN EDITORIAL OFFICE OF RADIO LIBERTY: OPPOSITION TO RUSSIAN INFORMATION FAKES	291

MEDIA LINGUISTICS

<i>Tetiana Vilchynska</i>	
SPECIFICATION OF LINGUALIZATION OF CONCEPT «PEACE» IN MASS MEDIA TEXT	299
<i>Olena Kuznetsova</i>	
PRIORITIES OF LINGUISTIC RESEARCHES BY PROFESSOR OLEXANDRA SERBENSKA	308
<i>Mariya Yatsymirska</i>	
THE LANGUAGE POLICY OF THE EUROPEAN UNION	316

MEDIA CULTURE

<i>Vasyl Lyzanchuk</i>	
JOURNALISTIC TRUTH AND POST-TRUTH IN THE CONTEXT OF THE HYBRID WAR OF THE RUSSIAN FEDERATION AGAINST UKRAINE	323
<i>Iryna Tabinska</i>	
DIALOGUE AND DIALOGICAL TEXT: SOURCES, BASES, ADAPTATION IN MEDIA	335

Tetiana Khomenko
TOLERANCE OF MASS MEDIA IN CHRISIS 343

NEW MEDIA

Olena Porpulit
SOCIAL NETWORKS AS A FACTOR OF POLITICAL MOBILIZATION 351

Tetiana Vasyliuk
AUDIENCE AS THE AUTHOR OF INFORMATION:
THE ROLE OF USERS IN CREATING CONTENT 360

Liudmyla Yevtushenko, Nadiia Zahumenna
BIMEDIA COVERAGE IN THE ERA OF GLOBALISATION 367

Hanna Yordan, Khrystyna Yordan
THE ISSUES OF GENESIS AND FUNCTIONING OF EMOJY
IN THE MODERN INTERNET DISCOURSE 373

MEDIA RESEARCH

Oleh Romanchuk
THE ROLE OF «SURZHYK» (MIXED RUSSIAN-UKRAINIAN DIALECT)
IN UKRAINIAN LANGUAGE FROM THE PERSPECTIVE
OF THE STATE-BUILDING 381

Збірник наукових праць

Вісник Львівського університету

СЕРІЯ ЖУРНАЛІСТИКА

ВИПУСК 45

Виходить з 1958 р.

Редакція «Вісника» висловлює щиру подяку працівникам відділу каталогізації Наукової бібліотеки Львівського національного університету ім. Івана Франка за надання номерів УДК до матеріалів цього випуску

Упорядкування і наукова редакція *Мар'ян Житарюк, Ігор Скленар*
Технічне опрацювання і верстка *Ігор Полянський*
Комп'ютерний набір і коректура *Мар'ян Житарюк, Ігор Скленар*

Підп. до друку 24.04.2019. Формат 70×100/16. Гарнітура «Таймс». Друк на різогр.
Умовн. друк. арк. 25. Наклад 100 прим. Зам. №.

Львівський національний університет імені Івана Франка.

79000, м. Львів, вул. Дорошенка, 41.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.

Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.