

Львівський національний університет імені Івана Франка  
Факультет журналістики

*360-річчю  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
п р и с в я ч у є м о*

# **Перспективи і тенденції розвитку ЗМІ в Україні та світі**

**ЗБІРНИК**  
матеріалів звітної наукової конференції за 2020 рік  
(секція «Журналістики»)

Львів – 2021

**УДК 070.1(477)"20"(06)**

Рекомендувала Вчена рада факультету журналістики  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
(протокол №1 від 23 вересня 2021 р.).

**Перспективи і тенденції розвитку ЗМІ в Україні та світі :**  
збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2020 рік (секція «Журналістики») / упоряд. Андрій Яценко. Львів: Простір-М, 2021. 124 с.

У збірнику опубліковано тези доповідей (в авторській редакції) звітної конференції науковців факультету журналістики за 2020 рік. Висвітлено проблеми сучасного журналістикознавства, соціальних комунікацій.

**Упорядник та відповідальний за випуск:**  
*кандидат філологічних наук, доцент кафедри мови ЗМІ,  
заступник декана з наукової і навчально-методичної роботи*  
**Андрій Яценко**

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021  
© Простір-М, 2021

*Іван Крупський*  
(д. і. н., професор)

## **ІВАН ФРАНКО ПРО МОСКВОФІЛЬСЬКУ ПРЕСУ ГАЛИЧИНИ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «БЕСЕДА»)**

«Беседа» – журнал, що видавався у Львові з 1887 р. спочатку як «журнал литературы, политики и современной жизни» і був літературним додатком до журналу «Страхопуд»; у 1888-1893 рр. – самостійне видання. Виходив двічі на місяць за редакцією О.Мончаловського, вважається одним із провідних рупорів москвофільства в Галичині.

Ю. Яворський, який планував одноосібно видавати «Беседу», пропонував й І. Франкові співпрацювати з цим журналом, на що у листі до Ю. Яворського від 21 жовтня 1892 р. І. Франко навіть дав згоду, хоча й висунув декілька вимог, за яких погоджувався співпрацювати з часописом, вимагаючи, зокрема, аби видавці і сам Яворський визнали «существование малорусского языка (или, коли хотите, наречия), не отрицаете возможности существования литературы малорусской (отрицание такое было бы ведь абсурдом) <...>, чтобы Вы согласились принципиально печатать, хотя небольшие, произведения на малорусском языке фонетическим правописанием. Пусть это для начала будут только стихи, но важно именно самое начало, самый принцип. Я со своей стороны в этом отношении готов предложить Вам свои услуги» [1, с. 359].

І, як писав у цьому листі Франко далі, він намірювався вислати для часопису статтю «Повесть о Варлааме и Иоасафе и ее литературная история». Однак оскільки редактор «Беседы» О. Мончаловський не поступився місцем, наміри Ю. Яворського щодо співпраці з І. Франком у цьому часописі не здійснилися.

Задекларовуючи своє місце в мережі тогочасних періодичних видань, у програмній редакційній замітці «Къ М.Г.Землякамъ», опублікованій у першому числі за 1887 р., зазначалося, що причиною заснування часопису є «недостатокъ письма для белетристики и литературы». Тому й мету свою редакція «Беседы» вбачала у тому, аби заповнити цю прогалину. На жаль, ця прогалина заповнювалася лише однобоко – на сторінках журналу друкувалися переважно художні твори тих осіб, що належали до москвофільського напрямку.

Роблячи огляди перших річників журналу, І. Франко у статті «Нарис історії українсько-руської літератури до 1890 р.» зазначав, що на сторінках «Беседы» «окрім нової москвофільської белетристики та

перекладів, поміщено також деякі твори наших старших письменників Михайла Мінчакевича, два вірші Маркіяна Шашкевича, по одному віршу Антона Могильницького та Антона Петрушевича... В річнику за 1889 р. надруковано один, мабуть, апокрифічний вірш Тараса Шевченка, що починається словами "І дружини, і піхота на Дунай ідуть"» [2, с. 415]. Серед інших художніх творів, надрукованих у журналі, І. Франко в цьому ж огляді відзначав оповідання «По совету врача» та «Не только жену, но и тещу выбирай».

Певне місце на сторінках журналу відводилося літературно-критичним статтям. Зокрема, у кількох номерах «Беседы» (1897. № 9-10; № 11-12) були надруковані «Литературныя замітки» Ю. Яворського про працю І. Франка «Апокріфи і легенди з українських рукописів» та рецензію Ю. Яворського на збірку І. Франка «З вершин і низин», що вийшла під назвою «Верхи и низы современной малорусской поэзии» з редакційною приміткою О. Мончаловського, у якій О. Мончаловський негативно відізвався й про Леона Василевського, одного з авторів «Життя і слова».

У цих статтях Ю. Яворський характеризував І.Франка як адепта сепаратизму, який відстоює «отдельность малорусского языка и ненавидит остальную Русь... Все его сочинения писаны по малорусски, на галицком наречии, с выразительною закраскою и печатью сепаратизма». Однак віддаючи належне талантові Франка, про що, на думку рецензента, свідчить збірка «З вершин і низин», висловив припущення, що «малорусское творчество І. Франка со временем может занять в общерусской литературе свое место, как заняли его малорусские Музы Шевченка, Кулиша и Гребінки».

Завершуючи цей «аналіз» творів І.Франка, Ю.Яворський здивований і навіть обурюється: «Почему г. Франко ... ничего не пишет по (велико-) русски, хотя много пишет на чужом языке, на польском?», й твердить, що «Это его польское писательство отражается даже очень неблагоприятно на его малорусском творчестве».

Як рецензії Ю.Яворського, так й примітка О.Мончаловського обурили І.Франка, свідченням чого є його лист до В.Г.Щурата від 10 квітня 1894, у якому Франко зарікався, що «до часопису, котрий бавиться в такі денунціації, я одного слова свого не дам, хоч би там про мене писали, що їх душа забажає» [3, с. 491.].

Виступав І.Франко й проти мови, якою вівся журнал. Саме ці чинники – москвофільський напрям часопису, некомпетентні рецензії Ю.Яворського та така ж неправдива примітка редактора «Беседы» О.Мончаловського, у поєднанні з мовою журналу, унеможлилювали співпрацю І.Франка з цим виданням.

ЛІТЕРАТУРА

1. Франко І. // Лист до Ю. Яворського від 21 жовтня 1892 р. // Збір. творів: У 50 т. – К.: Наукова думка, 1986. – Т. 49.
2. Франко І. Нарис історії українсько-руської літератури до 1890 р. // Збір. творів: у 50 т. – К.: Наукова думка, 1984. – Т. 41.
3. Франко І. Лист до В.Г. Щурата від 10 квітня 1894 р. // Збір. творів: у 50 т. – К.: Наукова думка, 1984. – Т. 49.

*Михайло Присяжний*  
(к. філол. н., професор)

## ВИСОКА МІСІЯ ПРЕСИ ПЛАСТУ В ЕМІГРАЦІЇ

Значне місце у структурі повоєнної еміграційної преси в Німеччині належало виданням для молоді. У списку десятків видань виділяються часописи для студентів, дітей, Спілки української молоді (СУМ), тощо. Але чи не найбільш чисельно виявилася група преси Пласту, можливо, з причини виняткової дисциплінованості пластунів, які опинилися на еміграції. Вони вже восени 1945 року організувалися у Союз Українських пластунів-емігрантів (СУПЕ) і розпочали правове оформлення своєї діяльності на території окупованої Німеччини, яке успішно завершилося у 1947 році. У таборах для переміщених осіб поширювалися часописи «Ватра», орган пластової громадської думки, Регенсбург, 1947-1948 рр., «Вісті булави», орган Булави Коменданта пластунів, Мюнхен, 1948 р., «Вогонь Орлиної Ради», Мюнхен, 1948 р., «Косар», пластовий бюлетень загону «Червона калина», Баварія, 1948 р., «На сліді», місячний журнал юнацтва Фюрт-Байройт, 1947-1948 рр., «Наш шлях», двотижневий орган Пластового руху і української молоді, Зальцбург, 1946-1947 рр., «Новак», журнал юнацтва, Авгсбург, 1946 р., «Пластові вісті», неперіодичний орган Головної пластової старшини, Мюнхен, 1947-1948 рр., «Пластун», інструктивно-розваговий часопис, Авгсбург 1946-1947 рр., «Сеньйорська ватра», кварталник сеньйорату, Мюнхен, 1947-1950 рр., «Скоб», журнал пластового коша, Мюнхен-Карсфельд, 1945-1946 рр., «Новий шлях», пластовий двотижневик, Зальцбург, 1946-1947 рр. та ін.

Зусиллями новообраного коменданта Союзу українських пластунів-емігрантів Атанаса Фіголя 1946 року у Мюнхені відновлено журнал «Молоде життя», який став продовженням однойменного часопису, який виходив у 1921-1930 рр. у Львові, а після заборони польською владою українського Пласту, – в Празі. Перші числа мюнхенського

видання появлялися циклостильовим способом, але незважаючи на це були привабливими завдяки вдалому художньому оформленню (мальовані заголовки, графічні ілюстрації). До читачів з редакційною статтею «Ходи з нами!» звернувся А.Фіголь, який закликав українську молодь під прапор Пласту. У кожному номері зліва на відкритті першої сторінки повторювався «Пластовий закон», тобто яким повинен бути пластун: «словним, совісним, точним, ощадним, справедливим, чемним, братерським, приятельським, зрівноваженим, пожиточним, карним, пильним, дбалим про здоров'я і красу, все доброї думки». Тому автор статті підкреслював: «Коли набудеш у твердій боротьбі – передовсім і перед самим собою – хоч частину пластових чеснот, тоді справді будеш готовим послужити у потребі своїй громаді, своїй Батьківщині». Тематична структура «Молодого життя» визначалися у великій мірі традиціями набутими на львівському і празькому відтинках історії. Редакція дбала, щоб на сторінках з'являлися публікації виховного змісту, історична проблематика, літературні твори, розділи «З природи і техніки», «З нашого життя», матеріали методичного спрямування. Приміром, як додаток до «Молодого життя» (№3, 1946) надруковано «Поради Старого Вовка» (ч.3/46) – інструкції як організувати мандрівку, пластові ігри і забави.

На сторінках «Молодого життя» належне місце займав пластунський офіціоз. Широко висвітлив часопис у ч.№3 Другий звичайний загальний з'їзд СУПЕ, який відбувся 27-28 квітня 1946 р. у Карлсфельді. Вміщено об'ємний звіт Володимирка про подію «Наш з'їзд (з мого записника)», написаний у дотепній формі, доповідь голови пластунів Атанаса Фіголя (Котангенс Фі) «Пройдений етап». Надруковано постанови з форуму, у т.ч. «У справі видань і пропаганди», де підкреслено, що з'їзд визнає велику вагу друкованого слова для виховної праці Пласту, тому видавці, редактори й автори видань, які сповідують пластові ідеї, пластові методи, організаційні чи виховні питання об'єднуються у спільний видавничий осередок під проводом референта видань і пропаганди при команді СУПЕ для визначення напрямків діяльності, координації журналістських сил, ефективного використання духовних, особових та матеріальних засобів.

Після карлсфельдського з'їзду видавнича діяльність СУПЕ значно активізувалася: видано до кінця 1946 року 49 примірників брошур – інструкції, накази, правильники, приписи, розпорядження. У вересні 1946 року почала діяти Пластова пресова квартира СУПЕ. Крім періодики в таборах ДП з'являлися газети, журнали т.зв. одноднівки, приміром «До щастя, слави», «Впорядчик» (Травнштайн), «Юнак» (Ляндек), «Бджілка» (Інсбрук) та ін.

До кінця 1950 р. часопис «Молоде життя» виходив у Німеччині (Аугсбург) як головне пластова видання емігрантів. Журнал був рупором СУПЕ і зумів об'єднати українських скаутів і спрямувати їх сили

на розбудову організації в умовах чужини. Упродовж 1951-1959 рр. часопис виходив у США за редакцією Богдана Кравціва. Разом вийшло 145 чисел.

Загалом, завдяки пластунській пресі збережено історичну естафетність. Після проголошення незалежності Пласт органічно зайняв своє належне місце в українському суспільстві. Преса Пласту в еміграції сповна виконала свою високу місію.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Енциклопедія українознавства, Словникова частина, т.5, Видавництво «Молоде життя»: – Париж – Нью-Йорк. – 1966. – С. 1641.
2. Маруняк Володимир, Українська еміграція в Німеччині і Австрії по Другій світовій війні, роки 1945-1951, т. 1, Академічне видавництво доктора Петра Белея : Мюнхен. – 1985. – 433 с.
3. Молоде життя / Часопис українського Пласту. – 1946. – чч. 1–4. – 64 с.

*Юрій Васківський*  
(к. філол. н., доцент)

### **ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАННЯХ**

Говорячи про сучасну журналістику як про систему, дослідники відзначають, що це сукупність наявних нині органів масової інформації. Їхнє функціонування викликане запитом аудиторії та потребами суспільства отримувати інформацію. Інформація, за Н. Вінером – передбачає позначення змісту, який можна отримати із світу зовнішнього у процесі пристосування до нього і також пристосування наших почуттів. Пояснюючи простими словами, життя людства в інформаційному вакуумі – неможливе, а інформація має здатність проникнути у всі пори суспільного життя. Хоча, на думку багатьох дослідників, вичерпного і всеохопного визначення поняття інформація, яке ми застосовуємо в журналістиці, й не існує, втім, коротко – це викладення даних, повідомлення, відомості про будь-який факт, подію, діяльність [1].

Соціальною місією журналістики у всі часи було та є формування громадської думки, а функції журналістики поділять одразу на кілька підтипів. До загальних функцій, зокрема, належить збирання, опрацювання та поширення отриманих даних. Завдяки цій функції відбувається реалізація всіх інших функцій. Їх відносять до підтипу «спеці-

альні». Це функція «сторожового собаки» – тобто захист законності й боротьба з суспільною несправедливістю. Функція організаційна – що допомагає суспільству громадянському – активній, небайдужій та дієвій частині людей – через журналістику впливати на установи, відомства, інституції та державу в цілому задля покращення чинних норм і реалізації потреб, що мають правильну мету. Також це рекламна, ідеологічна, розважальна та рекламна функції [2].

Першою і однією із найвизначніших атрибутивних особливостей преси є те, що вся подана для сприйняття інформація фіксується у друкованому тексті. Саме текст – основа преси. У цьому ж випадку варто не забувати і про силу слова, яке за потреби журналіст може наповнити безліччю художніх образів, аби подані факти не були сухими і легко сприймалися читачу. Лише на перший погляд може видатися, що слово, надруковане в газеті чи журналі, не має такої ж сили як у роді розмовному або зображувальному, що ми чуємо по телебаченню і радіо. Адже мова – основа масово-інформаційної діяльності для всіх без винятку типів ЗМІ. Та друковане слово є потужнішим інколи у порівнянні зі сказаним, яке часто можна охарактеризувати як неточне або приблизне. Бо друкованому слову під силу наповну відтворити діалоги героїв, передати емоції, закріпити хронологічні рамки. І сучасна журналістика в Україні та світі, відзначають дослідники. Вміло користується цією перевагою, щоб боротися за читача і витримувати конкуренцію [3].

Друга атрибутивна особливість – це те, що додаткові технічні засоби не потрібні для того, щоб сприймати пресу. І це за умови, коли звичайна людина без радіоприймача або іншого приладу не матиме можливості дізнатися останні новини світу, які пропонуються в ефірах радіостанцій, бо не зможе прослухати їх. Газета ж чи журнал, не потребують нічого для сприйняття слів і значень друкованого тексту, опублікованого на сторінці. Як варіант, можливо, у кого слабкий зір, то тоді знадобляться окуляри. Проте навіть їх відносимо до елементів побуту і речей щоденного вжитку, а не спеціальних пристроїв.

Третя атрибутивна особливість передбачає вибірковість та оглядовість. Ознайомлюючи з матеріалами журналів і газет, видання друкованого типу надають можливість вибірковості та оглядовості. Адже спершу читач роздивляється і вчитується у заголовки, які є до матеріалів, а вже опісля вибирає, що прочитати у першу чергу, що прочитати потім, а на що взагалі не слід звертати увагу і витратити час. У друкованих ЗМІ усі публікації мають властивість існувати паралельно, одночасно за хронологією. А от в тому чи іншому медіа електронного типу публікації розташовуються зазвичай послідовно. Це унеможливає для читача вибирати, на чому зосередити увагу, що містить елементи нав'язування матеріалів реципієнтові.



Попри виклики часу і глобалізацію світу та всіх його складових, друковані видання нині є чи не найбільш демократичним видом журналістики. Адже саме тут читач має право вирішувати: що читати або ж не читати на сторінках того чи іншого ЗМІ. Загальновідомим також є той факт, що преса дає можливість забезпечити спосіб «відкладеного читання», коли до тексту читачі звертаються у зручний для кожного із них час. До електронних ЗМІ поки що не застосовується спосіб «відкладеного прослуховування» чи «відкладеного перегляду», хоча не виключено, що в найближчому майбутньому техніка запису вдосконалиться й здешевіє настільки, що перегляд пропущеної телепрограми стане звичним у нашому побуті. Проте наразі така можливість залишається лише у планах, допоки людство і розвиток суспільства не вийшов на більш високий рівень.

Також друкована журналістика у той чи інший спосіб акумулюється в бібліотеках і архівах, що в майбутньому створює можливість використовувати її для широкого кола читачів. Тут журнали, газети інформаційні вісники мають без сумніву пріоритет у порівнянні з електронними ЗМІ. Звісно, телебачення та радіостанції збирають в своїх архівах найкращі і найпотрібніші програми і передачі, але технологічні можливості зберігання таких робіт не є сповна досконалою, аби не з роками не розгубити усе архівоване.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Васківський Ю.П. Реклама в інтернет-медіях (на прикладі: lplus1.ua, захid.net, zakarpattia.net.ua). Державне управління: удосконалення та розвиток. 2019. № 9. – URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1484> (дата звернення: 19.01.2021).
2. Друковані засоби масової інформації, преса. Юридична енциклопедія: [у 6 т.] ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.] К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. Т. 2 : Д – Й. 744 с.
3. Ким М.Н. Журналістика: методологія професійного творчства. Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. С. 72-132.

**Мар'ян Лозинський**  
(к. і. н., доцент)

## **ПОЧАТКИ НАУКОВОЇ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ В 1945-1947 РОКАХ**

Львівський державний університет, який 8 січня 1940 року після звернення академічної спільноти і за рішенням президії Верховної Ради УРСР отримав право носити ім'я Івана Франка (далі ЛДУ ім. Івана Франка), розпочав свою освітню діяльність. Вона була перервана через німецько-радянську війну в 1941-1944 роках. Тодішньому ректору І. І. Білякевичу довелося займатися ремонтом знищених аудиторій, навчальних лабораторій, а також пошуком науково-педагогічних кадрів, адже частина викладачів була мобілізована в армію, частина опинилася в радянському тилу, а дехто із них і загинув.

Названому керівнику довелося запросити українських педагогів-науковців, зокрема, проф. Івана Крип'якевича, проф. Мирона Кордубу, акад. Володимира Сельського, акад. Євгена Лазаренка, акад. Василя Щурата та багатьох інших. Наукове життя і навчальний процес, який забезпечувала збільшена кількість викладацького складу і студентства зумовили потребу у виданні монографій, навчальних посібників, підручників та ін. Результати наукових досліджень, як згадує ректор ЛДУ ім. І. Франка акад. Є. Лазаренко (1951-1964), були надруковані в «Наукових записках» [1, с. 7]. З 1956 року «Наукові записки» перейменовано у відповідні тематичні збірники новостворених факультетів.

Розглянемо початки наукової видавничої діяльності ЛДУ ім. Івана Франка в обраний для цих тез період. З архівних матеріалів, зокрема, із статті тодішнього ректора Університету І. Білякевича довідуємося, що початком цієї діяльності слід вважати 25 травня 1945 року. Проф. І. Білякевич посилається на рішення ЦК КП(б) України щодо затвердження видавничого плану Університету на 1946 рік. В цьому ж листі Ректор інформує партійне керівництво про готові до друку 4 збірники та 3 монографії, які можуть бути не надруковані, тому що керівництво обласного книговидання надало дозвіл на друк тільки одного видання.

3 червня 1946 року на ім'я названого Ректора надійшов лист з Міністерства вищої освіти з Москви із вимогою підготувати до видання нарис про хронологію діяльності Університету від часу заснування під назвою «Університети СРСР», яке мало побачити світ в кінці 1947 року (з вимогою висвітлювати репресії з боку тодішньої польської влади (до 1939 року) щодо професорсько-викладацького складу, студентства; звільнення, арешти, тощо, – всього 20 двадцять вимог)[2, с. 13].

25 жовтня 1946 року в наказі ректора Університету № 204-а, з посиланням на вказівки начальника управління в справах вищої школи при Раді Міністерства УРСР, було визначено основні вимоги щодо підготов-

ки наукової книжково-журнальної продукції. Зокрема, процедура передбачала обов'язковий розгляд на засіданні кафедри, потім схвалення та рекомендацію на засіданні вченої ради факультету, а наостанок – затвердження редакційною колегією Університету. В університетському кошторисі для наукових видань в повоєнний 1946 рік було передбачено значний бюджет – в сумі 60 000 тис. карбованців, в тому числі й 10 тис. карбованців на заробітну плату працівників видавництва. Тим не менше, ректор І. Білякевич звернувся з проханням до заступника міністра народної освіти УРСР О.М. Руського додатково виділити 20 тис. карбованців для друку чотирьох чисел «Наукових записок». Підставою для цього, на думку цього ректора, стала мовна складність багатьох статей, які увійшли до цих журналів. Він писав: «У зв'язку з тим, що більшість наукових робіт, поданих до збірників, були написані російською мовою науковцями, що прибули із східних районів СРСР, а деякі статті польською місцевих професорів – польською мовою, а наукові записки повинні були вийти українською мовою, то довелося зазначені наукові роботи віддати для перекладу на українську мову фахівцям» [2; с. 18]. Це показує вболівання проф. І. Білякевича за україномовний зміст наукових видань Університету. В тому листі-проханні до заступника міністра народної освіти УРСР О.М. Руського ректор просить дозволу у міністерства, у випадку неможливості додаткових асигнувань, покрити із фондів витрати на видання «Наукових записок», які були відведені на підвищення кваліфікації викладачів.

Підсумовуючи адміністративні кроки адміністрації ЛДУ ім. Івана Франка щодо наукової видавничої діяльності, висновуємо, що така діяльність в післявоєнний період стала можливою завдяки науковим працям різних жанрів з боку професорсько-викладацького складу, а також завдяки фінансовій підтримці ректорату. Згідно з видавничим планом науковців ЛДУ ім. І. Франка, в 1946 році підготовлено до видання «Наукові записки» (Серія філологічна, Серія біологічна, Серія геологічна), збірник «Леся Українка» (до 75-річчя з дня її народження). Ці видання були надруковані протягом 1946-1947 рр.

Перші видані наукові праці спонукали адміністрацію ЛДУ ім. І. Франка до заснування в 1946 році університетського видавництва, на базі якого в наступному році була організована поліграфічна база. Відтоді видавнича діяльність Університету отримала подальший розвиток і позитивно впливала на освітній процес в навчальному закладі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Лазаренко Є.К. 300 років Львівському університету. Львів: Видавництво Львівського університету, 1961. 79 с.
2. Переписка видавництва та друкарні // Архів ЛНУ ім. І. Франка. Ф. 17. Спр. № 16. С. 7-18.

**Мирослава Рудик**  
(к. соц. ком., доцент)

## **ОБРАЗ УКРАЇНИ У ПУБЛІЦИСТИЦІ ОКСАНИ ЗАБУЖКО**

Оксана Забужко – талановита письменниця і публіцистка, інтелектуалка, авторка понад двадцяти книг, у 2019 р. лавреатка Національної премії України імені Тараса Шевченка за книгу «І знов я влізаю в танк...» (вибрані тексти 2012–2016: статті, есе, інтерв'ю, спогади). Твори Оксани Забужко подолали національні кордони, їх перекладено у понад двадцяти країнах світу, авторка своєю творчістю намагається привернути увагу до проблем України, вивести українську літературу на міжнародну арену.

Окрім багатой літературної спадщини, у якій Оксана Забужко досліджує історичні постаті і події, докопуються до архівних фактів, розкриває непрості долі людей, нас передовсім цікавить публіцистична творчість письменниці, яка є інтелектуальною відповіддю на сучасний стан речей в Україні. Це своєрідне апелювання до розуму і почуття гідності правдивої української нації.

Публіцистичні тексти Оксани Забужко зібрані у таких книгах: «Хроніки від Фортінбраса», «Let my people go», «3 мапи книг і людей», «Український палімпсест. Оксана Забужко в розмові з Ізою Хруслінською», «Репортаж із 2000-го року», «Літопис самовидців: Дев'ять місяців українського спротиву», «І знов я влізаю в танк...», «Планета Полин». Власне вони і стали об'єктом нашого дослідження. Адже публіцистичні тексти Оксани Забужко, зібрані за різні часові періоди з різноманітних медіа-ресурсів органічно вибудовують образ України давньої і сучасної у свідомості авторки. А вже цим цілісним образом письменниця ділиться зі своїми читачами через публіцистичне слово.

Коротко проаналізувавши вищезазначені видання книг, ми хочемо звернути увагу на актуальність представлених ідей у кожній з них. Так, у «Хроніці від Фортінбраса» (1999) авторка представляє українську культурологічну розвідку на зламі епох. Книга Оксани Забужко «Репортаж із 2000-го року» увібрала в себе опубліковані виступи письменниці у медіа за 2000 рік. Тематика виступів різноманітна, адже письменниця з особливим трепетом приділяє увагу як питанням культури, так і політичним проблемам. Збірка есеїв «Let my people go» присвячена історичним подіям осені 2004 р., вона має репортажний характер, що допомогло зафіксувати момент відродження українського суспільства. Наступна книга «3 мапи книг і людей» (2012) представляє мемуарну спадщину. За словами авторки, «Ця книга складена як спроба мапи книг і людей, картин, фільмів, героїв, які вплинули на формування мого життя. Я написала у передмові, що це була спроба

створити духовний портрет того українського інтелігентного культурного творчого середовища, продуктом якого я є сама». У книзі «Український палімпсест. Оксана Забужко в розмові з Ізою Хруслінською» (2014) представлено розлоге інтерв'ю про літературу, її спадкоємність, сучасний світ і місце України в ньому. Тут авторка робить спробу історичного осмислення долі України, прорахунків і помилок з часу проголошення незалежності. «Літопис самовидців: Дев'ять місяців українського спротиву» – це колективний проєкт, що створює хроніку визвольної боротьби українців від протестів Євромайдану до Революції Гідності та російсько-української війни. «І знов я влізаю в танк...» (2016) – книга про інформаційну експансію Росії. Як зазначає літературознавця О.Шур: «Ця книжка не втратить актуальності ще довго. Це частина творчої біографії авторки, вона логічно вписується в низку попередніх її видань. Та й тема – інформаційна війна, об'єктом і територією якої стала Україна – перетвориться на давню історію аж ніяк не завтра» [2].

Найновіша праця Оксани Забужко «Планета Полин» (2020) представляє зібрані за останні 20 років есеї про відомих особистостей української культури ХХ і початку ХХІ століття. «Забужко знімає шар за шаром закостенілі міфи про них, описує епоху, яка їх оточувала. Це створює для нас картину контексту, в якому вони жили і творили, допомагає подивитись на них справжніх. Катерина Білокур, Софія Яблонська, Соломія Павличко, Юрій Шевельов, Юрій Покальчук, Леонід Плющ оживають в голові читача. Авторка з деякими із них була добре знайома і навіть приятелювала» [3].

Отож, можемо дійти висновку, що образ України Оксана Забужко створює за допомогою збірних образів окремих українців, які творили у площині культури. У публікації «Україна: підпілля Європи» висловлює стривожену думку, що українська культурна присутність у європейському просторі й досі, на 21-му році від часу появи країни на політичній мапі, залишається майже невидимою – і не українцями зазвичай не розпізнається» [1]. Саме тому письменниця намагається відкрити світові Україну, відновити справедливість. Також авторка не обходить важких і малоприємних тем. Оксана Забужко різко висловлюється: «з національного генотипу видалено ген свободи» [3], – так письменниця хоче привернути увагу до одвічної проблеми українців – їхньої надмірної терплячості, нав'язаного почуття меншовартості. Попри глибокий, а часами й емоційно-критичний аналіз української дійсності, авторка все ж не перестає захоплюватися Україною, її шляхетною вдачею, не перестає дивуватися її непереборній вітальній силі. «Воістину, Україна таки невичерпна» [1], – стверджує письменниця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Оксана Забужко: І знов я влізаю в танк... Доступно з: <https://tsn.ua/books/okšana-zabuzhko-i-znov-ya-vlizayu-v-tank-792794.html>
2. Щур О. Для тих, хто в танку: інструкція до інформаційної війни: Доступно з <https://komorabooks.com/dlya-tyh-hto-v-tanku-instruksiya-do-informatsijnoyi-vijny-retsenziya/>
3. Чисніков А. Книга року ВВС: «Планета Полин» Забужко – це книга, яка надихає на вчинки: Доступно з <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54966472>

*Ігор Скленап*

*(к. соц. ком., доцент)*

## **НОВІ ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ МЕДІАРЕСУРСІВ УГКЦ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ В 2020 РОЦІ**

Церква до початку пандемії не використовувала для донесення Слова Божого різні методи і форми комунікації, які є вже напрацьовані станом на початок 2021 р. Запровадження жорсткого карантину у березні 2020 р. поставило УГКЦ в ситуацію нерозуміння щодо якісної і ефектної комунікації як в рамках своєї церковної спільноти, так і назовні. Урядом було встановлено норму, щоб у культовій споруді не перебувало більше 10 осіб під час звершень богослужінь та молитовних практик.

Кількість офіційних мас-медіа УГКЦ в Україні коливається у межах 30-ти назв різних типів ЗМІ у зрізі статистики останніх п'яти років – друковані, аудіовізуальні, веб-ресурси. Один з найкращих оглядів греко-католицьких ЗМІ УГКЦ зроблено в праці дослідниці з Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка А.А.Бойко [1; 156-160].

Дослідники релігійних ЗМІ критично оцінюють стан релігійних ЗМІ, в тому числі й УГКЦ, у зв'язку із нестачею якісної релігійної інформації в нашому інформаційному просторі. Головний редактор греко-католицького журналу «Скинія» о. Юрій Блажівський, докторант *Університету Святого Хреста* – католицького навчального закладу в Римі зауважує, що «фактична відсутність релігійних медіа в країні, тобто, здебільшого їх дуже низький кількісний і якісний рівень, створює таку ситуацію для загальноукраїнських чи й регіональних медіа, в якій відсутнє експертне середовище» [2].

Розглянемо *нові форми комунікації УГКЦ на офіційних медіаресурсах і з допомогою соціальних мереж* в період жорстокого карантину 2020 року. З початку квітня «Живе телебачення» [3] як суспільно-ре-

лігійний проект УГКЦ, який залучає у своїй діяльності широку аудиторію в Україні та з поза її меж, розпочало трансляцію літургій передусім з Патріаршого собору у Києві за домовленістю з керівництвом таких загальнонаціональних каналів як «UA: Суспільне», «4 канал», «5 канал», та ін. До сьогодні найчастіше транслюють богослужіння різних видів перші два канали. У квітні, в розпал всесвітньої пандемії коронавірусу, під проводом ієрархів УГКЦ Youtube-канал «Живого телебачення» щодня транслював молебень до Богородиці.<sup>1</sup>

Новою формою комунікації на загальноцерковному рівні стала «Катехитична школа онлайн», створена з метою підготовки дітей з греко-католицьких парафій з України і поселень до Таїнства першої Сповіді і урочистого Причастя [4]. На платформі Youtube «Живе телебачення» регулярно транслює уроки в рамках названої школи відповідно до визначеної програми підготовки.

З осені минулого року в Україні на медіаресурсах УГКЦ в онлайні запроваджено ще один вид посиленої молитви за відвернення епідемії – молитву на вервиці<sup>2</sup>. Один раз на тиждень конкретний священнослужитель УГКЦ, незалежно від країни, в якій служить, в прямому ефірі єднає цією формою молитви українців-греко-католиків.

Окрім загальноцерковного, комунікація УГКЦ в часі коронавірусу вийшла й на *локальний рівень*. Із катедральних соборів і великих церков здебільшого Західної України трансляцію богослужінь та інших форм молитовних зібрань здійснювали на *місцевих телеканалах* щонеділі і у великі християнські свята (наприклад, із архикатедрального собору св. Юра у Львові це робив телеканал «НТА»). Подібна трансляція з храмів, з квітня минулого року і до сьогодні, щодня здійснюється на платформі Youtube завдяки інтернет-провайдеру «Астра» [5]. Мільйони вірян мають змогу слухати богослужіння через інтернет і подавати у чаті наміри на молитву у різних життєвих потребах.

При наявності технічних можливостей на парафіях УГКЦ молитовно діалогізують із вірними через *фейсбук-сторінки*, зокрема, це є щоденна трансляція богослужінь (наприклад, у Гарнізонному храмі свв. Петра і Павла у Львові).

Ще однією новою формою комунікації УГКЦ із вірянами стали *великопосні реколекції на платформі Youtube*. Перша хвиля коронавірусу припала на період Великого посту для католиків по цілій земній кулі. Пандемія «зачинила» проповідників у келіях монастирів та священників у домашніх помешканнях, як і звичайних людей. Найбільш

<sup>1</sup> Така форма моління є традиційною для східного християнства, особливо в часи випробувань для нашого народу

<sup>2</sup> Вервиця – це молитовні роздуми над таїнствами життя Ісуса Христа і Марії і водночас роздумами над Євангелієм. У римо-католиків практикують розарій, у православних – чотки.

активні з поміж числа реколектантів, наприклад священники УГКЦ чернечого Чину св. Василя Великого (отці василіани) в Україні (*Корнилій Яремак, Йосиф Будаї* з львівського монастиря св. Онуфрія) у формі відеореколекцій на платформі Youtube духовно наблизили тисячі вірян до зустрічі Великодня [6]. Ієромонах Корнилій Яремак регулярно виступає в часі пандемії на одному з медіаресурсів УГКЦ у програмі «Живого радіо» під назвою «*Вечірні діалоги з душпастирем*».

*Душпастирське навчання на платформі Youtube* з моменту послаблення карантину збільшилося в 2020 році у різних форматах. Показовим прикладом є канал «Про віру без кадила» *о. Сергія Гончарова*, монаха Чину Найсвятішого Ізбавителя УГКЦ із монастиря у Тернополі, під псевдонімом «падре Серж» [7]. З 2014 року він набрав майже 15 тис. підписників, завоював передусім увагу серед тисяч воцерковленої (і не тільки) молоді. *На локальному рівні* вартує приклад 33-річного греко-католицького священника Тараса Бровді із с. Ділове на Закарпатті, який під час карантину почав знімати мотиваційні, розважальні відео, у яких намагається зруйнувати стереотипи про релігію і Церкву [9]. За 9 місяців розвитку його Youtube-каналу до нього приєдналося більше 5 тисяч підписників.

Фахівці інтернет-журналістики, напевно, підтвердять, що вони виконані на відповідному професійному рівні і це була якісна відповідь локального церковного середовища на запит аудиторії, яка була спрагла поглибленого духовного слова.

Підсумовуючи, наголосимо, що УГКЦ в Україні в часі пандемії по-новому почала взаємодіяти зі своєю аудиторією як всередині спільноти, так і поза нею. Для цього потрібні не тільки кошти і технічні засоби, але й відповідні медійні фахівці, які розуміють природу і призначення релігійної комунікації. Позитивом онлайн-комунікації УГКЦ в період пандемії стало й збільшення кількості відвідувачів і підписників інтернет-платформ Церкви.

В світських ЗМІ в Україні з'явилося більше коментарів ієрархів та «медійних» священнослужителів УГКЦ. Журналісти зі сфери культурної та релігійної тематики почали більше висвітлювати діяльність УГКЦ в період коронавірусу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко А.А. Релігійна журналістика: підр. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. 307 с.
2. Отець Юрій Блажівський: «Нам страшенно бракує аналітики на релігійні теми, яка би опиралася на фахову експертну думку». URL:[https://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/interview/80196/](https://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/interview/80196/) (дата звернення: 25.01.2021).



3. *Живе телебачення*. URL: <http://zhyve.tv/info/about/> (дата звернення: 25.01.2021).
4. Катехитична школа онлайн. *«Живе телебачення»*. URL: <https://ct.ugss.ua/> (дата звернення: 25.01.2021).
5. *«Астра: інтернет-провайдер»*. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCe8yZnZifsaXmBIraVmhAMA> (дата звернення: 25.01.2021).
6. Отець Йосиф Будай. Про молитву (ч. 1). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XUW6i0YIDI4&list=PLbE2GXx-P8efqR6YqKh4CfrDkRK2YSXrY&index=14> (дата звернення: 25.01.2021).
7. Отець Сергій Гончаров. Про віру без кадила. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCAkH-mhUcDi5RR-p38P7OdQ> (дата звернення: 25.01.2021).
8. Отець Тарас Бровді. XoDIMo URL: <https://www.youtube.com/channel/UCRBxze9sLG1apxgB0D0dNKQ> (дата звернення: 25.01.2021).

**Наталія Гадьо**  
(к. соц. ком., асистент)

## **ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ (НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ В УКРАЇНІ)**

Під час пандемії інтернет став актуальним навіть для тих, хто до цього не користувався всесвітньою світовою мережею. Однак для Церкви, зокрема для Католицької Церкви як інституції, а також для двох обрядів присутніх в Україні, інтернет завжди мав важливе місце.

У документах доби інтернетизації, коли не лише ЗСК набули нових форм, а й комунікація загалом, бачимо незмінну позицію Католицької Церкви щодо ЗСК, починаючи від 1487 р. Інтернет Католицька Церква розглядає як ще один засіб комунікації з сучасним поколінням, в якому вбачає і перспективи, і небезпеки, однак, закликає користуватися ним на користь людства.

У випадку з інтернетом ставлення Католицької Церкви було не просто завдатком довіри, а профетичним або прогностичним. Слово «комп'ютер» вперше прозвучало 1990 р. в посланні Папи на Всесвітній день комунікації [2, с. 314]. А згодом Папа Іван Павло II будує комунікативну стратегію відповідно до позиції, вже застосованої до інших ЗСК: всі медіа треба поставити на служіння евангелізації. А також Папська Рада у справах соціальної комунікації і наступники Івана Павла II – Папа Бенедикт XVI і Папа Франциск – у своїх посланнях вказують і на потребу йти в ногу з технічним прогресом. Для Като-

лицької Церкви використання інтернету означає: поглиблення діалогу зі світом, швидше інформування про своє «credo» і пояснення свого ставлення до конкретної проблеми чи події, залучення вірних, евангелізації та участі у суспільному житті.

Про це особливо свідчать документи «Церква та інтернет» (2014) [3] і «Етика в інтернеті» [1]. Зокрема у першому пояснено, що Церква використовує цей засіб і для зовнішньої, і для внутрішньої комунікації, отже неприпустимо, щоб, зважаючи на негативи цифрової реальності, відмовлятися від її використання, радше, варто робити все, щоб використовувати його на добро, з мудрістю і поміркованістю.

Карантинні обмеження призвели до ще глибшого усвідомлення відповідальності Церкви за комунікацію загалом та за спілкування всередині Церкви. Можна виділити три головні питання, які стали актуальнішими в комунікації Католицької Церкви під час пандемії. Найперше, усі доступні засоби соціального спілкування (найпоширенішим та найдоступнішим серед яких є інтернет) Церква в Україні сприймала не лише як сучасний Аеропаг для проповідування Євангелія. Але також як засіб, що дозволяє членам Церкви брати участь у тому, що є джерелом і вершиною всього християнства, тобто Літургії. Єпископи римо-католицької та греко-католицької церков дали вірним звільнення від обов'язку бути фізично присутніми під час літургії у неділю та свята. Окрім розроблених рекомендацій щодо парафіяльного життя Церкви, однією з важливих вимог було забезпечити, щоб усі члени Церкви мали доступ слухати Слово Боже через усі можливі ЗСК. Також були видані спеціальні інструкції з Ватикану та місцевих єпископів про те, як брати участь у Літургії в Інтернеті.

По-друге, вкотре постало питання уділення Святих Таїнств (переважно в світських медіа та в обговореннях на майданчиках соціальних мереж) і його розв'язання залишилося таким, як й було до карантину – жодне таїнство не може бути звершене через інтернет.

По-третє, період карантину особливо допоміг вірним знову відкрити вселенський вимір Католицької Церкви. Багато людей змогли об'єднатися у молитві Церкви не лише з парафіяльною громадою, а й з парафіями в різних куточках світу. Вірні активніше долучались до молитви з Папою Римським у Ватикані, з єпископами та священиками з різних континентів у режимі реального часу.

Водночас варто зауважити, що оскільки Церква послідовно реалізовувала впровадження комунікативної стратегії в інтернеті ще до пандемії, доказом чого є і 400 католицьких сайтів, які нам вдалося зафіксувати ще 2017 року, то жодне з виокремлених питань не мало новизни, а радше актуалізувалося і отримало більше поширення. Деякі вірні почали реєструватися в соціальних мережах тільки задля того, щоб не бути осторонь від життя Церкви. А ті, що ще до пандемії були читачами католицьких сайтів і підписниками сторінок у соціальних ме-

режах, отримали більше часу на перегляд католицького контенту. Такі висновки робимо аналізуючи стрімкий зріст підписників католицьких сторінок в соціальних мережах і активність постійних (з позначкою «пристрасний фанат») і нових користувачів. Фіксуємо також динаміку збільшення кількості сторінок католицьких парафій в соціальних мережах під час пандемії та проведення прямих трансляцій Богослужінь. Що не стало абсолютною новацією, оскільки деякі парафії вже кілька років мають веб-камери (наприклад, Парафія Різдва Пресвятої Богородиці, Львів), через які можна безперервно стежити за тим, що відбувається в приміщенні храму, навіть коли нема Літургії.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Етика в інтернеті. Документ Папської Ради соціальної комунікації / пер. з англ. Н. Р. Гадьо. *Наукові записки УКУ. Серія «Журналістика. Медіакомунікації»*. Львів, 2015. Вип. 7. С. 179–192.
2. Іван Павло II. Християнське послання в комп'ютерній культурі. Послання з нагоди 24-го Всесвітнього дня комунікації. *Церква і соціальна комунікація. Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа* / упоряд. і наук. ред. М. Перун. Львів: Вид-во УКУ, 2004. С. 314–316.
3. Церква та інтернет. Документ Папської Ради соціальної комунікації / пер. з англ. Н. Р. Гадьо. *Наукові записки УКУ. Журналістика. Медіакомунікації*. Львів, 2015. №7. С. 192–207.

**Тетяна Війтович**  
(асистент)

### **ЕКОНОМІЧНА ТЕМАТИКА В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ**

У період пандемії увага всіх ЗМІ прикута до економічної ситуації світу. Це пояснюється тим, що матеріальне становище багатьох прошарків суспільства змінилося до зменшення прибутку. Інформацією на економічну тематику цікавляться не лише люди, що працюють у сфері бізнесу і фінансів, а також пересічні громадяни. Матеріали такої тематики мають бути доступними для кожного, а тому варто уникати перенасичення спеціальною термінологією, подавати матеріал зрозумілою мовою, але й не можна спрощувати висвітлення тих чи інших проблем.

Економічна система кожної країни має свої особливості і це впливає на зміст публікацій. На превеликий жаль, в Україні є невелика кількість ЗМІ, які професійно це висвітлюють. Наприклад, до якісних економічних ЗМІ безумовно можна віднести «Галицькі контракти» та економічні рубрики «Дзеркала тижня». Проте їх тематика загалом обмежується українськими проблемами. Лише окремі публікації у «Дзеркалі тижня» аналізують чи радше інформують про те, що відбувається у США, провідних країнах ЄС. В основному читачам пропонують міжнародну політичну аналітику. Економічні проблеми з'являються на сторінках значно рідше.

Сьогодні публікації на економічну тематику дуже актуальні, адже ця інформація цікавить кожного жителя Землі, бо це ресурси для виживання, тому кожен в тій чи іншій мірі пов'язаний з ними. Дослідження публікацій економічного характеру свідчать про те, що вони написані у всіх жанрах, бо цього вимагає форма, що адекватно відображає не лише запити аудиторії з відповідними фаховими навичками, а й некваліфікованих споживачів інформації. Жанрова палітра таких матеріалів різноманітна, але переважають аналітичні матеріали і, як наслідок, більші вимоги до написання. У методиці написання матеріалів можна простежити процеси, які набувають характерних рис європейських і північноамериканських стандартів. Слід відзначити, що деякі джерела дають різну кількість видів економічних жанрів. Складається враження, що саме ця група є своєрідним полігоном, на якому відпрацьовують невідомі конкретному досліднику журналістики новачки у повсякденній практиці.

Стрімкого і динамічного розвитку набуває такий напрямок як журналістика даних. Часто саме написання матеріалу економічного спрямування вимагає супроводу різними візуальними даними, які базуються на використанні фінансової інформації. Відкритих економічних даних дуже багато і не завжди споживач може правильно їх зіставити, а журналіст, узагальнюючи інформацію, подає аудиторії готовий продукт з проаналізованими даними. Саме це дає змогу краще споживати інформацію, вона стає зрозумілішою, а головне, те, що матеріал підкріплений візуально, графічно, а це робить його якіснішим. Проте загальні вимоги написання матеріалу зберігаються і їх повинні дотримуватися. До них належать актуальність журналістського матеріалу, оригінальність, новизна подій, доступність, зрозумілість мови, оперативність подачі інформації, вдалі ілюстрації і фото, цікаві заголовки, суспільна значущість, правдивість, фактологічна точність [1].

У матеріалах економічного характеру автори часто вдаються до фінансового, соціального аналізу проблеми, а це вимагає використання науково-галузевого стилю написання. Цей стиль передбачає використання спеціальних понять з різних сфер, часто вони є незрозумілими для пересічних споживачів інформації, а тому потрібно інтерпретува-

ти складні проблеми так, щоб вони були зрозумілими і доступними усім реципієнтам.

Економічна тематика висвітлена методом проблемної аналітики вимагає аргументації, адже «аргументи виконують психологічну функцію, переконуючи читача у справедливості авторського судження» [2, С. 36]. Наприклад, будь-яка економічна проблема сучасного суспільства, яка описується в аналітичній проблемній статті, сама по собі не існує, пов'язані з нею питання можуть бути дослідженими, а завдання, можливо, неповністю, але вирішеними. Для цього і потрібно врахувати всі взаємозв'язки і взаємопереходи суспільних проблем. Так, проблеми з наркотиками, алкоголем, насильством тісно пов'язані з люмпенізацією певного класу суспільства. А люмпенізація – це наслідок кризових явищ в економіці, а вони в основному є наслідком політичної кризи. Таких прикладів є багато, і тому особливу відповідальність має журналіст, який під час підготовки матеріалу має визначити, які факти потрібно виділити, щоб якнайкраще і якнайповніше охарактеризувати проблему.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Професійні стандарти журналістики. Школа з медіа грамотності. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://freeppt4u.com/documents/12407/profesiyni-standarti-zhurnalistiki-shkola-z-media-gramotnosti-aup-kiyiv-15-20-serpnya-2011.ppt>
2. Економічна журналістика: новації західної преси: Посіб. / Інститут масової інформації / С.Таран (ред.), А.Лазарева (упорядкув., пер. та адаптація), І.Чайка (упорядкув.). – К., 2005. – 111 с.

*Яніна Чайківська*  
(аспірантка)

### **ПРОБЛЕМА ДОВІРИ ДО РІЗНИХ ТИПІВ ЗМІ У СУЧАСНИЙ ПЕРІОД**

Довіра ґрунтується на впевненості в порядності, доброзичливості і компетентності соціальної чи державної інституції, керівництва колективу, партнера. Це певний стан внутрішнього спокою, який з'являється за відсутності подразників та переживань. Усі ці аспекти є складовими довіри до мас-медіа. За даними дослідження, яке було здійснено соціологічною службою Центру Разумкова з 30 жовтня по

5 листопада 2020 року, найбільший рівень довіри в українському соціумі мають Збройні сили України (66%), церква (62%), ДСНС (60%) [1].

З кожним роком рівень довіри до ЗМІ знижується. Якщо взяти до уваги опитування USAID-Internews 2019 року, то побачимо, що навіть телебачення поступається соціальним мережам у довірі. Експерти дослідження з відповідей респондентів виокремили «Топ-5 джерел новин», яким найбільше довіряють українці [2].

На першому місці соціальні мережі. Понад 68% опитуваних читає новини у Facebook і Telegram. Телебачення є лідером рейтингу для представників старшого покоління. Телевізійному продукту довіряє майже 66% респондентів.

На третьому місці новинні інтернет-портали. Цими інформаційними ресурсами користується майже половина опитаних українців. Упродовж п'яти років довіра до інтернет-ЗМІ значно зросла. Для прикладу, у 2015 новинними медіа регулярно користувалася третина громадян. В Україні радіо недовіряють на відміну від європейських країн. Цей вид ЗМІ слухає лише 18-20% дорослого населення [2]. Причини падіння довіри до друкованих ЗМІ за даними дослідження пов'язані з заангажованістю і надто низькою оперативністю.

Свої корективи щодо рівня довіри до ЗМІ внесла і пандемія. 30 вересня 2020 року Центр Разумкова оприлюднив дослідження, проведене на замовлення ГО «Детектор Медіа» Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно з соціологічною службою Центру Разумкова з 14 по 19 серпня 2020 року в усіх регіонах України [3]. Опитано 2022 респондентів віком від 18 років методом інтерв'ю «обличчям до обличчя».

Пандемія спричинила зростання попиту на інформацію. Центральні українські телеканали є найпопулярнішим джерелом інформації (75% респондентів їх дивиться). Завдяки пандемії телебачення відновило лідируючу позицію. На другому місці опинилися соціальні мережі. У 2019 році їм довіряли 24% (за опитуванням КМІСу та «Детектора медіа»), а в 2020 році – 44% респондентів. Значною є частина тих, хто отримує інформацію від родичів та друзів (23%). Спостерігаємо доволі цікаве явище, адже це джерело інформації конкурує за третє місце з українськими інтернет-ЗМІ (27%).

Популярності набувають Viber, Telegram, WhatsApp та інші. З них черпає інформацію 11% опитаних. Щодо загальнонаціональних радіостанцій та місцевого телебачення, то їм довіряє 9% респондентів, всеукраїнським друкованим виданням – 8%, місцевим інтернет-ЗМІ – 6%. Пандемія збільшила попит на регіональні друковані видання. У 2019 році їх читало менше 2% респондентів, а в 2020 – 4%. Переважно це люди віком від 50 років і старші, які проживають у сільській місцевості та малих містах [3].

Цікавим є ще одне дослідження, яке оприлюднили 17 липня 2020 року. Піар-агенція PointeRAgency опитала медійників з метою визначити ті ЗМІ, яким вони найбільше довіряють [4]. У журналістів з'ясували і те, якими джерелами вони користуються під час своєї роботи, отримання інформації та коментарів. Опитування тривало упродовж травня-липня 2020 року і охопило 117 журналістів різних регіонів.

В опитувальнику було відкрите питання «Інформації, з яких ЗМІ ви довіряєте найбільше?», на яке треба було самостійно дати відповідь без можливості обрати з запропонованого списку. Найбільшу довіру отримало Інтернет-медіа «Українська правда» (37%). На другому місці опинилося «НВ» (34%), третя позиція в сайту «Ліга» (31%). Щодо результатів відповідей на питання, до якого пропонувався список з 34-х ЗМІ, то пріоритети виявилися іншими. У цьому випадку найбільшу довіру отримали «ВВС Україна» (68%), «Радіо Свобода» (61%). І вже після них 56% набрали «Українська правда», «НВ» та «Ліга».

Якщо підсумувати результати опитувань різних років, то вони показують, що довіра до ЗМІ також залежить від швидкості реакції медіа на різні соціальні процеси, соціальні катаклізми, повноти надання інформації і рівня компетентності цієї інформації.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-riven-doviry-do-sotsialnykh-institutiv-ta-politykiv-elektoralni-oriientsii-gromadian-zhovten-lystopad-2020r>
2. <https://glavcom.ua/country/society/stalo-vidomo-jakim-dzherelam-novin-nadajut-perevagu-ukrajintsi-645276.html>
3. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminyls-upodobannia-ta-interesy-ukraintsi-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r>
4. <https://imi.org.ua/news/zhurnalisty-vyznachyly-najavtorytetnishi-ukrayinski-zmi-i34108>

**Олена Шулим**  
(аспірантка)

## **ЖУРНАЛІСТСЬКЕ РОЗСЛІДУВАННЯ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ**

Як галузь інформаційної діяльності журналістику можна віднести до культурної сфери, що формує суспільство, зокрема визначати поняття прекрасного та добра загалом, підвищувати рівень аудиторії засобів масової інформації на інтелектуальному, духовному та моральному рівні. Журналістика також виконує й культурно-освітню функцію, змінюючи спосіб мислення сучасної людини та стиль її світосприйняття.

Як відомо, журналістське розслідування це синтетичний жанр, який створений на основі всіх інших жанрів. Він вміщує в собі такі жанри журналістики як репортаж, інтерв'ю, стаття та навіть трішки публіцистики. Журналістські розслідування – це ексклюзивний матеріал створений журналістом, чи особою, яка має причетність до журналістики на суспільно важливу тему, в основі якого лежить система збору інформації, творча діяльність та звертання уваги на важливість піднятої теми. [3]

«Саме розслідування є прикладом реалізації місії журналістики – бути на сторожі інтересів суспільства, викривати факти зловживань влади чи бізнесу. Особливо актуальна робота журналістів-розслідувачів є для країн, які намагаються розбудувати демократію, зокрема, для пострадянських країн. Викривальна журналістика у цьому випадку має сприяти вкоріненню стандартів відповідальної влади, її підзвітності перед суспільством», – український журналіст Сергій Томіленко, який висловлював свої думки щодо розслідувальної журналістики [8].

Український дослідник Олександр Глушко, видатний український журналіст і викладач, один з небагатьох українців, що займаються теорією журналістських розслідувань, запропонував своє оригінальне визначення терміна. У ньому Глушко зазначає, що метою розслідування є «виявити потаємні пружини гострих суспільних проблем, справжні причини існування яких старанно приховуються від широкої громадськості владними, політичними та іншими впливовими колами». [4]

Жанр журналістських розслідувань бере свій початок з 1960-х років. Поштовхом до його створення стала війна у В'єтнамі, а точніше розбіжність між суворою реальністю та офіційними повідомленнями панівних кіл штату. Тоді американські журналісти розкрили мільйонам читачів правдиву інформацію про фактичний хід бойових дій.

Якщо говорити про початки журналістського розслідування, то його можна відслідкувати в аналітичній журналістиці на межі 19-20 століть. У професійних кодексах честі Швеції, Франції, Швейцарії та



7 інших європейських країн зазначено, що преса повинна не лише повідомляти сенсаційні новини, а й проводити глибокий аналіз соціальних процесів.

В кінці XIX – початку XX століть вийшло багато документальних праць, що висвітлювали життя міської бідноти, дрібних ремісників, чиновників та нижчих верств суспільства. За часів радянської влади журналістика була суворо обмежена, а саме поняття «свобода слова» заборонено. Не могло бути мови про «небезпечний» жанр, який викликає «різко негативну реакцію людей, чий інтереси прямо чи опосередковано зачіпаються публікацією» [10].

В той час роль репортерів, навіть у матеріалах, що висвітлюють судові рішення щодо певних злочинів, є не що інше, як виклад та аналіз, а не розслідування. Хоча така ситуація не означає, що немає абсолютно жодних публікацій для розслідувань, цей жанр позбавлений розвитку, особливо коли він зловживається на рівні влади та політичних партій, а не на рівні окремих «маленьких людей». Крім того, час від часу з'являються новини та аналітичні статті, які передбачають розслідування на національні теми.

На відміну від Заходу в Україні, яка не мала власної державності, жанр розслідувань зароджувався в ін. умовах – він виділився у сфері художньої публіцистики та пов'язаний з творчістю письменників-белетристів. Елементи такого жанру з'явилися в гострокритичних матеріалах М.Коцюбинського, які він вміщував у житомирській газеті «Волянь» під рубрикою «Свет и тени русской жизни». Він порушував соціальні проблеми та питання переслідування журналістів. [6]

На той час преса в Україні, яка входила до складу Російської імперії, не мала можливості відкрито заявити про свою політичну позицію, особливо після прийняття циркуляру Валуєва (1863 р.) та Емського указу (1876 р.). Але потім ці функції перебрала белетристика. О. Глушко вважає подорож Олександра Радішчова з Петербурга до Москви 1790 р. першим проявом жанру розслідування в документальній літературі Російської імперії [7].

Дослідження історичного базису українського журналістського розслідування в демократичному суспільстві та його вплив на це суспільство має наукове значення, оскільки на сьогодні не існує наукових робіт, присвячених цьому питанню. Важливо науково проаналізувати та простежити на прикладах конкретних авторів та їх праць наслідки їх втручання у дійсність та оприлюднення суспільно важливих фактів шляхом журналістського розслідування в Україні кінця XIX – початку XX століть, що робить нашу роботу актуальною.

Історія українського журналістського розслідування з часу кінця XIX – початку XX століття вбачає в собі елементи розслідування в аналітичній публіцистиці. Тому тут варто згадати й такі імена як Іван Франко, який аналізував причини зубожіння галицького села та

безправне становище людей, Михайло Павлик та його статтю «Нужда в Галичині» ледь не перешкодила виходу журналу «Народ», а стаття «Події в Юзівці» взагалі спричинила до конфіскацій тиражу газети «Громадська думка», Гліба Успенського, який писав про причини розладу селянської громади, Миколу Хвильового, Євгена Маланюка, В'ячеслав Липинський, Сергій Єфремов, Юліан Бачинський, Андрій Ніковський, Володимир Короленко та Володимир Винниченко тощо [2].

ЛІТЕРАТУРА

1. Аньєс Ів. Підручник із журналістики: Пишемо для газет – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Беата Б., Бурмагін О., Патора Т., Хоменок О. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика / . – Київ, 2013. – 190 с.
3. Глушко О. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доп. – Київ : Арістей, 2006. – 144 с.
4. Лазарев А., Чайка І., Журналістське розслідування : посіб. / пер. та адаптація А. Лазарева // За матеріалами семінарів Ін-ту масової інформації (Київ), Центру підготовки та вдосконалення журналістів (Париж), нідерландської прогр. МАТРА; Інститут масової інформації. – К., 2004. – 110 с.
5. Мочарська Л. Розслідувальна публіцистика в Україні: становлення, мовностильові особливості. Стиль і текст. – Випуск 4. – 2013. – С. 250-259.
6. Нікітіна Н. Специфіка журналістського розслідування: основи жанру й методу. Наукові записки Інституту журналістики : Т. 30 січень – березень / Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ : Видавництво Інституту журналістики, 2008. – 182 с. – С. 170-172.
7. Рендол Д. Універсальний журналіст : підручник. – Київ : Київська типографія, 2007. – 150 с.
8. Томіленко С. Етична журналістика: короткий посібник за матеріалами тренінгів «Вивчення стандартів журналістської етики». – Черкаси: Медіапрофесіонал, 2007. – 56 с.
9. Хоменко І. Функціональність журналістського розслідування в українському медійному просторі: погляд практика. Current Issues of Mass Communication. – 2013. – № 14. – С. 106-111.
10. Хоменко О., Бурмагін О., Іванова К., Рибка Є., Томіленко С. Журналістське розслідування: навчальний посібник для початківців. – Мелітополь: Ін-т розвитку регіональної преси, 2008. – 182 с.

*Олег Романчук*  
(к. філол. н., доцент)

## **ПУБЛІЦИСТИКА ВОЄННОГО ЧАСУ: ПИСЬМЕННИКИ І ЖУРНАЛІСТИ ПРО ВІЙНУ І МИР**

23 січня 2006 року видатний український кінорежисер і сценарист, публіцист Юрій Іллєнко опублікував статтю «Інформаційна ера», яка і нині вражає своєю актуальністю: «Інформаційний терор, інформаційне залякування, інформаційне розтління, інформаційне знущання, інформаційне замовчування. В чийх руках інформація – той новітній диктатор. Кожна держава дбає, в першу голову, про свою інформаційну незалежність, недоторканність, суверенність і самодостатність. Решта – похідне. Економіка – похідне. Виробництво – похідне. Політика – похідне. Кордони – похідне. Валюта – похідне. Церква – похідне. Все – в інформації, і все – через інформацію. Ісус Христос – це інформація, яка перевернула світ. Євангеліє перекладається як Добра Новина – тобто позитивна інформація. Хоч ми її поки що не пізнали, та вона вже віч-на-віч з нашими душами. Інформаційний простір держави – це її стратегічний ресурс, це її безпека, це її майбутнє. Інформаційний простір держави – це її історичне надбання, це її динамічна культура – єдине, що робить державу – державою. Єдина незалежна держава у світі, в якій немає власного інформаційного національного простору, – це Україна».

2011 року знаний письменник, літературознавець, лавреат Шевченківської премії Михайло Слабошпицький констатував: «Інформаційний простір України майже цілковито здано Росії. Шкода від цього для державного й національного будівництва така, що її просто важко й виміряти. На телебаченні все розглядається через російську оптику. Завдяки цьому відкриваються широкі можливості для маніпуляції свідомістю населення України. На нашому телебаченні демонструються нескінченні кіносеріали про так звану Велику Вітчизняну війну, пронизані духом радянського шовінізму й мілітаризму. В цій кінопродукції, хоч її й датовано нашими днями, відчувається нафталінний дух совдепівської пропаганди. І такими фільмами, і багатьма іншими передачами нас опускають у «совок», реставрація якого відбувається однаково прискорено і в освіті, і в усьому тому, що претендує називатися культурою та мистецтвом. На телебаченні владарюють закликані варяги на взір Кисельова-першого чи Кисельова-другого або ж незамінного Шустера, що став своєрідним телеталісманом влади. Наївно було б сподіватися від них бодай якогось українського сентименту – ці

кондотьери приїхали в чужу країну й запопадливо відробляють гроші своїх роботодавців. Отак і грають на телешоу кандидати в народні герої ролі, відведені їм Шустером у Шустерових політичних водевілях. Жоден не тупнув ногою й не сказав: «Це ганебний, злочинний антиукраїнський шабаш!» Майже всі люб'язно всміхаються, всі так бояться бути неполіткоректними <...> Усе це теж найбезпосереднішим чином пов'язано з проблемами інформаційного простору. Бо, маючи таку якість влади й таку природу опозиції, українська людність доходить розуміння: оборона держави – і в інформаційному просторі – це перевдосім її обов'язок і її клопіт».

У 2012 році Леонід Капелюшний – відомий журналіст, письменник і публіцист у статті «На війні, як на війні...» поділився своїми спостереженнями за тривожними процесами в інформаційному просторі Української держави: «На моє переконання Україна інформаційну війну програла. Час сказати «*Vae victis!*» і посипати голови попелом. <...> Глибокий аналіз причин поразки завів би нас у непролазні хащі. Тому я зауважу лише, що ми були приречені на програш, бо вели війну на три фронти. Звичайно ж, що фронти – умовні. На головному, північно-східному, часом ледь не доходило до рукопашних. Там вже 350 років гаряче. На Західному фронті ніби й воєнних баталій не було, Захід якось мирно і непомітно ковтнув наші традиційні цінності, ми тепер тупо повторюємо сумнівні істини про європейські стандарти <...> Найдошкульнішим ударом із Заходу – на мою думку – була зрада на догоду Росії на Бухарестському саміті НАТО, коли нам та Грузії скрутили дулю замість надання ПДЧ. <...> Гірка правда полягає у тому, що Україна, як націє-держава, програла інформаційну війну залишкам окупаційних імперських сил. Ці сили знайшли сили, ресурси і мужність після проголошення незалежності згуртуватися, виробити правильну стратегію, напрацювати тактичні рішення задля розчинення України в російському просторі. <...> Біда не у тому, що ми, переможені і знеславлені. Біда, що ми традиційно, від часів Хмельницького, не маємо стратегії розбудови незалежної України і ідеологічного забезпечення незалежності. Нам бракує стратегії-основи. Як на мене, то це мала б бути стратегія ідентичності, навернення українців до своїх джерел і цінностей».

Юрій Щербак – український політик, дипломат, письменник, сценарист, епідеміолог, публіцист, колишній Надзвичайний і Повноважний Посол України в Ізраїлі і США 2014 року зазначив: «Сьогодні ми стикаємося із новим типом війни, ми повинні це чітко осмислити і усвідомити. Це четвертий чи п'ятий тип, – нехай зараз мене корегують військові теоретики. Сьогодні іде етнічна війна. Зрозумійте це. Ви лише усвідомте – людей в Україні вбивають лише за українську мову. Це етнічна війна, це елементи активістичних чисток. Йде війна, що побудована на відсутності і занепаді національного державного імунітету.

Що зараз говорити про Крим, якщо нехай не 90%, а 75% населення, абсолютно розпропагандовані Росією. Люди перебували весь час фактично у ворожому інформаційному середовищі російських впливів. <...> Ця війна зветься гібридною. Але насправді вона тотальна, бо ведеться на багатьох фронтах, включаючи виборчо-політичний фронт. Ведеться безжально, усіма видами агресивних брудних технологій. Ставка в цій війні найвища. Агресор хоче зламати волю України до опору, посягти розбрат, підірвати віру в нашу державність та її лідерів. Царство темряви хоче знищити територію свободи, Українську державу, націю, мову і культуру. І немає жодних сумнівів, що це може статися. Ми маємо це розуміти».

У 2015 році відома українська письменниця і публіцистка Оксана Забужко наголосила: «В епоху глобалізації і інформаційного суспільства вже не треба посилати великих армій, щоб завоювати ресурси. Цілком досить поставити на телевизор цілі країни, і міста і регіони будуть нищити себе самі. <...> Ми програли інформаційну війну ще до того, як усвідомили, що вона проти нас ведеться. До моменту початку «гарячих» військових дій інформаційне поле країни вже було «зачищено». Багато хто все ще думає, що воно у нас «українське», незалежне, але це зовсім не так. Війна йде з 2000-х років. Саме тоді стали у нас масово з'являтися «варяги» з РФ – а свої журналісти, серед яких були абсолютно чудові, йшли на другий план, а потім і зовсім зникали з ефірів. Приїжджі ж «московські гості» отримували все і відразу. Тут очевидні закадрові інструкції».

Упродовж останнього десятиліття було висловлено чимало й інших застережень та попереджень від українських журналістів і письменників (Іван Драч, Віталій Карпенко, Сергій Грабовський, Ігор Лосев, Віталій Портников та ін.), які звертали увагу на численні факти ігнорування та замовчування реально існуючих загроз українській державності внаслідок інформаційної агресії путінської Росії.

На один з таких фактів звернув увагу журналіст і публіцист Олег К. Романчук, розповівши про закриття наприкінці грудня 2018 року газети «Народна армія» і журналу «Військо України». На його думку, в умовах війни по суті була здійснена відверта ідеологічна диверсія – ліквідовані головні друковані часописи ЗСУ. Тим часом увага до газет і журналів у РФ різко зростає: деякі ліквідовані ЗМІ поновлюються, як і підготовка військових журналістів у Військовому університеті Міноборони Росії. Центральний друкований орган Міністерства оборони Російської Федерації – газета «Красная звезда» 1 січня 2019 року відсвяткував своє 95-річчя.

В армії США, попри суцільну комп'ютеризацію та інформатизацію, величезну кількість військових телеканалів і спеціальних інтернет-видань, випускаються сотні традиційних друкованих газет і журналів. Навіть невеликі, порівняно з українськими, збройні сили Литви

мають військові ЗМІ, серед яких популярністю користується часопис «Karys».

Рівень інформаційної безпеки держави вже давно став одним із головних чинників визначення загального оборонного потенціалу, а здатність протидіяти інформаційному впливу у переважній більшості країн набула ознак ключового пріоритету у забезпеченні безпеки.

Однак 12 березня 2014 року в РНБОУ визнали, що до інформай-них війн українські ЗМІ не пристосовані. Саме таку думку висловив тодішній заступник секретаря Ради національної безпеки і оборони Вікторія Сюмар. Мовляв, українська «машина» не пристосована до ведення інформаційних війн.

Лише в березні 2021 року має розпочати роботу Центр протидії дезінформації – державна інституція, яка у співпраці з громадськими організаціями повинна протистояти російській пропаганді, Цей центр координуватиме свою роботу з подібними інституціями в Латвії, Фінляндії і на рівні Європейського союзу.

*Тетяна Слотюк*  
(к. соц. ком., доцент)

## **ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю У РЕЛІГІЙНІЙ ГАЗЕТІ «УСПЕНСЬКА ВЕЖА»**

Інтерв'ю як інформаційний жанр журналістики дає можливість висвітлювати погляди співрозмовника, його позицію щодо певного питання, розкрити сутність особистості та повідомити нове про, здавалось би, усталені догми, поняття та суспільні переконання.

Цей жанр почасти журналісти-початківці помилково вважають найлегшим для опанування, бо що може бути простішим, ніж скласти питання і розшифрувати пряму мову. Однак це один із найскладніших жанрів у своєму різновиді. Оскільки не достатньо лише вибрати співрозмовника, потрібно зрозуміти, яка саме тема діалогу може зацікавити аудиторію видання, як підготувати питання, які не дублюватимуть десятки інших подібних інтерв'ю з цією людиною (а відтак, щоб їй було цікаво відповідати на запитання).

Етап підготовки до розмови потребує ґрунтовного і скрупульозного вивчення матеріалу (теми, біографії, проблеми, новинного контексту). Проведення інтерв'ю та подальше опрацювання отриманого матеріалу вимагає вміння сформулювати сказане у відповідний формат, у логічній послідовності, не перекрутивши змісту, передати пряму мову та стилістично довершити її.

Усі вузькоспеціалізовані часописи мають свою специфіку та структурно-тематичні особливості. Всеукраїнська щомісячна газета «Успенська вежа» існує з березня 1991 року. Видання виходить за сприяння та підтримки Львівського ставропігійського братства святого апостола Андрія Первозваного і до 2019 року стояло на позиціях УАПЦ, після отримання Томосу відображає життя ПЦУ.

За тридцять років існування редакція газети очолювали, розвивали і докладали зусиль задля її збереження: С. Ярема, Р. Мисаковець, А. Юраш, П. Шеприкевич, о. Й. Богдан, О. Пендерецький, М. Горбаль, В.-М. Маркович, а сьогодні – Т. Вархоляк.

«Публікація живих матеріалів, які формуються при спілкуванні із духовенством та культурними діячами, пошук цікавих форм подачі церковного матеріалу формують позитивний характер газети» [12], – зазначає отець-диякон Ю. Федів, голова ставропігійського братства. І, справді, за останній час газета ожила завдяки розмовам зі священниками, які у спілкуванні із редакцією газети розкривають багато тем, що стосуються віри та духовності.

Новий етап переформування змісту часопису стартував у 2019 році й триває досі. За цей час на сторінках газети передплатники з усієї України мали змогу прочитати майже два десятки інтерв'ю на різні теми. Відкрила серію інтерв'ю розмова із отцями Василем Луцишиним і Артемієм Бабленюком («Всі магії – від лукавого») [3] про домінування над вірою злих сил, про забобони, вірування у різні магичні знаки. Це порівняльне інтерв'ю, як і розмова («Узалежнити дітей від себе – свідомо, несвідомо, означає зробити дитину нещасливою») [9] з Оксаною Христюк та отцем Тарасом Бецелем, де зазначено одні й ті ж питання до обох респондентів, але які подають свою точку зору на порушену проблему.

Якщо у першому випадку – це позиція двох священників на одну й ту ж тему, яку вони висловлюють, доповнюючи одне одного своїм баченням. То у другому інтерв'ю – це бачення проблеми стосунків батьків і дітей, виховання та про психологічну травму, покинутих батьками дітей, як з релігійної, так і з психологічної точки зору. Цінними є міркування Оксани Христюк з огляду на те, що вона – практикуюча психологиня, яка спеціалізується саме на дитячій психології.

У багатьох медіа порівняльне інтерв'ю часто використовують для балансу думок, але у цьому випадку воно служить ще й у певній мірі для десакралізації проблем, які турбують суспільство.

Ще одне порівняльне парне інтерв'ю з отцем Василем Луцишиним і отцем Володимиром Жарським – «Забуте свято, дата Різдва й традиція купання на Водохреща – що каже Церква?» [1] розкриває сутність новорічно-різдвяних свят, йдеться також і про недостатньо пошанованого і забутого багатьма православними церквами святого отця

Спиридона, який у своїй святості є рівним Миколаю Чудотворцю та про перенесення дати Різдва на 25 грудня.

Окрема серія інтерв'ю у газеті стосується церковних традицій, де отці пояснюють, нагадують і розтлумачують значення певних релігійних свят та традицій. Серед таких – розмова з Юрієм Толочним («Ані свічка, ані вогонь нічого не змінюють – змінює наша віра і наша молитва» [8]) про церковні традиції, правила поведінки у храмі, значення символів та форми звертання до священнослужителів.

Вагоме значення у осмисленні духовності людини відіграє молитва, її значення, форми та очікування людини, яка розмовляє з Богом і одне з інтерв'ю з отцем Володимиром Васківим («Молитва – це крила, на яких людина підіймається над усіма земними думками» [4]) повністю присвячено цій темі.

Про значення Великого посту, підготовку та гідне його провадження розповідає у інтерв'ю священник Іван Тиндик («Піст сприяє переосмисленню людського існування і підготовці до життя вічного» [10]).

Розтлумачення значення хрестин, ролі хрещених батьків у житті дитини та про прийняття хрещення у дорослому віці йдеться у розмові зі священником Миколаєм Гелетюком («Обов'язок хрещених батьків – дбати про духовну опіку над дитиною» [11]).

Багато уваги у газеті приділяється розмовам зі священнослужителями про ті питання, які хвилюють аудиторію сьогодні, під час пандемії коронавірусу. Навесні 2020 року, коли люди в усьому світі залишилися зачиненими вдома, ізольованими від соціуму, коли були закриті заклади освіти, культури і церкви зокрема, людина опинилася наодинці зі своїми проблемами. У обмеженому просторі вона мала багато часу на роздуми над своїм життям. Відтак релігійний часопис «Успенська вежа» почав серію проблемних інтерв'ю про те, що хвилювало читачів. А це, зокрема і про роль духівника у житті людини, його вплив на формування світогляду. Пояснено також різницю між отцем-сповідником та духівником у розмові із священником Михайлом Савкою («Духівник – це духовний тренер і наставник») [5].

Ще однією гостро соціальною була тема інтерв'ю «Бог сотворив чоловіка і жінку різними й у кожного своя місія» [6] із Отцем Романом Сотником про чоловічі і жіночі ролі у сім'ї, суспільстві, їхню взаємодію та підтримку. Тема стосунків порушена і у розмові «Запорука міцної сім'ї – пробачати і чути одне одного» [2] з архімандритом Миколаєм Мартином та з митрофорним протоієреєм Мирославом Микитюком.

У розмовах зі священниками редакція намагається з'ясувати ті нагальні питання, які хвилюють суспільство, але в основі лежить Біблійне вчення, морально-духовні цінності, якими й діляться священники. Наприклад, у розмові «Якщо людина лихословить, вона не може мати чистої душі» [7] Степан Періг нагадує читачам про те, що стається з душею людини, яка вживає нецензурну лексику, наголошує на тому,



яка потужна сила прокльонів у лайці і як вони діють стосовно людини, а також про те, як реагувати та відучувати дітей від лайливих слів.

Інтерв'ю у газеті «Успенська вежа» за останній рік мають досить широку проблемно-тематично структуру. Тут застосовано такі різновиди цього журналістського жанру: інтерв'ю-компетентна думка та інтерв'ю – надання інформації. Форма подачі – «запитання-відповіді». Перед текстом інтерв'ю завжди є виклад змісту заявленої теми, знайомство читача зі співрозмовником, обґрунтування предмету розмови та її значення. Заголовок – це завжди повідомлення про те, з ким провадиться діалог та найвлучніша цитата респондента, яка найбільше розкриє суть теми розмови та зацікавить читачів. Самі тексти інтерв'ю містять проміжні заголовки, які й розділяють тематичні блоки. Традиційним для газети «Успенська вежа» стало порівняльне інтерв'ю з двома респондентами, які доповнюють і розкривають глибше та обширніше порушену тему.

У релігійних часописах інтерв'ю відіграє надважливу роль, адже наближає таким чином Церкву до людей ще більше, пояснює її закони та традиції. Через живе слово священників, суспільство розуміє певні процеси, зміни, події, традиції, догми і вірування. Журналісти редакції ставлять питання як загального, так і конкретного характеру, розкривають сутність духовних та суспільних проблем, розв'язання яких може зацікавити аудиторію. Деякі теми – це нагадування, інші – спонукування до роздумів, а ще одні – для зміни власного духовного життя.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Слотюк Т. Забуте свято, дата Різдва й традиція купання на Водохрепця – що каже Церква? *Успенська вежа*. № 1. 2021.
2. Слотюк Т. Запорука міцної сім'ї – пробачати і чути одне одного. *Успенська вежа*. № 10. 2020.
3. Слотюк Т. Отець Василь Луцишин: «Всі магії – від лукавого (Ой ворожка ворожила)» . *Успенська вежа*. 2020. № 4.
4. Слотюк Т. Отець Володимир Васьків: «Молитва – це крила, на яких людина підіймається над усіма земними думками». *Успенська вежа*. № 9. 2020.
5. Слотюк Т. Отець Михайло Савка: «Духівник – це духовний тренер і наставник» . *Успенська вежа*. № 6. 2020.
6. Слотюк Т. Отець Роман Сотник: «Бог сотворив чоловіка і жінку різними й у кожного своя місія». *Успенська вежа*. № 7. 2020.
7. Слотюк Т. Отець Степан Періг: «Якщо людина лихословить, вона не може мати чистої душі». *Успенська вежа*. № 11. 2020.
8. Слотюк Т. Отець Юрій Толочний: «Ані свічка, ані вогонь нічого не змінюють – змінює наша віра і наша молитва». *Успенська вежа*. № 12. 2020.

9. Слотюк Т. Психолог Оксана Христюк: «Узалежнити дітей від себе – свідомо, несвідомо, означає зробити дитину нещасливою». *Успенська вежа*. № 8. 2020.
10. Слотюк Т. Священник Іван Тиндик «Піст сприяє переосмисленню людського існування і підготовці до життя вічного». *Успенська вежа*. № 3. 2021.
11. Слотюк Т. Священник Миколай Гелетюк: «Обов'язок хрещених батьків – дбати про духовну опіку над дитиною». *Успенська вежа*. № 2. 2021.
12. Федів Ю. За 30 років ми зберегли основні ідеї засновників часопису. *Успенська вежа*. № 2. 2021.

**Зоряна Величко**  
(к. соц. ком., доцент)

## **ІСТОРІЯ ЯК ПОЛІТИЧНИЙ АРГУМЕНТ: ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ГОЛОДОМОРУ В СУЧАСНИХ ЗМІ**

Питання щодо визнання Голодомору геноцидом – насамперед історичне, однак тільки на перший погляд. Публікації на цю тему й дотичні до неї теми в українському та зарубіжному (в тому числі російському) медіапросторі упродовж останніх років мають насамперед календарний характер. Звичайно, журналісти, публіцисти, пропагандисти традиційно згадують про Голодомор в його роковини. Невипадково в кількісному відношенні, мабуть, відсотків дев'яносто таких текстів датовано листопадом (плюс-мінус кілька тижнів). Винятком стало хіба публічне обговорення ситуації, що склалася довкола невизнання Голодомору геноцидом в німецькому Бундестазі. Дискусія істориків, дипломатів, політологів, публіцистів і всіх небайдужих, хоч і не постійно, а радше спорадично, тривала майже два останні роки й поширилася на масову аудиторію, зокрема соціальні мережі.

Що ж стосується контенту, то умовно його можемо поділити на кілька змістових груп. Перша, значна за обсягом, – це різноманітна аналітика й науково-популярні статті. Дискусії з приводу визнання/невизнання факту геноциду щодо українського народу у вітчизняному інтелектуальному просторі вже давно себе вичерпали, бо маємо томи незаперечних історичних аргументів: архівних матеріалів, різного роду документів, усних свідчень жертв Голодомору. Історики здійснили, справді, величезну пошукову й дослідницьку роботу. Особливої ваги таким розвідкам додає й те, що їхніми авторами є авторитетні

зарубіжні дослідники (як додатковий чинник наукової об'єктивності й незаангажованості). Тому сьогодні нелінивому журналістові доступний значний пласт інформації, і йому залишається тільки «переказати» і ретранслювати думки експертів.

Другу змістову групу публікацій на тему Голодомору становить так звана «усна історія» («memory studies»), яка сьогодні поволі виокремлюється в нову історичну дисципліну, перестаючи бути суто методом збору інформації. На багатьох інтернет-ресурсах практикують оприлюднення інтерв'ю з жертвами геноциду (інколи з історичними коментарями). Тут варто додати, що, крім безпосередніх очевидців винищення українців голодом, до жертв зараховують ще й їхніх нащадків.

Третю категорію журналістських матеріалів становить так звана «журналістика поглядів». Їхня жанрова палітра різноманітна: колонка, інтерв'ю, публіцистика, полемічна стаття тощо. Обсяги також коливаються від лаконічних коментарів, які містять погляд плюс один-два аргументи, до ґрунтовних лонгвідів, що мають на меті представити проблему з усіх боків.

Багато серйозних українських ЗМІ ведуть взагалі окрему гілку (або спеціальну тему) «Голодомор», яку наповнюють постійно різноманітними публікаціями. 3-поміж таких видань варто назвати, наприклад, найавторитетнішу нашу суспільно-політичну газету «День», медіаресурс «Історична правда», дослідницький медіапроект «Ukrainet» тощо. Переважна більшість публікацій у них є, справді, тим прикладом, коли накопичення, збереження й ретранслювання соціальної (національної) пам'яті є в пріоритеті для авторів й загальної концепції медіа. Важливо, що такі журналістські тексти доповнені фото- й відеоконтентом, який посутньо доповнює текстову інформацію.

Отже, можемо констатувати той факт, що загалом українські ЗМІ висвітлюють тему Голодомору передовсім в історичному контексті, проте доволі глибоко й різнопланово. Російські пропагандисти вірні давнім традиціям. Щодо західних медіа, очевидно, що їм подекуди доводиться балансувати між історичною правдою та політкоректністю, проте відрадным є факт, що принаймні слово «Голодомор» почали транслітерувати, а це вже певний крок до визнання геноциду українського народу з боку всього цивілізованого світу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Історична правда. Спецпроект «Голодомор». URL: <https://www.istrpravda.com.ua/themes/holodomor/>
2. Капсамун І., Поліщук А. Голодомор: випробування правдою. В якому стані німецька історична наука і суспільна думка та чи наважиться німецький Бундестаг визнати масовий злочин сталінського

- режиму геноцидом? *День*. 7 травня 2020 року. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/tema-dnya-podrobysci/golodomor-vuprobuvannya-pravdou>
3. Кульчицький С. Берлін та українська трагедія. Чи визнає Німеччина Голодомор в Україні геноцидом українського народу. *День*. 21 листопада 2019 року. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/istoriya-iyu/berlin-ta-ukrayinska-tragediya>
  4. Кульчицький С. Берлін та українська трагедія – 2. Чи визнає Німеччина Голодомор в Україні геноцидом українського народу. *День*. 28 листопада 2019 року. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/istoriya-iyu/berlin-ta-ukrayinska-tragediya-2>
  5. Стельмах С. Крок вперед, два кроки назад. Як не перетворити історика на політрука і пропагандиста. ZAXID.NET. 13 жовтня 2020 року. URL: [https://zaxid.net/krok\\_vpered\\_dva\\_kroki\\_nazad\\_n1508953](https://zaxid.net/krok_vpered_dva_kroki_nazad_n1508953)
  6. Natalia Liubchenkova. Holodomor: Ukrainians remember the famine that killed millions in Soviet Ukraine. Euronews. 23.11.2019. URL: <https://www.euronews.com/2019/11/23/holodomor-ukrainians-remember-the-famine-that-killed-millions-in-soviet-ukraine>
  7. Ukraïner (медіапроект). URL: <https://ukraïner.net/thread/holodomor/>

**Степан Кость**  
(к.філол.н., професор)

## **ТВОРЧИСТЬ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: КАНОНІЧНІСТЬ ПОНЯТТЯ ЧИ ЕВОЛЮЦІЯ ЗМІСТУ?**

Поняття творчості належить до фундаментальних понять, якими послуговується людство, а серед них – свобода, справедливість, добро, любов, істина. Саме поняття творчості спонукає до оптимістичного сприйняття світу, до перебудови і творення його на засадах позитивних, гуманістичних цінностей. Теоретичні і практичні аспекти, пов'язані із творчістю – це важливий напрям досліджень у філософії, психології, теорії літератури, мистецтвознавстві, педагогіці. У цих науках сформувалися різні підходи до розуміння творчості. Важливим, але і найбільш неоднозначним і суперечливим поняття творчості є і в журналістиці. Таким чином, дослідження цієї проблемної ситуації, яка породжена особливостями журналістської діяльності, збагатили б теорію журналістики і мало б практичне значення. Цим і зумовлена актуальність проблеми, порушеної у статті.

Про важливість поняття творчості у різних сферах життєдіяльності свідчить те, що творчість була предметом роздумів і в античні

часи (Платон, Аристотель) і згодом (Б. Спіноза, І. Кант, Г.-В.-Ф. Гегель, Ф.-В. Шеллінг, Г. Сковорода, А. Бергсон, А. Пуанкаре...). Цілковитою невідомою польський філософ ХХ століття В. Татаркевич зробив цікавий історіографічний огляд – маємо на увазі його «Історію шести понять», в якій йдеться і про творчість. Власне, він зазначав, що в античні часи греки не мали термінів, які би були пов'язані із творенням і творцем (їм вистачало слова «робити»); мислителі античного Риму вже засумнівалися в грецькому розумінні творчості, а в християнські часи творчість почали пов'язувати для означення діяльності Бога (як Творця); терміну творчість не було навіть в епоху Відродження; частіше поняття творчість з'являється у ХVІІІ столітті, але в мову мистецтва воно увійшло лише в ХІХ столітті. Тоді й постала теорія, яка стверджувала, що творчість є атрибутом лише митця. ХХ століття внесло певні зміни: виникла думка, що не лише митець є творцем, що творчість – це не лише мистецтво й література. В. Татаркевич визнавав, що поняття «творчість» не є взірцевим, бо упродовж століть воно змінювало своє значення, а остаточне значення, актуальне сьогодні, щонайбільше зрозуміле, але без сумніву невиразне. Проте він не вважав, що цього поняття треба позбутися – воно не є робочим, але зате корисним, не є поняттям науковим, але є філософським.

Для людей, причетних до журналістики і науки про журналістику (а практична журналістика у ХХІ столітті стала дуже аморфною, майже «без берегів») відповідь на запитання «чи є журналістика творчістю?», «що є творчістю в журналістиці?» має принципове значення.

Розширене тлумачення творчості, яке полягає у твердженні, що творчістю може бути притаманна будь-якому виду діяльності, що творчість і діяльність – це майже синоніми, ускладнює розуміння проблеми творчості в журналістиці. Неважко зауважити, що в переліку форм творчості за предметом (об'єктом) місце для журналістської творчості можна знайти лише серед «та ін.». Це знову ж таки запитання до теоретиків журналістики – до якого виду діяльності й творчості належить журналістика – до художньої, до суспільної? Філософи на це запитання відповіді не дають, а теоретики від журналістської науки майже одноставно стверджують, що до літературної.

Один важливий висновок можна зробити, проаналізувавши праці різних дослідників – некритичне, розширене тлумачення змісту поняття творчості і застосування його до характеристики результатів таких видів діяльності, де досить було б обійтися іншими поняттями (оригінальність, креативність, ефективність) призвело до знецінення поняття творчості. Ініціаторів широкого розуміння творчості можна зрозуміти, бо вони прагнули надати якогось вищого сенсу, елементу натхнення, певної романтичності навіть найпростішим, рутинним видам діяльності. Щоправда, не можна відмовляти й виконавцям буденної діяльності у праві відчувати радість, задоволення, гордість з

приводу їхньої праці. З іншого боку, не всі погоджуються з тим, що поняття «творчість» має елітарний характер, що воно стосується лише окремих професій і видів діяльності, виконання яких вимагає якогось особливого натхнення, але навіть у такому разі мова йде не про загал, а лише про окремих осіб, особливо обдарованих, яким притаманні мало не містичного (в усякому разі незбагненого) характеру осяяння, духовний екстаз, що не тільки супроводжують творчий процес, але й є його джерелом, імпульсом. Зрештою, поодинокі випадки можна відшукати. Поему «Одержима» Леся Українка написала упродовж однієї ночі біля ліжка смертельно хворого С.Мержинського. За її словами (у листі до І. Франка) поетеса творила її в «апогеї туги». У журналістській практиці теж трапляються нештатні, нестандартні ситуації, але це мало пов'язане з розумінням творчості. Відразу ж зазначимо, що процес творення (якщо буденно, то написання тексту) в літературі і журналістиці далеко не тотожний – йдеться все ж про різні способи відображення буття; так, постмодерністські літературні практики, уже не кажучи про «потік свідомості» чи досвід абсурдистської прози неприйнятні в журналістиці (застосування окремих літературних прийомів можливе). Якщо в літературі можливі всілякі експерименти зі словом і з логікою висловлювання, творення в стані екстазу, натхнення, то в журналістиці все ж наявний раціональний момент, зумовлений як усвідомленням ставлення автора до об'єкта і предмета відображення, так і відповідними професійними стандартами та професійною етикою.

Теорія (наука) журналістики не пропонує переконливого тлумачення творчості у журналістиці. В. Здоровега зазначав, що предметом навчального курсу «Теорія і методика журналістської творчості й відповідно однойменного підручника є літературна творчість журналіста як найважливіша і найскладніша частина професійної діяльності працівників ЗМІ, що вимагає творчого обдарування. В. Здоровега користувався традиційним і вже канонічним визначенням творчості, що його подають тлумачні словники: творчість – діяльність людини, спрямована на створення духовних і матеріальних цінностей; те, що створене внаслідок такої діяльності, сукупність створених матеріальних і духовних цінностей. Це розширене тлумачення, що задовольняє претензії усіх видів діяльності. Воно не спроможне і не продуктивне для осмислення проблем творчості у журналістиці. Ще одна причина, яка стоїть на заваді – це те, що В. Здоровега завжди вважав, що журналістика – це вид літературної діяльності, ознаками якої є актуальність, оперативність, політична гострота, практична спрямованість, постійна циклічна повторюваність тем, строгий документалізм та інше.

Але чи ці ознаки журналістської професії є й ознаками творчості? Якщо керуватися розширеним тлумаченням творчості, якщо вважати, що журналістська діяльність певною мірою узгоджується із творчим

процесом, то відповідь позитивна. Проте чомусь не всі вчені (із сфери психології творчості філософії) схильні сприймати журналістику як вид творчості, що більше класики теорії журналістики (В. Здоровега, І. Михайлин) вважають, що журналістика – це ще й ремесло. Це вносить додаткову плутанину, бо незрозуміло тоді, йдеться про ремесло як синонім професії чи про рівень виконання професійної діяльності. У монографії «Слово тоже есть дело» (1979) В. Здоровега уточнив своє розуміння творчості – це нові думки, ідеї, публіцистичні образи, нові погляди на вже усталені уявлення, втілені у відповідну форму. Із цим визначенням творчості не можна погодитися безапеляційно і не лише тому, що зроблено його на матеріалі «полум'яної» радянської публіцистики. Скажімо, усе залежить від того, які ідеї, які погляди пропонує публіцист. Не все, що нове, є творчим.

Непоследовність теоретиків, використання розширеного (і водночас канонізованого) визначення поняття творчості, зміст якого не узгоджується із змістом діяльності не дає змоги відповісти на запитання «що є творчістю в журналістиці?», «якщо журналістика – це ремесло і творчість, то що є ремеслом, а що творчістю в журналістиці?», «чому принципове треба захищати поняття творчості щодо журналістської професії?» – як відповісти на це риторичне, як вважав В. Здоровега, запитання?

Звернімося до практики. Чи була творчою праця тих журналістів, публіцистів, хто служив більшовицькій ідеї, хто оспівував тоталітарний режим, хто, навіть критикуючи в межах дозволеного якісь хиби радянського життя, не намагався досягнути на заперечення суті? А ці твори були єдиною джерельною базою для всіх без винятку радянських теоретиків радянської публіцистики. Не заперечую, що ці публіцисти (А. Аграновський, Г. Бочаров, Г. Радов, В. Песков, В. Овечкін та ін.), на яких постійно посилався В. Здоровега, були ерудованими й талановитими людьми. Але хто із них відчував душевну драму через те, що вони, шукаючи істину, обманювали себе, інших (але тішились славою і пільгами літописця успіхів радянської влади)? Може, колись появляться друком їхні щоденники, спогади про те, що вони справно пропагували комуністичну ідею, але в душі розуміли всю облудливість своєї публіцистики? В есеї «Політика і диявол» польський філософ Л. Колаковський зауважив, що згідно з традиційним християнським ученням диявол не здатний до творення, а суспільство, що його свого часу створив російський більшовизм – саме від диявола, воно не могло бути творчим, бо принесло із собою багатомільйонні людські жертви.

Може, хтось із цих публіцистів «у душі» навіть розумів злочинність радянської влади. Але їхня творчість, як і вони самі, як і вся журналістика були «коліщатком і гвинтиком» партійної справи і тоталітарного режиму. Це публіцистика «нищівно громила» український

«буржуазний» націоналізм, критикувала світ імперіалізму, вона не виступила проти кривавого придушення угорського повстання 1956 року, проти окупації Чехо-Словаччини 1968 року, не протестувала проти розстрілу мітингу робітників у Новочеркаську 1961 року, не протестувала проти денационалізації й асиміляції неросійських народів і зросійщення України, хоча, повторюю, могла щось і критикувати, але частково, не фундаментально, не основи, не систему, не політику КПРС. Це вони творили нові ідеї, погляди? Чи це була «лжетворчість» (термін який обґрунтував свого часу російський мислитель М. Бердяєв)? Чи творчістю треба вважати і діяльність В. Дюранті, який отримав Пулітцерівську премію за репортажі про «успіхи» сталінських п'ятирічок, який обманював західних читачів, стверджуючи, що в Україні 1932-1933 років нема голоду. Такою «лжетворчістю» є і діяльність сучасних російських пропагандистів, які давно перестали бути журналістами.

Преса українського збройного підпілля (ОУН – УПА – УГВР) 40-х – початку 50-х років ХХ століття дала взірці різнопланової продукції: суто журналістські тести (новини, репортажі, фейлетони), оповідання, вірші, теоретичні статті. Про вірші Марти Гай чи М. Кушніра, наприклад, не можна сказати, що це вершинні твори української літератури; ідеологічні праці О. Дяківа, У. Кужеля, Д. Маївського, Петра Полтави теж не позначені особливою літературною майстерністю (це, радше, суто політологічні праці), але все-таки те, що пропонувала журналістика українського збройного підпілля – це творчість вищого гатунку. Творчістю була жертовна діяльність не тільки преси українського збройного підпілля (це наскрізна ідея навчального посібника «Історія української військової преси»), преса українського підпілля 60-х років (журнал «Воля і Батьківщина»), преса наших дисидентів («Український вісник»), преса неформальних організацій кінця 80-х років. Ця преса творила нове – майбутню Україну, інші смисли, інші цінності. Як не парадоксально, але навіть «Інтернаціоналізм чи русифікація?» І. Дзюби важко назвати творчою працею, оскільки протест проти російщення поєднувався з посиланням на нібито справедливий ленінські принципи національної політики. Але це був креативний хід (прийом) – і в цьому треба вбачати творчий момент.

Підсумовуючи, сформулюємо такі тези: 1) Поняття ремесла можна лише фігурально вживати для означення журналістської професії, складної й творчої за своєю суттю журналістської праці, різні види, етапи якої потребують різних професійних (організаторських та інтелектуальних) вмій. 2) Не варто всю журналістську діяльність механічно ототожнювати з творчістю, так само, як журналістську майстерність з літературною, бо журналістська праця, як і будь-яка інша діяльність, може бути рутинною, буденною, репродуктивною, далекою навіть від креативності, а не лише творчості. Лише умовно можна назвати твор-



чістю сукупність праць того чи іншого журналіста (публіциста). Не є творчістю і «лжетворчість». Не є творчістю і праця журналіста в тоталітарному суспільстві (інша річ, якщо журналіст – в опозиції), де нема свободи – там нема і творчості. 3) Творчістю журналістська діяльність стає тоді, коли вона вільна і пов'язана із творенням і утвердженням нових духовних цінностей – національних і загальнолюдських; коли журналістська діяльність пов'язана з жертовністю і найвищим напруженням інтелектуальних і моральних сил журналіста; коли персоналізована журналістська діяльність виходить за межі особистого вчинку і набуває суспільної значущості; коли автор за умов зовнішньої несвободи не втрачає свободи внутрішньої і його діяльність є виявом громадянської позиції; коли у цій діяльності поєднується професійне вміння журналіста з досконалою літературною формою втілення нових ідей, концепцій, смислів.

*Галина Яценко  
(к.соц.ком, доцент)*

**ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНОЇ МЕДІАСФЕРИ  
ПІД ВПЛИВОМ КОРОНАВІРУСНОЇ ПАНДЕМІЇ  
(за матеріалами праці Георгія Почепцова «Коронавірус:  
як змінюється наша свідомість і майбутнє»)**

Війни, голод, пандемії завжди впливають на життя соціуму, відбуваються трансформації у всіх сферах політичного, економічного, культурного життя. Найбільш чутливою до змін завжди залишатиметься медіасфера, адже в період будь-яких катаклізмів медіа є водночас генератором, акумулятором і ретранслятором суспільних настроїв. Коронавірусна пандемія не виняток, тож сьогодні з'явилося багато міркувань на цю тему: як зміниться наш світ після епідемії коронавірусу, чи медіа далі впливатимуть на формування масової свідомості, який різновид медіа «виживе» у світі онлайн та інші.

Актуальною у цьому контексті є розвідка Георгія Почепцова «Коронавірус: як змінюється наша свідомість і майбутнє» (Харків, 2020 рік). Наша мета проаналізувати декілька важливих тверджень українського науковця, які стосуються розвитку медіа в умовах пандемії, спроектувати на сучасність, спрогнозувати трансформацію засобів масової інформації у постковідному суспільстві. Найперше, що змінилося з початком пандемії, це, звісно, інформаційне наповнення та форми його подачі. З'явився попит на статистичну інформацію, дайджести, повідомлення про локальні події, розважальний контент. Ме-

діаспоживач, який перебуває у стані емоційного напруження, надає перевагу стислій інформації (наприклад, статистика захворювань), інформації, яка стосується безпосередньо його (перевагу отримують локальні медіа, адже в період, коли йдеться про самозбереження, не до катаклізмів за ареалами проживання) та дайджестовій (коротко про головне), а також розважальному сегменту як іншій реальності. Г. Почепцов також акцентував на ролі розважального контенту: «Одназначно можна сказати, що зараз наступає ренесанс розважального контенту. ... Медіасфера стоїть на порозі другого пришествя Голлівуду» [2, с. 199]. Моніторинг регіональних друкованих та інтернет-медіа, який у травні 2021 року провів Інститут демократії імені Пилипа Орлика за підтримки Медійної програми в Україні, лиш підтвердив цю тезу. Медіаексперти аналізували теми, жанри та тональність і походження матеріалів у регіональних газетах та онлайн-виданнях та зробили висновок: «Розважальний контент, кримінал та пресрелізи становлять левову частку контенту регіональних ЗМІ. Деякі видання більше схожі на дайджести...» [1]. Другий важливий момент – це домінування соціальних медіа (соціальні мережі, блоги, контент-спільноти). Саме соціальні мережі дозволяли отримати мінімальне відчуття безпеки через віртуальний зв'язок з іншими, обмін ідеями, а також базову людську потребу у визнанні через намаганням впливати на колективну думку соціуму. Згідно з дослідженнями Marketing Maven, за часів карантину «відвідуваність таких сторінок, як Facebook та YouTube зросла майже до 30%» [3]. Соціальні медіа виконували також психотерапевтичну функцію: там відбувалося альтернативне тлумачення та «проговорювання» негативних подій, що дозволяло зменшити напругу, але водночас віртуальне середовище стало джерелом фейків та дезінформації, побудови теорії змов. Це третій важливий акцент щодо функціонування медіа в період епідемії ковіду. Питанням конспірології та пропаганди в наш час присвячена левова частка книги Г. Почепцова, адже з'явився такий об'єкт фейкової інформації, що ВООЗ заговорила про «інфодемію». Науковець зосереджує увагу на механізмах творення неправдивої інформації як феномену «неофіційної комунікації» у контексті її розвитку від анекдотів до конспірології. Через високий рівень тривожності у суспільстві, недовіру до влади, реальне джерело загрози «фейки стали повелителями наших думок» у XXI столітті [2, с. 171]. Стрімке розповсюдження фейків, як стверджує Г. Почепцов, базується на нашому небажанні визнавати альтернативні погляди, тобто ми спокійні лиш тоді, коли бачимо, що інші поділяють наші переконання, тож часто самі переказуємо чужі думки, бо так відчуваємо себе під чийось захистом [2, с. 161].

Поширення фейків та дезінформація стали глобальними проблемами для сучасної медіасфери. Медіаграмотність, розвиток критичного мислення, зміна інформаційних пріоритетів, урізноманітнення

медіапропозицій – основні напрямки, над якими має працювати індивід та суспільство, щоб не залишитися «інформаційними дітьми» [2, с. 166]. Адже людство почало жити у зміненому світі, як стверджує науковець, і цей світ ще довго буде трансформуватися.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кримінал, розваги та прес релізи про місцеве життя – аналіз тематичних пріоритетів регіональних ЗМІ. URL: [https:// IDPO.ORG.UA](https://IDPO.ORG.UA) (дата звернення 14.09.2021).
2. Почепцов Г. Коронавірус: как меняются наше сознание и будущее. Харків : Фоліо, 2020. 250 с.
3. Tips for Nonprofit Organizations During the COVID-19 Pandemic. URL: [https:// 3 Tips for Nonprofit Organizations During the COVID-19 Pandemic – Marketing Maven](https://3 Tips for Nonprofit Organizations During the COVID-19 Pandemic – Marketing Maven) (дата звернення 14.09.2021)

*Юлія Присяжна-Гапченко*  
(асистент)

**ЖУРНАЛ «УКРАЇНСЬКИЙ ГОСПОДАР»  
У РЕПЕРТУАРІ УКРАЇНСЬКОЇ ПОВОЄННОЇ  
ЕМІГРАЦІЙНОЇ ПРЕСИ**

У типологічному розмаїтті преси української еміграції в Європі після Другої світової війни знаходимо видання для селян, що свідчить про непереможне бажання частини скитальців не втратити професійної естафетності, зберегти власну ідентичність у вирі світової розрухи. У відомій праці «Українська еміграція в Німеччині та Австрії по Другій світовій війні (1945-1951 рр.)» (Мюнхен, 1985) Володимира Маруняка зазначено три видання журнального типу – «Український господар», орган Спілки селян-хліборобів, Мюнхен, 1946, вийшло 4 числа, «Український селянин», двомісячний орган Спілки українських селян, Мюнхен, 1946 р., 6 номерів від 1946 р., «Сільський господар», Мюнхен, 1947 р., 4 числа, планувався як місячник.

Всі ці журнали видавалися циклостильовим способом, форматом А-4 і не продовжилися з причин дальшого переміщення його творців до країн Північної та Південної Америки, або, можливо з інших причин: браку паперу, втрати друкарського приладдя, заборони окупаційних властей тощо.

У непевних умовах чужини поява видань для селян була своєрідним викликом кардинально новим умовам існування, складній по-

воєнній долі, яка була не завжди зичливою до українства. У редакційній статті «Наші завдання» (журнал «Український господар», табір для переміщених осіб м. Фюссен) підкреслювалося, що впродовж століть українське селянство терпіло велике лихо, мільйони його кращих представників загинули «бо не користувалися природними незаперечними правами людини – свободою, власністю, безпекою, та не мало змоги опиратися гнітові». У той період, навіть у такому спеціалізованому виданні неможливо було уникнути ідейно-політичних паралелей, тому творчі наголошували, що національна солідарність вимагає, щоб внутрішні розбіжності відступали на задній план перед загальнонаціональною справою, щоб зовнішній світ рахувався з емігрантами, прислухався до їхнього голосу, щоб, відчувши їхнє горе «зрозумів нас, наше право на людське життя». Редакційна колегія виразно підкреслила заради чого видається часопис Співки селян-хліборобів. Насамперед, щоб зберегти селянство від розпорошення та захистити його право на щоденну працю, щоб пристосувати його до життя на еміграції, репрезентувати селянство перед законними чинниками як трудову продуктивну силу українського народу, щоб підвищувати фахову етику та моральний рівень своїх членів шляхом виховання, ідейного зростання.

Сьогодні важко встановити імена редакційних співробітників: за повторюваністю виділяються інженер Григорій Божок, доцент Л. Лисенко. Більшість публікацій підписана псевдонімами або криптонімами – проф. Б., О. В., П. К., Агроном К., Лікар В., Киянин, Ветеринарний лікар, Агроном Б., М. Подоляк, М. П., О. В., та ін. Слід підкреслити, що редакція професійно формувала тематичну структуру кожного із чотирьох номерів, дбала про належне літературне редагування текстів, їх аргументованість і читабельність. Зміст кожного числа складався із двох розділів – спеціального, авторами якого були фахівці-господарники і літературно-пізнавального, а також оголошень, хронікальної рубрики «З життя нашого табору».

Загалом у першому розділі вміщено ряд публікацій, які за умови перекладу їх на німецьку і англійську мови були б корисними для ширшого кола читачів-господарників. Приміром, «Основні нормативи для культури городніх рослин» (ч. 1), «Чи може рости ліс на півдні України» (ч. 1), «Солодкі вина спеціальні» (ч. 1), «Лікарські рослини: їх збирання та призначення» (ч. 2, ), «Як визначити живу вагу тварин обміром?» (ч. 2), «Кормові засоби. Стравність та крохмалеві еквіваленти кормових засобів. Кормові норми для різних груп тварин» (ч. 2), «Головні шкідники городніх культур та боротьба з ними» (ч. 2), «Меліорація ґрунтів» (ч. 3), «Шкідники садів» (ч. 3), «Про хвороби тварин» (ч. 3), «Вирощування посадочного матеріалу плодкових дерев» (ч. 4), «Сівозміни та місце головних сільськогосподарських культур у них» (ч. 4), «Про стригучий лишай та як з ним боротися» (ч. 4) та ін. Але

призначалися вони для українських читачів, можливо, з надією, що невдовзі повернуться на рідну землю і там, збагачені знаннями, заго-сподарюють, або ж з'явиться можливість самостійно займатися фер-мерством у країнах розселення емігрантів.

Другий, літературно-пізнавальний розділ змістово теж був підпо-рядкований сільській проблематиці. Уміщені там поезії Олени Самій-лович, С. Левченко, Т. Рогінського, О. Кобця, інших авторів під крип-тонімами, мала проза О. Воронина неначе писані з натури – оспівують українське село і працю на землі. У пізнавальній частині цього розді-лу – розповіді про кавові плантації в Бразилії, про Республіку Чілі, статті про Івана Франка, Олександра Олеся, злодіяння фашистів в Україні.

Часопис «Український господар» у перспективі міг би бути одним із провідних видань української еміграції, еволюючи до трансформації змісту, орієнтованого на ширше коло читацької аудиторії. Слід під-креслити, що в останньому виданому четвертому числі редакція звер-нулася до своїх читачів, особливо фахівців сільського господарства та лісівництва, з проханням про співпрацю. За вміщення фахових статей та розвідок редакція пропонувала гонорар. Одночасно оголошувалася передплата на журнал і повідомлялося, що перші три числа розійшли-ся. У редакційній статті «Готуймося до праці» редакція декларувала свої наміри ознайомлювати читачів із сільським господарством заок-еанських країн, тому крім розширення діапазону практичних статей, планувалося висвітлювати умови ведення сільського господарювання у державах, до яких переміщувалися емігранти. Це дає підстави ствер-джувати, що творці часопису були налаштовані на тривалу продук-тивну працю. Та, на жаль, четвертий номер був останнім в умовах повоєнної Німеччини. Як громадська структура загубилася у лабірин-ті історії української еміграції Спілка українських селян-хліборобів, яка значилася як видавець часопису у таборах для переміщених осіб у Фюссені та Шляйсгаймі. Очевидно, видання продовжилося в одній із країн Південної Америки. Але це вже тема окремого дослідження.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Маруняк Володимир. Українська еміграція в Німеччині і Австрії по Другій світовій війні : роки 1945-1951. – Т. 1. – Мюнхен : Академічне видавництво д-ра Петра Белея: 1985. – 432 с.
2. Український господар / Орган Спілки селян-хліборобів. – Фюссен, Шляйсгайм, ЧЧ. 1-4. – 1946.

**Оксана Бабенко**  
*(аспірантка)*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕЛІГІЙНИХ МЕДІА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ НА ПРИКЛАДІ САЙТУ “КАПЕЛАНСТВО.INFO”**

Світова пандемія коронавірусу стала викликом не лише для суспільства, але також для журналістів, які щоденно висвітлюють життя соціуму. Відтак, більшості видань довелося стати своєрідним “вікном у світ” для читачів, опанувати нові теми і подекуди й жанри. Розглянемо, функціонування релігійних медіа в умовах карантину та пандемії на прикладі львівського сайту “Капеланство.info”

Сайт “Капеланство.info” є інформаційним порталом капеланського служіння і висвітлює такі напрямки як: парафіяльне життя Гарнізонного храму свв. апостолів Петра і Павла, військове, студентське, медичне, в'язничне капеланства. Окрім того, на сайті є такі рубрики як “Храм Стрітєння Господнього”, “Фундація св. Миколая”, а також розділ, де можемо довідатися про сам портал та його роботу.

Під час карантинних обмежень, редактори сайту особливу увагу приділяли розвитку соціальних мереж на яких публікували інформацію, дотичну до “Капеланства.info”, однак іноді дещо відмінну від контенту сайту. Наприклад, починаючи з літа 2020 року, журналісти почали активно впроваджувати відео у записі, чи наживо з допомогою яких пересічний читач може познайомитися із капеланами, які здійснюють своє служіння у різних куточках міста Львова та у різних напрямках. Це, наприклад, отець Андрій Хомишин, Синкел у справах капеланства ЛА УГКЦ, о. Андрій Хомишин, керівник Центру Студентського капеланства о. Юрій Остапюк, керівник місії “Центру Опіки Сиріт”, о. Роман Прокопець. Однак, героями відео також ставали і інші люди Церкви, які могли б зацікавити загал. Наприклад, сестра із Згромадження Сестер Катежиток святої Анни, с. Вікторія, яка чи не щомісяця перемагає на бігових марафонах.

Важливою спільною рисою наповнення сайту як у пандемійні, так і докарантинні часи, є розклади Богослужінь, які журналісти публікують завжди оперативно. Також не оминають вони увагою важливі новини капеланства. Наприклад, оголошення про підготовку до першої Сповіді, чи виставлення певних мощей.

Можемо зробити висновок, що тематична палітра сайту “Капеланство.info” під час пандемії лише розширилася, журналісти почали шукати нових методів підходу до читачів (наприклад, прямі трансляції відео з капеланами, чи іншими людьми Церкви, які є цікавими аудиторії). Це означає, що для практичної журналістики пандемія стала не лише викликом, але й поштовхом шукати нових методів праці.

*Павло Александров*  
(к. соц. ком., доцент)

## НЕЛІНІЙНИЙ СТОРІТЕЛІНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНИМ ФОРМАМ МЕДІЙНОГО НАРАТИВУ

Ідея багатоваріативності оповіді, що надає можливість глядачеві «впливати» на перебіг сюжету і отримувати різні фінали одної історії, існувала з найдавніших часів. Згадаймо до прикладу давньогрецький театр, в якому актори залучали у театральне дійство глядачів, залишаючи у структурі оповіді значне місце для імпровізації. Протягом усієї історії культури були різні мистецькі експерименти із варіативністю наративу, проте лише технології ЗМК ХХІ століття створили підґрунтя для повноцінного втілення «принципу нелінійності» у медійний сторітелінг (англ. storytelling, «розповідь історій»).

Під «нелінійністю» маємо на увазі *саме той тип взаємодії користувача із контентом, який передбачає варіативність перебігу сюжетної лінії і можливість впливати на кінцевий результат оповіді, який після повторного перегляду, прочитання, проходження може відрізнятися від попереднього.*

Слово «проходження», запозичене із механіки відеоігор, мабуть тут найкоректніше, адже контент, про який йде мова, виходить за межі традиційних форм сприйняття оповіді. Відеоігри, особливо в останні два десятиліття, стали найзручнішою платформою для нелінійних оповідей, задаючи моду для інших виражальних засобів медіакультури.

Окрім ігрових платформ принцип нелінійності оповіді можна побачити у деяких форматах «інтерактивної книги», як от *книга-гра* (анг. gamebook) – своєрідний гібрид традиційної книги із настільною або відеоігрою. Книга-гра пропонує читачеві вирішувати за головного героя і відповідно до своїх варіантів вибору переходити між сторінками чи параграфами, а в результаті отримати той чи інший фінал.

*Інтерактивні художні фільми також надають глядачу можливість впливати на перебіг сюжету. Наприклад в експериментальних британських фільмах «Пізня зміна» («Lateshift») 2016-го року та «Бандерснеч» (Bandersnatch) 2018-го у певних моментах показ зупиняється на п'ятисекундну паузу, щоби глядач зробив вибір, як має вчинити герої. Після цього фільм продовжується згідно із вибором глядача, який зрештою вплине і на фінал стрічки.*

Система соціальних комунікацій поступово запозичує наративні методи усіх зазначених креативних форм. Зокрема веб-журналістика

активно впроваджує різноманітні засоби інтерактивності, де користувач отримує можливість активно взаємодіяти з контентом і впливати на нього, отримуючи своє власне прочитання тексту. Активно розвиваються технології «імерсивної журналістики» та медійних VR-проектів. У рамках явища гейміфікації новин популярними є такі форми інтерактивного контенту, як тести, кросворди, вікторини, інтерактивна інфографіка тощо.

Проте запропоновану нами концепцію нелінійності наративу найкраще відображають *новинні ігри* – точніше, той їх сегмент, що характеризується наявністю сюжету та варіативністю його прочитання.

Яскравим прикладом такого нелінійного наративу є новинна гра, створена редакцією BBC у 2015 році: «*Syrian Journey: Choose your own escape route*» («Сирійська подорож: оберіть свій шлях втечі») [1]. Гра має чіткий сюжет – гравцю у ролі сирійського біженця (або біженки) треба втекти із охопленою війною Сирії до Європи. Сюжет має варіативність – гравцеві доведеться вирішувати складні життєві дилеми заради порятунку і ці рішення впливатимуть на те, як складеться доля його героя: він може потрапити в рабство, загинути, його можуть депортувати, розлучити із родиною тощо. Ідея гри у тому, щоб дати зрозуміти людям, з якими труднощами та ризиками стикаються біженці із зони сирійської війни.

Українським прикладом нелінійного наративу є новинна гра «*Обираєш ти!*», створена на ресурсі [uchoose.info](http://uchoose.info) [2]. Сюжет тут простий: герой-чиновник має протриматися на посаді до кінця своєї каденції. Гравець у ролі персонажа-управлінця має відповідати «ТАК» чи «НІ» на питання або пропозиції різних людей: журналістів, блогерів, політиків, власних радників тощо. Кожна відповідь впливає на показники успішності управлінця. З якими результатами герой завершить (і чи завершить) свою каденцію, залежить виключно від гравця. Хоча особи і події у грі вигадані, вона оперує актуальною інформацією про українське законодавство, устрій та політичні реалії, перевіряючи знання користувача у цих сферах.

Наскільки нелінійним може бути класичний журналістський текст? Наразі формат новинних ігор є найзручнішим для його багатоваріативності, проте редакції постійно експериментують, комбінуючи традиційний текст із різними засобами гейміфікації. Наприклад, «Українська Правда» інтегрувала у матеріал за 03.02.2021 «*Телевізійна скринька Пандори. Як Зеленський ввів санкції проти каналів Медведчука*» тестові питання для читачів для перевірки своєї обізнаності щодо події [3]. Вони перемержують структуру тексту і оформлені у вигляді цитат із запитанням: «кому з політиків належать ці коментарі щодо санкцій?». Тести у подієвій журналістиці не є чимось новим, проте у цьому випадку вони є невіддільною складовою тексту, у якому розміщені. Це, звісно, не є повноцінною нелінійністю оповіді, але інте-



грування тестів у журналістський текст безперечно впливає на його прочитання, а отже і сприйняття.

Нелінійний нарратив у журналістиці – це майже недосліджена технологія, проте, на нашу думку, надзвичайно перспективна, оскільки глибоко торкається як емоційної сфери людини, так й інтелектуальної, пропонує замислитись над власними стереотипами й упередженнями та розкрити множинність інтерпретацій поточних подій.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Syrian Journey: Choose your own escape route. *BBC*. 01.04.2015. URL: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-32057601>
2. «Обираєш ти!» Перша політична гра. *Uchoose.info*. URL: <http://game.uchoose.info/>
3. Телевізійна скринька Пандори. Як Зеленський ввів санкції проти каналів Медведчука. *Українська Правда*. 03.02.2021. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2021/02/3/7282161/>

*Людмила Павлюк*  
(к. філол. н., доцент)

### МОДЕЛІ АРГУМЕНТАЦІЇ В ОНЛАЙНОВОМУ АНАЛІТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Аналітичний модус існування медіа, один із класичних і фундаментальних, зазнає змін в онлайнівій комунікації з її розширеним діапазоном модальностей. Конвергенція експресивної й логічної основ, зокрема гіпертекстове розширення інвестиґативних схем, структурна й аудіовізуальна ілюстративна диверсифікація є частиною процесів оновлення аналітичних жанрів. Проте хай би яким різномірним за форматом і змістом був аргументаційний матеріал публічного простору, включно з елементами, що апелюють до емоційно-іраціональних сторін людського досвіду, – усю безконечну кількість аналітичних стратегій можна звести до спільного знаменника, формалізувати до кількох базових моделей.

Насамперед універсальною природою в тексті-міркуванні вирізняється аргумент – доказ на підтримку тези, – в основі якого лежить класична схема силогізму. Цей загально визнаний доказовий хід реалізовується як перехід від великого засновку (*наприклад: Усі країни повинні дотримуватися норми міжнародного права про неприпустимість порушення суверенітету держави-сусіда*) й малого засновку

(ХР – країна-член міжнародного співтовариства), до висновку (ХР мусить поважати суверенітет сусідньої держави). Модель силіогізму має прямий стосунок до дискурсів соціальної ідентифікації, зокрема формування стереотипу пояснюють як індуктивний процес переходу від часткового до загального, а віднесення особистості до соціальної категорії – як дедуктивний умовивід зворотного порядку [2]. Так само й риторичний хід “асоціація з авторитетом” (залучення голосів поп-культури на підтримку політика) або дисоціація з одіозною особистістю відбуваються за цією схемою.

Базові рамки-силіогізми індують у масову й індивідуальну свідомість потребу дотримання нормативності в її найрізноманітніших формах. Однак доктринальні твердження силіогістичної природи можна й потрібно проблематизувати. Там, де автор запитує про вмотивованість віднесення індивідуального об'єкта С до категорії А, починається філософія й критичне мислення, які є необхідними знаряддями еволюції консенсусного суспільства. В умовах конфлікту, навпаки, перегляд норм здатен набувати деструктивних функцій, перетворюватися на супровід їх, цих норм, практичного демонтажу. Так у дискурсі пропаганди більшість маніпуляцій починається саме із розхитування якогось із елементів схеми – перегляду правила-засновку; гри із обсягами понять; нерелевантного віднесення до типу; вибірковості ідентифікацій. Наприклад, ідеологічно заангажований автор, заявляючи що “люди” (або “розумні люди”) підтримують його позицію, насправді маніпулює категорією “люди”, оскільки в авторській версії ця універсальна група стосується тільки того вузького кола осіб, які погоджуються з його думкою.

Численні варіації аргументу в публічній риторичі, надто ж ті, що стосуються великої маси кваліфікаційних та оцінних характеристик, за структурою є дотичними до базової моделі міркування-силіогізму. Якщо ж характеризувати аргументативні блоки аналітики у нових медіа за їхніми функціональними особливостями, то можна виокремити декілька відносно автономних стратегій аналізації, як-от:

– *категоризація* (дефініції та виокремлення видових *атрибутів*) як передумова висновку про об'єкт (в діапазоні від діагнозу до прогнозу);

– ідентифікація зв'язків між фактами-подіями як *каузальних залежностей* та умов (один факт є *причиною, умовою, наслідком* іншого);

– *порівняння* (контраст, залучення аналогій, прецедентів тощо);

– *абстрагування* (статистично-цифрове, картографічне, інфографічне), що стосується характеристик *процесу*, показників динаміки та еволюції в координатах *time-line* і/або поширення у просторовому вимірі.

Загалом логічно-риторичні операції аналітичного тексту – оцінювання, порівняння, аналіз причиновості, наслідковості, чи динаміки –

за суттю не змінились у процесі дискурсного переходу від традиційних до нових медіа. А те, що насправді є особливим у новомедійному середовищі, стосується феномену експресивної контекстуалізації аргументу, зокрема залучення емотивно-флешевого фону, динамічної інтеграції візуально-символічних елементів у схеми доведення.

Завдяки мультимодальним технікам сучасна медійна аналітика набуває додаткової персвазивної сили. Іntenції цієї сили – конструктивні чи антисоціальні – своєю чергою стають об'єктом критично-аналітичних студій. У дискусійному перехресно-оцінному просторі знання про категорії риторичних схем набуває прикладного значення, оскільки дає змогу авторові усвідомлено будувати якісний текст, а при потребі критики чужого тексту – здійснювати, за аналогією до факт-чекінгу, – концепт-чекінг, перевірку заяв-тез на сенсовмісність і маніпулятивність.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
2. Jahnke J., Nowaczyk R. Cognition. Prentice Hall, 1998. 520 p.

*Yuriy Zaliznyak*  
(associate professor)

### **CHANGING NORMALITY OF STANDARD IN MODERN JOURNALISM**

For decades British Broadcasting Corporation editorial guidelines have been playing the dominant role on a global media landscape – serving as a peculiar Bible for reporters, editors and whole media outlets. For instance, in Ukraine some broadcast media like “5<sup>th</sup> Cannel” in early 2000 used its almost word-for-word translation to name the outcome standards of their own. This fact might be not a matter of plagiarism for BBC officials but more a matter of pride as they tend to argue that the Editorial Guidelines are the BBC’s values and standards [1]. And if somebody else shares your values and tries following your standards – that is an obvious credit.

The only problem here might be when we are dealing with undergoing change of values and therefore standard in modern journalism. It is not an easy task to define if Thomas Kuhn’s “Structure of Scientific Revolutions” [4] is applicable to a paradigm shift in media industry. But latest evolution of the industry is marked by quite a revolutionary change. The latest presidential

election campaign in the US brought us an image of completely different role mass media may play in the societies' political and social spheres.

In case of Donald Trump for years media seem to have been following not common standards referring to accuracy, impartiality, harm and offence issues but a standard of “main hero” ratings dominance and his image attractiveness for the audience. To some extent this approach may be explained by the close interaction of the freedom of speech phenomenon as the primary value for western civilization and specifics of the market economy. If the media product does not fit the acknowledged by the community standard but is attractive and interesting for the viewers, listeners and readers – let it remain reported, covered and enlightened.

At the same time such social media like Twitter managed to offer something bigger than the public stage provided by traditional media for the former US President, something “unfiltered by the norms of the presidency.” But during the last weeks of his term this “honeymoon” ended in a dramatic way – the POTUS was dethroned and his hero was fired from the shows and playgrounds where he used to win the race for mass attraction [3]. Before that media and Trump tended to mutually exploit each other due to their own standards. The former US President was producing provoking messages in order to be heard and gain political benefits within the country and worldwide. And media traded these outrageous thoughts of #1 political figure accompanying them with the arguments of Trump's opponents. On the one hand, this may look like a fair deal: the empowered national leader is an extrovert newsmaker and provide media with a good stuff for further selling to the bigger audience. Due to the mentioned industry standards media add some alternative views to this information offering as some kind of exemption form – as if manifesting that they have nothing to do poor or high level of truthfulness of particular news – everything was done in accordance with the professional standards, with no subjectivity and bias attached. On the other hand, we may have an open question: then who is in the end responsible for Donald Trump popularity and Presidency – just common voters without any media interference and influence?

Of course, there were separate groups of media who might be indicated as explicitly pro and contra-Trump. FOX, The Wall Street Journal, Sinclair broadcast group or similar republican media for years have been opposing The New York Times, The Washington Post, CNN and other pro-democratic media outlets. Without any surprise the second cluster of media earned the name of “fake news” invented by Donald Trump. Somebody may argue that “fake news” is not a bad niche for particular media, actively using this role in interaction with the proper, indicated as “their audience” – both waiting and working for another official elite shift in Washington.

But both parties of the US media landscape have changed their attitude to the country's actual president at once – just after the Election Day in November 2020. His original speech was interrupted by multiple news

anchors and marked as untruthful or too alternative opinion to official poll's data. To our opinion it was the turning point for the whole media industry that used to be devoted to the BBC standards but now gained something bigger than this excuse and template in one bottle. The tendency of covering any minor statement or comment of the President that was actual and normal for years has been broken at once – as if media suddenly understood that they have the right not only to define what is truthful and what is not but also to say it on their own, without searching for commentators from the opposite political party, some experts or other professional spokesperson.

This case depicts the actual power modern media learned to exploit – they are able to give birth to any celebrity or political star but at the same time now they are empowered to take back the given credit, decline the level of popularity by setting a new agenda. By the way, agenda set by media has much in common with what is called normality in modern society – defining the frames of what does it mean to be appropriate, good, outstanding or poor politician, doctor, policemen, teacher or just a common citizen.

In terms of media industry as a bigger system this new approach of the profession “restandardization” may influence a lot not only on editors and anchors but on the reporters’ field work as well. Now the reporter is supposed to use his or her relative independence of choice – to add or not to add personal opinion regarding any aspect of the complex story that includes conflict, different views on some problem or some doubtful statements. If this personal attitude was clearly marked as reporter’s opinion, then we may call it transparency as a new objectivity in journalism.

But even this kind of approach doesn’t necessarily reject all good old standards of the profession. We do not have to forget about them at the preliminary stage of any story reporting. The assumption that every particular story is different and demands specific way of its coverage may be accompanied here by all known media standards at least at the entry level of the work with each story. The context of the story, quality of argumentation and power of evidences may lead us to an unpredictable outcome and final draft of the reporter’s work. But to do it right one has to know not only old standards and follow the rules of new normality in news reporting. It would be correct to know as many similar cases of the story as possible – to use that knowledge and proper understanding for good moral reasoning [2] in the case of every new story.

#### LITERATURE

1. British Broadcasting Corporation. “The Editorial Guidelines.” Accessed March 9, 2021, <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines>
2. Christians, Cliffird G., Fackler, Mark, and Kathy Brittain Richardson. *Media Ethics: Cases and moral reasoning*. Routledge, 2017.

3. Haberman, Maggie. “Stripped of Twitter, Trump Faces a New Challenge: How to Command Attention,” *The New York Times*, January 10, 2021, <https://www.nytimes.com/2021/01/10/us/politics/trump-twitter.html>.
4. Kuhn, Thomas S. *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, The University of Chicago Press, 1962.

**Юліана Лавриш**  
(к. соц. ком., доцент)

## **ПРОЕКТ ІЗ УДОСКОНАЛЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВИТИ DESTIN У ЛЬВІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА: ДИЗАЙН НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМ ТА ПОКРАЩЕННЯ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ**

У листопаді 2019 року факультет журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка розпочав роботу у проєкті DESTIN (Еразмус+КА2) «Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм». До виконання проєкту долучений адміністративно-викладацький склад факультету журналістики: заступник декана факультету журналістики, доцент Андрій Яценко; доценти кафедри нових медій: Наталія Габор (керівник проєкту), Юліана Лавриш, Юрій Залізняк; доцент кафедри радіомовлення і телебачення Оксана Білоус, асистент кафедри теорії та практики журналістики Наталія Войтович. Варто зазначити, що у проєкті беруть участь Bath Spa University (Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії), Університет Адама Міцкевича (Познань, Польща), Університет Ліннеа (Швеція), ЕЈТА (Європейська Асоціація Журналістів-Тренерів), 10 університетів-партнерів з України, у яких вивчають журналістику, Міністерство освіти та науки України, ГО «Громадське радіо», ГО «Українська асоціація студентів». Проєкт триває впродовж трьох років – з 2019 до 2021 років.

Для ефективного виконання ключових завдань проєкт складається із 9 робочих пакетів: приготування (WP1 Preparation), дизайн навчальних програм (WP2 Curriculum audit and action plan), дизайн європейських навчальних програм (WP3 European curriculum design), моделі навчальних програм (WP4 Curriculum models), аудит навчальних програм (WP5 New/Revised Curriculum evaluation and National Guidelines), медіаосвіта (WP6 Media-literacy), якість навчальних програм (WP7 Quality), поширення та промоція ідей проєкту (WP8 Dissemination), гарантування стабільності та розвитку проєкту (WP9 Sustainability).

Команда Львівського національного університету імені Івана Франка курає останній робочий пакет DESTIN, на основі результатів якого у жовтні 2021 року планується проведення підсумкової конференції в університеті.

Впродовж проекту викладачі Львівського національного університету мали можливість відвідати та ознайомитись із викладацьким середовищем європейських університетів-партнерів у Сполученому Королівстві, Польщі та Швеції.

Хоча проект ще не завершився, на основі ознайомлення із досвідом зарубіжних колег та впродовж виконання робочих пакетів командою Львівського національного університету імені Івана Франка було здійснено такі кроки:

У межах робочого пакету №2 проаналізовано дизайн бакалаврської та магістерської програм на факультеті журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка, проведено опитування чинних бакалаврантів, магістрантів, випускників, стейкхолдерів;

Впродовж робочих пакетів №3,4 розроблено стратегії покращення навчальних програм та викладацького освітнього простору на факультеті, використано європейські моделі журналістської освіти, щоб задати напрям реформування навчальних планів

Впродовж робочого пакету №5 європейськими партнерами проекту проведено аудит бакалаврської та магістерської програми факультету, вироблено Національні рекомендації для журналістської освіти на зазначених програмах. Через виклики пандемії COVID-19 експертну оцінку навчальних програм проведено онлайн. Викладачі та адміністрація факультету надала дескриптори дисциплін бакалаврської та магістерської програм для європейських колег українською та англійською мовами.

У межах проекту №6 викладачі факультету журналістики презентували роз'яснювальні онлайн-курси з медіа-грамотності для цільових груп, окрім того залучали до участі у проекті професійне середовище у вигляді тренінгів для студентів бакалаврської та магістерських програм.

Серед основних цілей робочого пакету №9 – провести підсумкову конференцію у Львівському національному університеті із залученням партнерів проекту, стейкхолдерів, науковців із інших університетів; почати процес творення подвійних дипломів між факультетом журналістики та університетом Адама Міцкевича (Познань, Польща), започаткувати Всеукраїнську асоціацію журналістів-дослідників.

*Катерина Чубенко  
(асистент)*

## **ЛІТЕРАТУРНА КРИТИКА В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМАТУ**

Літературна критика є одним із найстаріших явищ у журналістиці. Літературні журнали були популярними у Європі з 18 ст. Відомі письменники часто засновували власні видання або друкувалися як критики, багато хто починав з журналістики свій шлях до літератури. Оноре де Бальзак описав свій досвід у критичній журналістиці в романі «Втрачені ілюзії». У царській Росії літературні журнали ставали опозиційними майданчиками, де можна було алегорично обійти цензуру.

Зважаючи на низький рівень грамотності населення і фінансову незабезпеченість, цільовою аудиторією мистецьких журналів тих часів були інтелектуали. Сьогодні ці проблеми, якщо і є актуальними, то для порівняно невеликого відсотку населення. З переходом в онлайн літературна критика стала доступною для кожного, хто має вихід в інтернет.

Разом із адаптацією друкованих рецензій та оглядів для публікації в мережі, змінився і підхід до персони автора. Інтернет дав можливість висловитися кожному, тож якщо на спеціалізованих сайтах, як «ЛітАкцент» публікуються переважно ті, хто літературною критикою займається професійно, то в соціальних мережах відгук про книжку може залишити будь-хто. Такі сторінки і канали в блогосфері утворюють нішу бук-блогінгу [1].

Для кожної соцмережі виробили власний формат подання інформації. У чомусь вони перегукуються, але в цілому залежать від особливостей соцмережі.

Інстаграм від створення у 2010 був платформою для публікації фотографій. Сьогодні текст залишається другорядним елементом для профілю, а отже саме від візуального наповнення залежить, чи залишиться потенційний читач на сторінці, чи підпишеться, щоб і надалі слідувати за оновленнями. З іншого боку, за допомогою гештегів користувачі можуть вільно шукати в мережі відгук саме на ту книгу, яка їх цікавить, що робить візуальний супровід тексту менш важливим.

Іншою особливістю Інстаграму є обмежена кількість знаків для тексту. Тому він не підходить для публікації об'ємних розгорнутих рецензій. Відповідно, найбільш поширеним жанром критики в Інстаграмі є огляд. Літературні блоги в інстаграмі можемо умовно поділити на повністю книжкові – присвячені винятково критиці та напівособисті, де автори також публікують світлина з особистого життя.

До першого підвиду відносимо сторінку Олега Проданчука The Book Shelter [2]. Автор розділяє свій особистий профіль і книжковий.



Блогер професійно з літературою не пов'язаний, як можна зрозуміти з його особистої сторінки. На сторінці, присвяченій книжкам, публікує фотографії книжок і підписом до них відгук на книжку. Блог створений відносно недавно – у січні 2021 року, має більше 500 підписників. До кожного посту автор зазначає назву, автора, видавництво, а також має власну 5-тибальну шкалу оцінювання. Текст відгуку поділений тезово, що візуально робить структуру чіткішою і легшою для сприйняття тексту. Наприкінці обов'язково вказує набір відповідних гештегів.

До другого підвиду відносимо сторінку Богдани Неборак [3]. Авторка професійно займається літературною критикою, є ведучою подкасту «Взяла і прочитала» на «Радіо Поділ». Блог створений ще у 2013 році і має більше 7500 підписників, серед яких сторінки українських видавництв та Українського інституту книги. В шапці профілю є посилання на Linktree – сторінку-довідку з посиланнями на інтерв'ю, статті та інші матеріали авторки та про авторку. Огляди прочитаної літератури Б. Неборак публікує під фото книжок, вказує автора та назву, також порядковий номер за прочитанням цього року, наприклад, «Наглядати і карати» М. Фуко – 8/2021. Тексти авторки є класичним оглядами – об'єктивними, зі вказаними сильними і слабкими місцями книжки і автора, з аналізом тексту книжки, а не лише особистими враженнями від прочитаного. З гештегів використовує лише власний #взялаіпрочитала за назвою свого подкасту на радіо.

Деякі автори – наприклад, Ксеня Різник, авторка профілю «Етажерка» [4] – на сторінці діляться фотографіями книжок, які зараз читають або вже прочитали, але огляду не подають. Натомість в шапці профілю є постійне активне посилання на іншу платформу (Blogger, Wordpress та ін.), де можна знайти повноцінний рубрикований блог з рецензіями чи відгуками включно.

Перевагами інстаграму для бук-блогінгу і літературної критики загалом є як простота у пошуку потрібної інформації, так і її різноманіття, адже, як і в інших соціальних мережах можна знайти як критику професіоналів, так і особисті враження від читачів. Обмеження у кількості знаків не дає можливості зробити матеріал об'ємним, а отже дуже звучує можливість для всебічного аналізу книжки. Незручною також є неможливість залишити посилання на розширену версію рецензії безпосередньо у самому пості, а не в шапці профілю. З іншого боку, формат стислих текстів «про головне» відповідає запитам користувачів соціальних мереж, які переважно зорієнтовані на швидке отримання і обробку інформації.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Скібан О.І. Конвергентні медіа як платформа для промоції та просування книг на сучасному українському ринку. Поліграфія і ви-

- давнича справа. №1 (77). 2019. URL: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/1-77/14.pdf>
2. Проданчук О. URL: [https://www.instagram.com/bk\\_shelter/](https://www.instagram.com/bk_shelter/)
  3. Неборак Б. URL: <https://www.instagram.com/neborakova/>
  4. Різник К. URL: [https://www.instagram.com/bookstand\\_ua/](https://www.instagram.com/bookstand_ua/)

*Леся Бурич*  
(к. соц. ком., асистент)

## **ВОЄННА ТЕМАТИКА В УКРАЇНСЬКІЙ КОЛУМНІСТИЦІ**

Постмайданні реалії вплинули на тематично-змістове наповнення української колумністики, змістивши її вектор з особистісної у національну площину. Зокрема воєнні події на Сході України стали поштовхом до продукування у колонці найбільш злободенних, суспільно вартісних смислів. За мету ставимо проаналізувати воєнну колумністику у виданнях “Український тиждень”, “Українська правда” та “Бу-квоїд” за 2014–2021 роки.

Пріоритетними темами воєнних колонок є учасники АТО, диванна сотня та кіборги, оборона Донецького аеропорту, бої під Іловайськом і Дебальцевем, окупація півострова Крим та атака росіян в Азовському морі. Колумністи аналізованих медіаресурсів намагаються збагнути цілі та стратегії війни, причини анексії Криму та тривалість бойових дій на Донбасі.

Воєнну тему часто актуалізують сторонні спостерігачі й учасники бойових дій, зокрема: волонтерка та ветеранка війни Валерія Бурлакова (“Вечір”, “Піски часу”), волонтерка Олена Стадник (“Война: нельзя ни понять, ни простить, ни забыть”), волонтер і засновник фонду “Повернися живим” Віталій Дейнега (“Диванному воину посвящается”, “Попасть в АТО вопреки всему”), голова ради ветеранів АТО при партії “УКРОП” Микола Колесник (“Іловайськ: чотири роки безкарності”), офіцер резерву ЗСУ Володимир Кухар (“Нагородити солдата”) та інші. Колумністи змальовують жакливу картину воєнної дійсності, критикують владу за причетність до Іловайської трагедії, осуджують інфантильних громадян та закликають їх допомагати армії. Загалом воєнна тематика представлена в українській колумністиці різноаспектно.

*Суспільно-політичний аспект.* Тему війни колумністи “Тижня” переважно розглядають у суспільно-політичному контексті. Так, Ігор Лосєв у колонці “То хто ж воює проти України?” наголошує, що загарбницьку політику Володимира Путіна підтримують не лише силові

структури, а й більшість російських громадян з відвертими антиукраїнськими поглядами.

*Соціальний вектор.* Деякі колумністи часопису (Анатолій Шара “Як тил вбиває не менше за війну” та Юрій Лапаєв “«Я вас туди не посилав»”) описують негативне ставлення водіїв маршруток та інших членів соціуму до учасників війни та військовослужбовців, які згідно з чинним законодавством претендують на пільговий проїзд. Волонтер Віталій Дейнега у колонці “Лимонный пирог с войною” виокремлює два типи людей: ті, які допомагають армії, та ті, яких стиль життя під час війни абсолютно не змінився. Про невидимих бійців видимого фронту, які намагалися допомагати армії коштами, одягом чи їжею також розмірковує Ірен Роздобудько у матеріалі “Майдануті”.

*Соціально-психологічний ракурс.* У центрі колумністських текстів часто перебувають наші захисники, які героїчно віддали своє життя під час російської інтервенції. Автор колонок “Ціна питання” та “Воювати, щоб перемогти” Роман Малко намагається емоційно відтворити психологічний стан батьків, які втрачають на війні своїх дітей. У публікаціях Алли Лазаревої “На роковини загибелі Василя Сліпака” та “«Поки триває війна»...” змальовано психологічний портрет Героя України Василя Сліпака.

*Психологічний ракурс* охоплено у колонці Ігоря Лубківського “Лекція для воїнів та їхніх родин”, де психолог і психотерапевт дає корисні поради, як допомогти воїнам АТО адаптуватись до мирного життя та подолати воєнну травму, а також описує вплив війни на людський мозок та роль психотерапії (зокрема арттерапії) у лікуванні поствоєнних синдромів.

*Медичний вектор.* Поради щодо надання першої медичної допомоги на полі бою дає інструктор з тактичної медицини ГО “Захист Патріотів” Гліб Бітюков. На його думку, усі силові структури мають пройти курс бійця-рятувальника, щоб врятувати життя пораненим на догоспітальному етапі.

*Економічний аспект* висвітлено у колонці Валерія Кравченка “Як забезпечити роботою і житлом учасників АТО”, де віце-президент ГО “Вільна генерація” акцентує на фінансовій допомозі демобілізованих солдатів.

*Правовий ракурс* найчастіше актуалізує юрист-кримінолог Ганна Маляр. У її публікаціях “Що потрібно знати про воєнний стан”, “Не всі колишні злочинці однаково корисні для АТО” охоплено законодавчу складову війни. Політолог Ігор Лосєв у колонці “Війна і судова реформа” наголошує на потребі керуватися воєнним законодавством, оскільки за час російської інтервенції несправедливо засуджено тих громадян, які стали на захист нашої держави.

*Гуманітарний аспект* війни порушено у колонках Володимира Ференца “Гуманітарна ціль війни” та Сергія Руденка “Як Росія готу-

валася до війни з Україною”. Колумніст “Буквоїду” Сергій Руденко запевняв, що Росія планувала вторгнення за 5 років до воєнної інтервенції. Про це, зокрема, свідчать книжки російських авторів на воєнну тематику у жанрі політичного прогнозу.

*Культурний вимір* війни здебільшого охоплюють літературні діячі. Про українське мистецтво у час кіборгів та роль письменника у контексті війни неодноразово розмірковували Олег Соловей та Олександр Клименко. У колонці Андрія Кокотюхи “Культурний фронт і культурний тил” описано стійкий моральний дух наших воїнів і ватну орієнтацію деяких громадян та наголошено на важливості бібліотек і книгарень у формуванні проукраїнського світогляду.

*Аксіологічний аспект* заторкнуто у колумністському тексті Владислава Івченка “Менше ненависті”, де йдеться про ненависть людей у час війни.

Отже, воєнна тема в аналізованій колумністиці репрезентована у кількох площинах, що свідчить про її різнобічність, політематичність і злободенність.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Авторська колонка. *Буквоїд*. URL: <http://bukvoid.com.ua/column/> (дата звернення: 20.02.2021).
2. Авторські колонки. *Тиждень.ua*. URL: <https://m.tyzhden.ua/column> (дата звернення: 03.03.2021).
3. Українська правда. URL: <https://www.prawda.com.ua/> (дата звернення: 14.01.2021).

*Наталія Габор*  
(к.філол.н., доцент)

## **ЖУРОСВІТА В КОНТЕКСТІ ЗМІН ТА МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ**

Сьогодні у швидкоплинну інформаційну епоху будь-яка професійна сфера все частіше потребує оновлення і зміни. Особливо це відчутно у такій професії як журналістика (відповідно – і журналістська освіта), яка через бурхливий розвиток комунікативних технологій, їх здешевлення та масову доступність зазнає трансформацій як у контексті подачі контенту, так і способів його поширення. Проте визнавати необхідність змін мало, треба мати шанси на них. Таким шансом на зміни в журналістській освіті став проєкт Еразмус+ KA2 DESTIN

(«Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм») спільний для двадцяти освітніх і медійних установ та організацій, серед яких – десять українських університетів. На факультеті журналістики ЛНУ імені Івана Франка його історія почалася в 2018 році. Крім викладачів, студентів та журналістів-практиків з української сторони, в ньому задіяні партнери з Австрії, Британії, Ірландії, Польщі та Швеції з координаторами від університету Бат Спа (Британія).

Насамперед цей проєкт був не особистою ініціативою когось із викладачів, а факультетським проєктом з колективною участю. Окрім викладачів до нього були залучені студенти та працевдавці, оскільки саме вони впливають на формування списку вмій та навичок, необхідних для успішності на ринку праці. Щоб зрозуміти сучасні потреби працевдавців та виявити побажання студентів, було проведено опитування студентів і працевдавців десяти українських вишів, об'єднаних проєктом. Узагальнені результати опитування отримали всі учасники. Цей результат був, безперечно, корисним, проте нас зацікавили оцінки та міркування конкретно наших випускників та працевдавців. Тому група ЛНУ імені Івана Франка провела додаткове уточнююче опитування, щоб знати що саме цікавить конкретно наших факультетських випускників, а також як вони оцінюють перспективу конкретних змін (наприклад, можливість за певних умов отримати дуальні дипломи). Згодом зарубіжні колеги провели аудит бакалаврських та магістерських програм в контексті європейських вимог та правил, акцентувавши на слабких місцях програм та їхніх неспівпадіннях із вимогами працевдавців та побажаннями студентів. І якщо «середньостатистичний опитаний студент» (з десяти університетів) акцентував увагу на малій кількості курсів на вибір та недостатності практичних занять, то львівські студенти були не проти теоретичних знань, проте, щоб вони подавались у контексті сучасної медіапрактики. Нарікання студентів також викликала чимала кількість історичних предметів на випускному курсі бакалаврату. Викладачі, які були задіяні в проєкті, повинні взяти до уваги студентські побажання, зауваження, висловлені після аудиту, вимоги працевдавців та на основі отриманого досвіду підготувати оновлену версію освітніх програм. У перспективі доопрацьовані програми пройдуть повторний аудит, а увесь проєкт завершиться підсумковою міжнародною конференцією.

Важливо, що координатори проєкту DESTIN з університету Бат Спа не вимагають жодної універсалізації програм чи дисциплін. Єдиними повинні бути тільки правила гри: навчальні плани повинні бути зроблені відповідно до Європейської рамки кваліфікацій та відповідати Європейським стандартам доброчесності та професіоналізму [1]. Також вони повинні відповідати індикаторам якості журналістських

програм, в основу яких було покладено Тартуську декларацію Європейської асоціації підготовки журналістів [2].

Проте цей напрямок, хоч і дуже працеземкий та важливий, далі не єдиний, що і робить проєкт цікавим для різної викладацької аудиторії. Напевно, кожен з нас, викладачів, має якісь напрацювання, нові ідеї та міркування, які, однак, складно запровадити допоки вони не пройшли доброзичливої професійної «цензури» колег, порад тих, хто має більший досвід. З іншого боку, на базі DESTIN утворилась своєрідна неофіційна асоціація однодумців з десяти українських вишів, зібраних під егідою британських дослідників, у яких є свої десять різноманітних досвідів, якими вони щиро діляться. Кожен етап проєкту по-своєму цінний: і той, коли ознайомлюєшся з результатами анонімного опитування працедавців та студентів щодо освіти, і той, на якому британські колеги переглядають програми і висловлюють критичні поради, і той, під час якого учасники DESTINу навчаються, перебуваючи у британській, польській та шведській школах журналістики, і той, коли кожна група працює над різними завданнями на матеріалах свого факультету чи кафедри, а результати спільно обговорюють на зустрічах, і навіть той, коли, роблячи SWOT-аналіз власної освітньої програми і навчальних умов, починаєш критично й інакше осмислювати їх. Проєкт DESTIN цікавий своєю багатогранністю підходів до змін у вищій журналістській освіті.

Цей проєкт створив дружнє професійне середовище освітян-журналістів, які тільки в дні вступних іспитів конкурують між собою, а усі інші дні року вони – колеги, партнери й однодумці з багатьма подібними проблемами, які варто й продуктивно вирішувати спільно. Ми отримали спільноту однодумців, яка мала змогу спілкуватись між собою не в короткочасних рамках круглого столу чи дискусій на конференції, а тривало в часі, обговорюючи послідовно різні проблеми на реальних чи онлайн-зустрічах та семінарах. Як результат – в рамках DESTIN було сформовано групу для асоціативного членства в європейській професійній спілці. Більше того, оскільки аналогічні спілки для медіаосвітян є в багатьох країнах світу, а в Україні нема, хоч потреба в них однозначна, то осередок проєкту підтримав ініціативу групи ЛНУ імені Івана Франка про створення української асоціації медіадослідників як мережі для професійної взаємодії та співпраці між університетами і професійними журналістськими організаціями.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Qualification Frameworks. Available at: <http://ehea.info/page-qualification-frameworks>
2. Tartu Declaration (2013). European Journalism Training Association. Available at: <https://www.ejta.eu/tartu-declaration>.

*Мар'ян Житарюк*  
(д.соц.ком., професор)

## **МІСЦЕ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАЗНАВЦІВ У СУЧАСНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ РОБОТАХ**

Аналіз студентських наукових досліджень, їхніх виступів на конференціях, бакалаврських та магістерських праць, статей аспірантів, дисертантів змушує замислитися над тим, що щось не так з українським медіазнавством, якщо в наукових апаратах все ще значна частка робіт радянської доби, росіян, західних авторів. Іноді трапляється й так, що сучасних українських науковців узагалі не цитують. Пишучи, скажімо, про жанри, цитують С. Корконосенка, О. Тертичного, Є. Прохорова, але не згадують А. Москаленка, В. Здоровегу, В. Шкляра, Й. Лося, В. Лизанчука.

У цієї проблеми – незнання сучасної наукової літератури або свідомого чи несвідомого ігнорування нових праць з журналістики українською мовою – звісно, є причини. По-перше, відсутня повноцінна база даних наукового доробку в українському журналістикознавстві. По-друге, недостатня доступність до книжок через те, що навіть в обласних центрах належно не функціонують академічні книгарні. По-третє, не всі посібники та підручники розміщені в мережі інтернет. По-четверте, розмитість пріоритетів сучасної журналістики як науки, яка стрімкими темпами трансформувалась на соціальні комунікації. По-п'яте, готові зразки старої методології, яку легше копіїувати, пристосовувати, ніж розробляти нові підходи. Як бачимо, причини достатньо вагомі, не кажучи вже про побіжні фактори, як-от ціна наукової літератури, недостатні тиражі, фізична відсутність примірників у тих чи інших наукових центрах.

Усі ці несприятливі фактори потребують серйозного осмислення з метою розв'язання проблеми комплексно. Сьогодні хотів би докладніше звернути увагу на дві з них: це підміна журналістики на соціальну комунікацію та зручність копіїування.

Якщо мати на увазі журналістику, то ми повинні пам'ятати про її багатоаспектність і феноменальність. Журналістика – це і соціокультурна та політична складові суспільства (регулює відносини і форми взаємодій між класами, соціальними групами, конструює дійсність, впливаючи на різні гілки влади), і творча професія з реалізацією в різних видах ЗМІ (у пресі, на радіо, на телебаченні, в конвергентних мас-медіа: кореспондент, редактор, оглядач, літературний редактор,

крос-медійник тощо), і виробничо-продуктивний комплекс (друкарні, телевізійні та радіоцентри), і потужний інформатор масової аудиторії, і вихователь та продуцент національних культурних смислів, і формулянт «порядку денного», і частина соціальної комунікації тощо. Соціальна комунікація, безперечно, багато в чому увиразнює певні аспекти масової комунікації, але найбільше акцентує на способах і формах комунікування, відкидаючи на другий план власне творчу складову. Тобто новітні дослідження покликані акцентувати вже не стільки на явищах, які традиційні для журналістики, скільки на різновидах зв'язків, налагодженні контактів... У новітніх дослідженнях, базованих на первинності комунікації, бракує і бракуватиме якісного аналізу газет-журналів-радіо-телебачення-сайтів, проблематики та жанрів, авторського стилю та мовно-стилістичних особливостей, портретних характеристик, основ журналістської майстерності, але багато місця приділятиметься технологічним аспектам...

Тому сучасні молоді дослідники, що навчені наукового апарату соціальної комунікації, у журналістикознавчих темах часто вимушені компіювати старі наукові надбання, що залишились від радянського періоду. Так і час заощаджують, і не допускають багато помилок, але, очевидно, продукують вторинний з погляду актуальності, фаховості, значущості матеріал.

Звісно, що майданчик наукової конференції не здатний розв'язати весь комплекс давно назрілих і перезрілих питань, бо для цього насправді є інші компетентні органи під егідою Міністерства освіти і науки України, однак мусимо заявити про гостроту проблеми, про ознаки розвитку науки про журналістику не зовсім у правильному напрямку. І сподіватися, що все буде переосмислено і виправлено, інакше наша наука залишатиметься на манівцях освітнього і фахового зростання.

*Тарас Лильо*  
(к. філол. н., доцент)

## **РОСІЙСЬКА ІДЕОЛОГЕМА «ПЕРЕМОГА» В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ІНТЕРПРЕТАЦІЯХ ГАЛИНИ АККЕРМАН**

Когнітивна війна – це «війна сенсів, світоглядів, інтерпретацій, картин світу, фундаментальних підстав буття, ідентичностей, концепцій минулого, сьогодення і майбутнього, які закладені у твори культури, в політичну пропаганду, в моделі освіти, в наукові доктрини і методології аналізу» [1]. На думку Галини Аккерман, одна з найваж-



ливіших тем, у просторі якої ведеться когнітивна війна між Росією та Україною, – тема перемоги над гітлерівською Німеччиною 1945 року і всього, що прямо чи опосередковано пов'язано з Другою світовою війною. Авторка стверджує, що за останні два десятиліття пам'ять про «Велику Вітчизняну війну» і культ Перемоги перетворилися на «громадянську релігію», бо російська влада вважає, що це – єдиний беззаперечний символ, який об'єднує всю Росію і всіх росіян, абсолютна опора російської ідентичності. «Путінський політичний режим з перших років свого становлення «приватизував» символічний капітал Перемоги і використовує його як для зміцнення власної легітимності усередині країни, так і для розв'язання завдань за межами Росії – передусім у країнах колишнього СРСР» [2].

Саме таку технологію російська пропаганда інтенсивно використовує з 2014 року, перетворивши «Велику Вітчизняну війну» на когнітивну та інформаційно-психологічну зброю проти захисників Української держави. Адепти цієї пропаганди намагалися переконати, що «війна на Донбасі – це війна між «Добром» і «Злом», між «спадкоємцями Перемоги-1945» і «нацистсько-фашистською хунтою», «спадкоємцями Гітлера і Бандери» [2].

Ілюстрацією такої технології є щорічна акція під назвою «Безсмертний полк». На думку авторки, таким чином у Росії родинне минуле пересічних людей потрапило в жорстку залежність від політичного підтексту і лояльності до дій влади – приміром, ставлення до цієї акції стало тотожним ставленню до анексії Криму: якщо ти ходиш на «Безсмертний полк», отже, ти лояльний до кремлівської політики і, зокрема, ти за «Кримнаш». Цю схему перенесли і в Україну: якщо ти за «Безсмертний полк», отже, ти вважаєш війну на Донбасі «громадянською», а не «російсько-українською», Майдан-2014 – держпереворотом, а Крим «Путін не міг не забрати». Критичне ставлення до «Безсмертного полку» автоматично означає, що людина нібито проти свого (пра)діда, який «проливав за тебе кров», «дійшов до Берліна», «задушив фашистську тварюку» тощо. На окреслення такої тенденції Галина Аккерман використовує поняття «победобесіє», яке стало однією зі стержневих ідей у риторичі Путіна і його інформаційної облуги. З іншого боку, авторка трактує «безсмертний полк» як певну язичеську релігійну ходу, під час якої російський народ щороку ніби заново перемагає ворога.

Публіцистка стверджує, що «приватизацію» перемоги Путін здійснив тричі. По-перше, путінські ЗМІ вже не соромлячись заявляють, що СРСР виграв війну практично одноосібно, а воював він «проти всієї Європи». Друга брехня – у фактичному приписуванні Росії того, що було зроблено країною, яка називалася СРСР. Є й третій аспект приватизації перемоги над нацизмом: Путін узурпує спадщину цієї перемоги, він і його ЗМІ привласнюють собі право від її імені, від імені

всіх загиблих судити сьогоднішні держави, оголошуючи їх «спадкоємцями нацизму». Насамперед це стосується України і країн Балтії.

Галина Аккерман стверджує, що у гітлерівській Німеччині був абсолютно схожий культ мертвих героїв, вшановування яких було дуже важливим елементом гітлерівської ідеології.

Для того, щоб ідентифікувати Путіна з перемогою 1945 року, російський офіціоз виробив двоходівку. По-перше, за допомогою кіно і ток-шоу перемога була персоніфікована, тобто головним переможцем було оголошено Сталіна. На це працювали кілька років усі шоу Соловйова і його колег. По-друге, Путін постає як реінкарнація Сталіна, тільки без витрат, пов'язаних з репресіями.

Так, за допомогою багатолітньої масової софістики перемога над нацизмом «переповзає» спочатку з коаліції країн-переможниць на одну країну – СРСР, потім на її частину – на Росію, потім на одну людину – на Сталіна, ну а вже потім на його авторитарного наступника – Путіна [2].

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Аккерман Г. Безсмертний полк. Священна війна Путіна. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2019. 216 с.
2. Окара А. «Народна війна» проти імперського сталінсько-брежневсько-путінського міфу. *День*. 2019. 17 трав. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobysci/narodna-viyna-proty-imperskogo-stalinsko-brezhnevsko-putinskogo-mifu> (дата звернення:08.03.2021)

*Тетяна Хоменко*  
(к. філол. н., доцент)

### **ЕТИЧНА Й ДЕОНТОЛОГІЧНА РЕКОНФІГУРАЦІЯ ПОНЯТЬ «ЖУРНАЛІСТИКА» І «ЖУРНАЛІСТ» В УМОВАХ НОВОЇ ЦИФРОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА КОМУНІКАТИВНОЇ РЕАЛЬНОСТІ**

Дослідник соціальних комунікацій Маршалл Маклюен свого часу назвав дев'ятнадцяте століття століттям редакторського крісла, а двадцяте – століттям психоаналітичної кушетки. Майбутньому він дав назву «глобального села», оповитого світовою павутиною. Однак залишається відкритим питання, як у цьому «глобальному селі» поведуть себе ті, хто готує інформацію, як і ті, хто потребує інформації і споживає її. Так само відкритим залишається питання про якість інформації,

тобто про рівень компетентного трактування фактів і мету пропонованих інформаційних матеріалів. Зрештою, дотримання основних стандартів журналістики, які становлять основу журналістської етики, мали б забезпечити надання аудиторії повної і достовірної інформації, особливо сьогодні, коли дедалі частіше йдеться про роль ЗМІ у формуванні нової медіареальності, коли за допомогою мультимедійних інтерактивних технічних засобів масової інформації традиційні ЗМІ можуть розширювати свою аудиторію, знаходити нові джерела інформації через взаємодію з соціальними мережами, використовуючи їх водночас і для розміщення свого контенту.

А проте, чимало дослідників нових змін в інформаційному просторі вказують на те, що традиційні ЗМІ зазнають не лише змін як таких, але й постають перед проблемою кризи комунікативної поведінки, спричиненої, як про це слушно говорить український видавець, журналіст, доктор наук з соціальних комунікацій Василь Теремко, динамікою соціокультурних потреб, які «змінюють структуру медій і характер інформаційного продукту, коли свідомість то випереджає ці зміни, то наздоганяє їх». Зокрема, В. Теремко вказує на те, що «випробування кризою традиційних комунікаційних посередників і неадаптивністю в середовищі новітніх медій – не єдині в постмодерному часі. Людство об'єктивно і за індивідуальними самовідчуттями переступило поріг постлітературного і постгуманістичного соціоландшафту. Життєвим простором неухильно оволодівають покоління, моделлю світу для яких є не глобус, а інтернет, і кожен у ньому – «колумб». Вони інакше розмовляють і мовчать, ніж покоління «аналогові». Вони вже не шукають одержимо книгу, бо мають екран. Їхній символічний світ – інший за базовими критеріями. Блог – їх внутрішній голос, чат – засіб спалювання незреалізованих енергій і публічного самооголошення» [3]. І в цьому часі «антропологічних напружень й особистісних випробувань» [3] журналісти мали б працювати і в етичному полі дотримання журналістських стандартів, і в деонтологічному полі обов'язку відповідальності, пам'ятаючи про місійність своєї професії. Тобто передовсім йдеться про стандарти професійної досконалості в нових умовах збору, обробки та поширення інформації, яка б забезпечувала налагодження якісної комунікації з аудиторією – сьогодні уже не як з «пасивним» споживачем медіазмісту, а реципієнтом, спроможним продукувати і поширювати через інтернет свій інформаційний продукт. І саме сьогодні, в добу такого широкого доступу до інформації і можливості часто неконтрольованого (тобто непідзвітного, довільного і дозвільного) інфотворення, загострюється увага до професійності саме журналістського корпусу. Адже профстандарти залишаються незмінними. Інститут масової інформації навіть розробив методологію моніторингу професійних стандартів журналістики, яку активно застосовує зокрема для моніторингового аналізу дотримання

профстандартів в онлайн-медіа [2]. Власне, реконфігурація традиційних масмедійних платформ та поява нових призвела до реконфігурації (не завжди позитивної) традиційного розуміння функцій журналістики і журналістської праці. Одним із негативних наслідків такої реконфігурації стала «професійна девіація», на думку Отара Довженка [1] – загрозна для журналістики, яка призводить до «генетичної мутації в журналістській професії» і до появи не-журналістики. Виникнення цього «специфічного різновиду журналістики» він пов'язує з тривалим функціонуванням в інформаційному просторі «112. ua», «ZIK», «NewsOne», а також «Страна.ua», «Вести» та інших онлайн-видань як таких, що підмінили власне журналістику в Україні і призвели, зокрема, до ситуації коли рівень довіри до журналістів знизився через те, що статусом журналіста почали прикриватися «політики, пропагандисти і клоуни». Але варто зауважити, що цю тему гостро обговорювали ще 6 листопада 2019 року на Парламентських слуханнях, коли розглядали питання безпеки діяльності журналістів в Україні. І саме тоді вкотре наголосили на обов'язковій професійності журналіста та на потребі чіткішого визначення поняття «професійний журналіст» з урахуванням викликів інтернетної епохи. А це також вказує на нагальну потребу законодавчого врегулювання медіасфери з визначенням універсальних етичних та деонтологічних правил і для традиційних, і для онлайн-нових ЗМІ.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Довженко О. «Всратая» журналістика: більше, ніж канали Медведчука. URL: <https://detector.media/infospace/article/184738/2021-02-10-vsrataya-zhurnalistyka-bilshe-nizh-kanaly-medvedchuka/>
2. Звіт з моніторингу дотримання профстандартів в онлайн-медіа. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-persha-hvylya-monitoryngu-u-2020-rotsi-i31632>
3. Теремко В. Людські виміри медіареальності постмодерну. URL: <https://academia-pc.com.ua/bez-rubriki/lyudski-vimiri-mediarealnosti-postmodernu>

**Ольга Квасниця**  
(к. соц. ком, доцент)

## СЕНСОЖИТТЄВІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ З РІЗНОЮ СПРЯМОВАНІСТЮ ОСОБИСТОСТІ

Сенсожиттєві орієнтації людини є перманентним об'єктом вивчення філософії, психології, соціології, етики – цілого комплексу наук, які вивчають людину у всій її складності і взаємодії на різних рівнях організації та функціонування, зокрема соціальному. Вибір теми зумовлений пошуком відповіді на питання, які ціннісні орієнтації і особистісні смисли є в студентів-журналістів, адже, з одного боку, на юнацький вік припадає становлення світогляду, а з іншого – в майбутньому якась частка з них працюватиме як фахівці зі суспільною думкою, впливаючи і формуючи останню.

Проаналізувавши різні теоретичні підходи до розуміння засадничих понять, можна сказати, що «сенсожиттєві орієнтації» є результатом усвідомлення цінностей, цілей і сенсу власного життя, і ці категорії тісно пов'язані з поняттями «ціннісні орієнтації», «життєві цілі» і «сєнс життя». Найгрунтовніше це поняття досліджували Д. Леонтєв, М. Бахтін, В. Франкл та ін.

Емпіричне дослідження було проведено за методикою сенсожиттєвих орієнтацій особистості Д. Леонтєва, шкалою езистєнції А. Лангле, К. Орглер; методикою визначення спрямованості особистості Б. Басса. Вибірку становить 40 респондентів студентської молоді факультету журналістики ЛНУ ім. Франка віком від 18 до 21 року.

Гіпотези дослідження:

1. Припускаємо, що в осіб з різною спрямованістю особистості спостерігатиметься відмінність сенсожиттєвих орієнтацій;
2. Припускаємо, що в осіб зі спрямованістю на себе більш виражена потреба свободи;
3. Припускаємо, що зі зростанням спрямованості на себе показник самодистанціювання теж зростає.

У дослідженні було використано якісно-кількісний аналіз. Зокрема для кількісного аналізу було застосовано математико-статистичні методи опрацювання даних: кореляційний, порівняльний і кроскореляційний.

Кластерний аналіз за методом k-середніх дозволяє розділити досліджуваних за кількома ознаками на групи. У нашому випадку шкали методики спрямованості особистості дозволили виявити два основні кластери.

Перший кластер (СНС) – *особи спрямовані на себе* (відповідно цій групі студентів-журналістів притаманна схильність орієнтуватись на

власну вигоду, свої потреби і цілі, в будь-якому випадку досягати результату; схильність до суперництва);

Другий кластер (СНК) – *особи спрямовані на комунікацію* (для цієї групи студентів-журналістів важливе значення мають добрі міжособистісні стосунки і спілкування з іншими, орієнтація на спільну діяльність).

Кореляційний аналіз показав зв'язки між показниками у кожному кластері.

Так, у першому кластері (СНС) було виявлено зв'язки між показниками процес життя (ПЖ), самоідистанціювання (СД) та свободи (СВД), а це означає, що при зростанні інтересу емоційної насиченості життя в осіб, які спрямовані на себе, зростає показник самоідистанціювання, який свідчить про орієнтацію особи лише на саму себе, і на потребу свободи. Показник процес життя (ПЖ) також має зв'язки з показниками екзистенції (ЕКЗ) та персоною (ПЕР): Тобто, що конструктивніше особа поводить із зовнішнім світом, рішуче і відповідально з ним справляється, то більш емоційно насиченим і цікавішим є її життя.

У другому кластері (СНК) спостерігаємо схожі кореляційні зв'язки між показниками результат життя (РЖ) і показниками самоідистанціювання (СД), свободи (СВД) та показниками екзистенції (ЕКЗ). Відтак, що більше особа зі спрямованістю на комунікацію задоволені власним життям і самореалізована, то вищим показником свободи вона характеризується. Вищий рівень самореалізації у осіб зі спрямованістю на комунікацію буде сприяти когнітивній і емоційній доступності особи для себе.

Кроскореляційний аналіз дозволив виявити залежність між типом спрямованості та сенсожиттєвими орієнтаціями (за критерієм Спірмена). Встановлено зв'язок між показниками самоідистанціювання (СД) першого кластера і цілі в житті (ЦВЖ) другого кластера: Тобто є зв'язок між вираженим вмінням дивитись на навколишню дійсність збоку в осіб зі спрямованістю на себе, і наявністю цілей, планів на майбутнє осіб з вираженою потребою комунікації. Досліджено також кореляційний зв'язок між показниками самоідистанціювання (СД) першого і другого кластера: тобто зі зростанням спрямованості на себе показник самоідистанціювання теж зростає, і натомість він знижується зі зростанням спрямованості на комунікацію.

Отже, з трьох гіпотез підтвердилась лише одна: гіпотеза про те, що зі зростанням спрямованості на себе показник самоідистанціювання теж зростає.

Результати проведеного дослідження можуть стати підставою для подальшого вивчення і розвитку цієї теми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции. Вопросы философии, 1996. № 6. С. 15-26.
2. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М. Прогресс, 1990.

**Юрій Мельник**  
(к. соц. ком., доцент)

## **МЕДІЙНА АКТИВНІСТЬ РОСІЙСЬКОЇ МОЛОДІЖНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ «ЮНАРМІЯ» НА УКРАЇНСЬКИХ ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ**

Після Помаранчевої революції 2005 року, мітингів на Болотній площі у Москві у 2011 році і особливо – після революції Гідності 2014 року Кремль вживає систематичних заходів для недопущення в Росії майдану за українським сценарієм. Чим більшою мірою вимальовується молодіжний характер російського протесту, тим більше уваги звертають на молодь. У прокремлівських публіцистичних колах ведуть розмови про «кризу молодого покоління»[5] та про «політичну педофілію» [1] з боку російської демократичної опозиції, все більше намагаються зайнятися вихованням молоді [3], опанувати молодіжний дискурс у соцмережах, передусім – у Тіктоку [2]. Зрозуміло, що створення Юнармії було започаткуванням чергового стратегічного напрямку боротьби за серце і розум молоді, спробою відвоювати нове покоління росіян у Тіктоку, Інстаграмі, Нетфліксу і Навального. Тоді, у 2016 році, Шойгу [4] обіцяв створити сотні центрів Юнармії в Росії. Виявилось, що він не жартував: за короткий час відбулася мілітаризація російської школи, Юнармія стала важливим фактором [8] у житті російських школярів, причому далеко не завжди добровільним. Упереміш із навчальним процесом (а часто – замість нього) нормою стала фізична і психологічна підготовка [6] до війни з ворогами Росії, естетизація експансивних апетитів: починаючи від ближнього зарубіжжя і закінчуючи Аляскою [7].

Закордонна географія поширення руху досить широка. У тому чи іншому вигляді Юнармія позначила себе у Білорусі, Вірменії, Таджикистані, Казахстані, Киргизстані, Абхазії, Південній Осетії, Придністров'ї (навколо російських військових баз і посольств), а також – у Криму і на Донбасі. Слід зауважити, що якщо у більшості названих країн та територій Юнармія не веде активної роботи у соцмережах, то

в окупованих регіонах України пропаганда організації не менш активна ніж у самій Росії.

У соцмережах Юнармія активно використовує радянський прапор, серп і молот, п'ятикутну зірку, піонерський галстук. Приводом для нових постів стають такі пам'ятні дати як 9 травня, 23 лютого. Поряд із радянським, присутній також царський наратив («юнармійці ЛНР відвідали Донський Імператора Олександра III козачий кадетський корпус»). Представлена також новітня російська героїка, переважно на основі Чеченської війни («Ті, що стояли на смерть») та «воз'єднання Криму з Росією», здобуття незалежності «народними республіками». Наприклад, на сторінці «ЮнАрмия Севастополь» у соцмережі *Вконтакте* підписники можуть дізнатися про відзначення «сьомої річниці повернення Севастополя і Криму до складу Росії». На сторінці, присвяченій Юнармії міста Сніжне, яке перебуває під окупацією, опубліковано звіт про заходи із залученням членів Юнармії з нагоди річниці створення ДНР. Аналогічний контент – на десятках інших сторінок у різних соцмережах.

На українських окупованих територіях медійна активність Юнармії спрямована на поширення прокремлівських наративів серед дітей молодшого шкільного віку. За стилем пропаганди організація наслідує радянські зразки. Школярам прищеплюють російський псевдопатріотичний світогляд, промовляють мізки порожньою, архаїчною пропагандою у формі гасел, патріотичних пісень, віршів тощо. Така пропаганда малоефективна, якщо її застосовувати до сформованих особистостей із розвиненим критичним мисленням, але вона знаходить сприятливий ґрунт у свідомості дітей. Саме тому вкрай тривожною для України обставиною є те, що її юних громадян вже впродовж семи років інтенсивно виховує країна-агресор.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Вассерман А. «Политическая педофилия»: ничего грязного, только бизнес // РИА Новости. – 2021. – 25 янв. – Режим доступа: <https://ria.ru/20170715/1498553606.html>
2. Глухова Н. Блогерам в TikTok заказывали рекламу против акций в поддержку Навального за две тысячи рублей // Новая газета. – 2021. – 25 янв. – Режим доступа: <https://novayagazeta.ru/news/2021/01/25/167343-tiktok>
3. Митинги-протесты, кто виноват и что делать дальше. – Режим доступа: <https://nstarikov.ru/mitingi-protesty-kto-vinovat-i-chto-delat-dalshe-123822>
4. Напеева Д. Шойгу пообещал создать сотни центров «Юнармии» в России // РБК. – 2016. – 28 мая. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5749aadd9a79479db333799f>



5. Патриарх Кирилл заявил о кризисе молодого поколения. – ТАСС. – 2021. – 31 янв. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/10589537>
6. Петлянова Н. «Заявляет о своей борьбе с властью» // Новая газета. – 2019. – 14 сент. – Режим доступа: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/09/14/81966-zayavlyayet-o-svoey-borbe-s-vlastyu>
7. Сценарий выступления агитбригады Юнармии. – Режим доступа: <https://ped-kopilka.ru/blogs/blog68386/scenarii-agitbrigady-unarmeiskogo-otrjada-kto-esli-ne-my.html>
8. Тарасов А. Детство – под ружье // Новая газета. – 2019. – 13 мар. – Режим доступа: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/03/13/79863-detstvo-pod-ruzhie>

*Андрій Мельник*  
(к. соц. ком., асистент)

## ІДЕЯ ПРОГРЕСУ У СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

У своєму відомому популяризаторському нарисі «Що таке поступ?»), опублікованому 1903 року, Іван Франко розповідає про основні етапи прогресування людства, вказує на основний двигун прогресу – розподіл праці – і окремо й детально зупиняється на тому, що прогрес рухається нерівномірно і далеко не усі верстви мають змогу відчутти на собі його результати. Водночас автор підкреслює, що комуністичні й соціал-демократичні спроби перерозподілу багатств – безперспективні, бо призводять до обмеження прав і зрештою – до диктатури. Тут Франко виявився точним, хоча й похмурим пророком. Разом із тим, він зафіксував тенденцію до покращення стандартів життя, які на початку ХХ сторіччя, мабуть, було важко відчутти. Середня тривалість життя у 1900 році була трохи більшою за 30 років, а українська незалежність все ще була поза межами можливого.

У середині ХХ сторіччя ідея прогресу вже не видавалась такою привабливою. Стефан Цвайг, озираючись на минуле, у книзі мемуарів «Вчорашній світ» писав, що «дев'ятнадцяте століття у своєму ліберальному ідеалізмі було широко переконане, що перебуває на прямому і правильному шляху до «найкращого із світів». Презирливо і зверхньо позирало воно на попередні епохи з їхніми війнами, голодом і смутами як на час, коли людство було ще підлітковим і недостатньо освіченим... Ця віра у нескінченний і нестримний «прогрес» мала для тієї епохи воістину релігійну силу; у цей прогрес вірили вже більше, ніж у Біблію, а його істинність, здавалось, неспростовно підтверджувалась ледве не щоденними дивами науки і техніки.» Однак, у розпал Дру-

гої світової війни цей погляд не міг не виглядати щонайменше наївно. Цвайг узагальнив ставлення сучасного йому покоління до цієї наївності так: «Нам, які живуть нині і які давно вилучили із свого словника як архаїзм слово «безпека», легко посміятись над оптимістичною ілюзією того прекраснодушного у своєму засліпленні покоління, яке вважало, що технічний прогрес людства неминуче й одночасно призводить до морального прогресу... Ми давно вже відкинули релігію наших батьків, їхню віру у швидкий і невпинний прогрес гуманності; нам, навченим гірким досвідом, видається банальним короткозорий оптимізм перед обличчям катастрофи, яка одним ударом перекреслила тисячолітні завоювання гуманістів.»

Недовіру чи принаймні іронічне ставлення до ідеї прогресу можна пояснити як травматичним досвідом попереднього сторіччя, так і вродженими людськими особливостями надавати перевагу негативній інформації, які зумовлені еволюційними причинами. Не слід забувати і про схильність мас-медіа переоцінювати негативні новини, керуючись принципами «Good news is the bad news» та «If it bleeds, it leads».

Утім, принаймні за останнє десятиріччя світ побачила низка науково-популярних і водночас публіцистично загострених праць, автори яких обережно констатують покращення у багатьох сферах людського життя, зокрема вказують на значний ріст тривалості життя, ліквідацію раніше невиліковних хвороб, збільшення рівня доходів, зменшення кількості великих воєнних конфліктів, здобутки у сфері прав людини та інші досягнення поступу. Серед цих праць варто насамперед згадати «Добрі янголи нашої природи» та «Просвітництво сьогодні» Стівена Пінкера, «Раціональний оптиміст» Метта Рідлі, «Утопія для реалістів» Рутгера Брегмана, «Прогрес» Юхана Норберга, «Фактологія» Ганса Рослінга та численні статті на цю тему.

Сучасні автори, які пишуть про прогрес, радше констатують і обережно передбачають, відмежовуючи себе від утопічних проєктів минулого. С. Пінкер сформулював це так: «Просвітницьку віру в прогрес не варто плутати з вірою романтиків ХІХ століття в містичні сили, закони, діалектику, боротьбу, розкриття, призначення, вік людини та сили еволюції, що штовхають людство дедалі ближче до утопії» [1; 27]. Водночас ці автори полемізують із тими, хто не бачить очевидних здобутків і поширює «прогресофобію». Основа їхньої аргументації – факти, статистична інформація, дані природничих наук – усе, що можна назвати раціональним підходом на протигагу містичному, волюнтаристському чи постмодернастському. Не дарма, зрештою, усі згадані автори апелюють до просвітницьких цінностей і актуалізують та переосмислюють їх сьогодні.

З цифрами і статистичними даними, що їх наводять автори-прогресисти, важко сперечатись. Однак це не означає, що їхніми основними опонентами є містики чи постмодерністи. Показовою у цьому

контексті можна назвати запеклу суперечку згаданого С. Пінкера та статистика і трейдера Нассіма Талеба щодо зменшення кількості насильства у світі [2]. Останній звинувачує гарвардського професора у некоректній інтерпретації даних, які стосуються минулого, а також у тому, що т. зв. «довгий мир», який триває останні 70 років, не є гарантією, що у майбутньому велика війна із ще більшою кількістю руйнувань, аніж дві попередні світові війни, не повториться.

Ця та інші дискусії довкола ідеї прогресу засвідчують, що навіть у рамках раціонального дискурсу немає повної згоди щодо основних параметрів поступу та збереження усіх позитивних тенденцій у майбутньому.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Пінкер С. Просвітництво сьогодні. Аргументи на користь розуму, науки та прогресу. Київ: Наш формат, 2019. 560 с.
2. Beauchamp Z. This fascinating academic debate has huge implications for the future of world peace. *Vox*. 2015. May 21. URL: <https://www.vox.com/2015/5/21/8635369/pinker-taleb>

*Тарас Балда  
(асистент)*

## ПУБЛІЦИСТИЧНА ТА РЕДАКТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ СВЯТОСЛАВА ГОРДИНСЬКОГО

Святослав Гординський (1906-1993) – один із найвизначніших діячів української діаспори. Його називають справжнім європейцем в українському мистецтві і речником української культури в англomовному середовищі. Спектр його діяльності надзвичайно різноманітний: поет, художник, мистецтвознавець, літературний критик, перекладач, публіцист, редактор...

Для дослідників історії української журналістики Святослав Гординський цікавий насамперед як редактор і публіцист. У 30-х роках минулого століття, повернувшись до Львова з мистецьких студій у Парижі, молодий митець дебютує і в царині журналістики, опублікувавши низку дописів у тогочасній львівській пресі на мистецьку тематику. Невдовзі разом із Михайлом Рудницьким він стає співредактором газети «Назустріч», редагує журнал «Мистецтво», активно дописує в рубрику «Українські справи» у польський місячник «Sygnaly». Як у людини талановитої, грані таланту видно у всьому. Його дописи, листи,

фейлетони, огляди й статті на мистецькі теми подобалися читачам, бо в них було щось нове, свіже й оригінальне. Гординський не тільки пише, але й багато читає, і, знову ж таки, пише рецензії на книги українських письменників. У полі його зору твори Микола Зерова, Миколи Хвильового, Леоніда Чернова-Малошийченка, Олега Ольжича, Євгена Маланюка, Юрія Липи, Леоніда Мосендза, Олени Теліги... Окрім того, працює редактором в «Українському видавництві».

Варто відзначити, що поза полем його діяльності не залишаються й політичні справи, адже, попри успіхи в мистецтві, літературі та журналістиці, він не переставав бути українцем і вболівати за долю своєї батьківщини. Так у 1931 році на представницькій книжковій виставці у Парижі Святослав Гординський просто не знайшов стенду держави, яку він хотів представляти. Він не виявив бажання бути на стенді польському, хоча Львів, де він мешкав на той час, входив до складу Другої Речі Посполитої. Не захотів бути й на стенді підрадянської України, бо та держава також не була йому рідною. Відтак як поет, як редактор і як митець він представляв ідеальну, ілюзорну, на той час не присутню на жодній політичній карті Україну, чим подивував організаторів і відвідувачів.

За такою постійною занятістю і жертовністю слухним видається подив Михайла Слабошпицького, який переймався запитанням: «Лишається загадкою, як цей божемний чоловік, що не цурався розваг у товаристві, редагував два часописи, писав картини, поезії, мистецтвознавчі студії, перекладав, як він міг усе те встигати?!» [4; 340].

З початком Другої світової війни Гординський оселився у Кракові, але коли німці захопили Львів, часто туди навідувався і брав участь у мистецьких виставках та видавав книги. Згодом він активно долучився до роботи Спілки українських образотворчих митців, у яку входило близько чотирьох сотень українських художників. У 1942 році, до однієї з чергових виставок Спілки, Гординський створив великий німецько-український каталог, який на довгі роки залишався чи не найповнішим довідником про життя і творчість українських митців. Коли «Українське видавництво» з дозволу німецької влади почало видавати часопис «Наші дні», Гординський очолив у ньому відділ поезії.

У 1944 році Святослав Гординський поповнив лави тих українців, що покидали батьківщину і вирушали на Захід. Він обрав для себе Мюнхен, де невдовзі став співзасновником Спілки праці українських образотворчих митців і активно долучився до праці в Мистецькому українському русі. У жовтні 1947 року Святослав Гординський з родиною переїхав до США. Переїзд на Американський континент не вибив його з колії. Освоївшись на новому місці та отримавши роботу, яка давала заробіток на прожиття, він виявляє свої організаторські здібності – стоїть при заснуванні Об'єднання митців-українців Америки, згодом очолює цю організацію.

Поza активною громадсько-політичною роботою, розписом українських церков та творенням мистецьких полотен, не цурається праці на ниві журналістики. З-під його пера продовжують виходити рецензії на творчість Едварда Стріхи (Костя Буревія), Михайла Ореста, Михайла Рудницького, Миколи Куліша, Юрія Косача, Остапа Тарнавського... Святослав Гординський був одним із перших, хто розпочав в українській пресі за кордоном критичні дискусії про суть, роль та завдання українського мистецтва на еміграції; при цьому його мистецтвознавчі інтереси (а виступав він на шпальтах «Києва», «Сучасності», «Свободи», «Нотаток з Мистецтва») надзвичайно широкі, з ґрунтовним знанням теми, чіткою концепцією, глибокими роздумами. У цьому контексті варто виокремити праці «На великих шляхах» [2] та «Мистецтво української еміграції» [1]. А ще Святослав Гординський стає чудовим біографом – його нариси про життя та творчість українських митців, спогади про різні мистецькі події регулярно публікувалися на шпальтах українських та американських часописів.

Після довгої розлуки з батьківщиною, яка тривала майже півстоліття, у травні 1991 року він ще встиг побувати в незалежній Україні. Незважаючи на поважний вік, приїхав спочатку до Києва, а згодом до Львова, де не заглиблювався у спогади й ані хвили не сидів на місці – зустрічався з однодумцями, спілкувався, виступав. Враження від перебування у вільній Україні він ще встиг викласти в есе «Поїздка в Україну», зазначивши, що «Я мусив від початку роз'яснити, чому я, за фахом мистець, узявся також до справ літератури. Я згадав про те, що ті обидві ділянки часто бувають нерозривно пов'язані і не перешкоджають собі взаємно» [3; 458].

Публіцистична спадщина Святослава Гординського, представлена різними жанрами на шпальтах численних діаспорних та українських видань, ще потребує свого детального вивчення. Однак з упевненістю можна сказати, що без вивчення та аналізу публікацій цього непересічного автора історія української журналістики буде неповною.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гординський С. Мистецтво української еміграції / Святослав Гординський // Свобода. – 1960. – 21 квіт.
2. Гординський С. На великих шляхах (до проблем сьогочасного українського образотворчого мистецтва) / Святослав Гординський // Українське мистецтво. – 1947. – Ч. 1. – С. 26-30.
3. Гординський С. Поїздка в Україну / Святослав Гординський / На переломі епох. – Львів: Світ, 2004. – С. 456-474.
4. Слабошпицький М. Львівський маєстро. Святослав Гординський / Михайло Слабошпицький // 25 поетів української діаспори. – К.: Ярославів Вал, 2006. – С. 338-365.

*Марта Стельмах  
(аспірантка)*

## **ЗНАЧЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В ДЕРЖАВОТВОРЧИХ ПРОЦЕСАХ УКРАЇНИ**

Переосмислення власного минулого та усвідомлення своєї самотності є необхідними чинниками на шляху до формування громадянського суспільства в Україні. Українська держава й досі бореться з негативними залишками радянського минулого, а фальшування історії продовжує негативно впливати на сучасні процеси державотворення. Історична публіцистика дозволяє критично осмислювати історичні факти, створює можливість для суспільного діалогу, а також є інструментом для самоорганізації суспільства.

Зазначимо, що публіцистику як складний соціокультурний феномен відносять не лише до історичних чи літературних джерел, але й до історіографічних, бо ж поняття «[...] може розглядатися як самостійний від періодики вид джерел, який має власні засоби відображення дійсності, потребує не лише загальнонаукових, але й специфічних прийомів вивчення» [1; 184]. Ми ж також наголошуємо, що історична публіцистика повинна впливати на процеси самоствердження українського народу та сприяти комунікації на історичну тему. Історична публіцистика як публіцистика, що досліджує, аналізує та осмислює історичні факти, є інструментом для відновлення правдивого минулого України. Олег Романчук наголошує на важливій місії публіцистики: «Об'єктивно аналізувати причини наших прорахунків і тим самим допомагати суспільству, яке прагне самоорганізуватися в життєздатну соціальну, політичну й економічну структуру, в реальну, а не декларовану, демократичну, правову конкурентоздатну систему, яка б, не відмовляючись од свої ідеалів, зуміла врешті-решт розкрити власний невикористаний потенціал» [2; 8].

Важливо зазначити, що одним із завдань історичної публіцистики є популяризація дослідження минулого та сприяння розвитку історичної свідомості. Ці процеси необхідні для формування повноцінної демократії та колективної пам'яті, адже з огляду на непросте минуле, суспільству важливо розуміти свою роль у світовій історії, заповнити «білі плями» минулого та сприяти розквіту комеморативних практик. Розуміємо, що достатня кількість стереотипів та упередженості присутня у працях публічних інтелектуалів, де досліджується українське минуле. Тому публіцисти, які працюють у сфері історичної публіцистики, також протидіють продовженню фальшування української історії та міфам, які коріняться в нашому суспільстві та впливають на образ держави закордоном. Переконані, що протистояння спекуляціям щодо минулого та висвітлювання історичних процесів у суспільному

просторі відновлять історичну правду. Окрім цього, розвиток публіцистики на історичну тематику сприятиме формуванню громадянської думки та національної свідомості.

Проблемою для українського суспільства залишається маніпулювання минулим задля підриву іміджу країни у світі та виправдання вторгнення Російської Федерації в суверенну Українську державу. Микола Рябчук у вступі до книги «Від Малоросії до України: парадокси запізнілого націєтворення» аналізує образ України у світі та стереотипи, які продовжують існувати в уявленні про український народ. Дослідник покладає відповідальність за недоречність та упередженість щодо України в зарубіжних ЗМІ і на українське суспільство та вказує на причини цього: «[...] слабка українська дипломатія, почасти – недолуга інформаційна політика, але найбільше, звісно, – результат внутрішньої української амбівалентності й, відповідно, майже цілковитої неререформованості українського постсовєтського (чи, радше, криптосовєтського) суспільства» [3; 27]. Зазначимо, що публіцистиці властиве ґрунтовне осмислення ситуації, спонукання аудиторії до роздумів та дій; вона часто містить світоглядний сенс, а тому в період постсовєтського суспільства, про яке пише М. Рябчук, формуванні національної свідомості публіцистичний текст є місцем для діалогу та конструктивного осмислення своєї самотності. Адже в час бездержавності публічні інтелектуали шляхом промов та публіцистичних текстів також намагалися підтримувати зв'язок із суспільством, закликали до боротьби та підкреслювали автентичність нашого народу. Усвідомлюючи вагомість публіцистичного слова та важливість висвітлення минулого, вважаємо історичну публіцистику ключовим засобом для переосмислення історичних подій та процесів, які є необхідними для формування громадянського суспільства.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Парфіненко А. Ю. Гносеологічні можливості публіцистики як історичного та історіографічного джерела (на прикладі освітньої публіцистики 1920-х–початку 1930-х рр.). *Український історичний журнал*. 2009. №5. С. 178–185.
2. Романчук О. К. Історична публіцистика як складова системи державотворення та самоорганізації громадянського суспільства в Україні : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 2001. 16 с.
3. Рябчук М. Ю. Від Малоросії до України: парадокси запізнілого націєтворення. Київ: Критика, 2000. 303 с.

*Марія Яцимірська*  
(канд. філол. н., професор)

## СУЧАСНІ ВИМІРИ ПЕРСВАЗИВНОГО ТЕКСТУ

Персвазивні тексти привертають увагу дослідників з багатьох причин. Найголовнішу можна сформулювати за біблійними джерелами: «Слово робить людину Людиною». Іntenція персвазії – не просто переконувати читача майстерно дібраними техніками, а вплинути на світогляд, поведінку, мотивацію вчинків для його же добра. І в цьому є головна відмінність персвазії від маніпуляції. Маніпуляція передбачає особисту вигоду для того, хто переконує, а засоби впливу можуть бути такими ж: ораторський хист, аргументи, логічність викладу і т. д. Словом, як в античному вченні: етос (авторитет, статус, досвід), патос (апеляція до емоцій), логос (логічність викладу, докази). Персвазивні тексти в засобах масової інформації виключають маніпулювання свідомістю, довір'ям та схильністю людей до сприйняття поширюваних доктрин. Вони пропонують правильні інтерпретації та оцінки, обґрунтовують слухність певних поглядів. Засоби персвазивності в соціальних комунікаціях є найбільш ефективними у формуванні критичного мислення та вихованні молодого політичної еліти.

В Україні першим поважним дослідженням персвазивності в ЗМІ була дисертація Н. В. Драган-Іванець «Стратегії ефективного впливу: персвазивні чинники в сучасних журналістських текстах» (Київ, 2016). Продовженням цієї теми є наукові статті «Комунікативні установки в персвазивному тексті», «Персвазивність емоційно-експресивної лексики в політичній публіцистиці» [1], «Персвазивні логоси в мові соціальних комунікацій» [2] та ін.

Сучасні виміри персвазивного тексту мають іншу парадигму, новий контекст, новий досвід, наприклад виживання в боротьбі з пандемією (епоха коронавірусу). Заголовок статті «Будьте толерантними – заклик до терпеливості чи повного вимирання?», на перший погляд виглядає дивним. Якщо уважно прочитати зміст, стає зрозуміло сенсовність такої назви. Автор почав з пояснення (що є одним з персвазивних інструментів) толерантності як медичного терміна з трансплантології. «Толерантність означає нездатність організму відізнати чужорідні тіла. Такого стану досягають шляхом поступового пригнічення імунної системи організму ядовитими речовинами. Повна толерантність – це смерть». Толерантність у фармакології – «зниження реакції на повторні введення ліків, наркотиків або психо-



активних речовин; звикання організму, внаслідок чого потрібні все більші й більші дози для досягнення властивого речовині ефекту. Толерантність у соціології – терпеливість, уміння спокійно, без ворожості сприймати чужий спосіб життя, поведінку, звичаї, почуття, думки, ідеї, вірування, визнавати право на існування інших культур. Є толерантність в екології, інженерії, музиці.

Отже, плумачень толерантності в сучасній мові ЗМІ настільки багато, що призабулося його первинне медичне значення. Через це, як вважає публіцист, «...очевидним є факт прогресивної деградації дорослої особистості». Для прикладу в статті наведено сучасні вислови, що частенько повторюють у ЗМІ: «не сім'я, а партнери», «не чоловік, а спонсор», «не любов, а «отношения», «не педофілія, а забавки», «не вбивство, а фатальна помилка», «не порнографія, а мультимедіа», «діти на замовлення» та ін. Так і до медичного діагнозу недалеко – пише автор. Отже, не в усіх суспільних ситуаціях можна закликати до толерантності. В одних випадках це може бути персвазія, в інших – маніпуляція.

Нетологія – онлайн-університет, де здобувають знання з онлайн-професій (інтернет-маркетинг, управління проектами, дизайн тощо). У цій медіагалузі персвазивні тексти творять YouTube-блогери, оглядачі, геймери і стримери, фотоблогери, вайнери, креатори та інші фахівці. Тобто, журналісти працюють у конкурентному оточенні – серед лідерів думок, агентів впливу, агентів змін або самі однеують ці ролі. Журналіст Лесь Белей написав статтю «Мистецтво переконувати», в якій називає персвазивність ключовою рисою вдалої комунікації. «Вона лежить в основі науки, політики, торгівлі, дипломатії, пропаганди, проповідництва та інформаційних технологій у широкому сенсі цього слова...». Автор називає найголовніші персвазивні інструменти в ЗМІ: «...Формулювання та опис проблеми, ампліфікація її аспектів та пропозиції вирішення. Повторення інформації – ключовий прийом переконування. Пояснення. Послідовність викладу... Соціальна підтримка. Порівняння (проведення аналогії з чимось, що аудиторія вважає правдою). Резонування з емоціями (глибоке розуміння, емпатія)... Прогнозування... Спростування закидів. Риторичні питання. Природність. Оповідь історії (сюжетність...)» [3].

Світоглядною концепцією сьогодні, яку промують ЗМІ, є ліберальна демократія, ліберальна економіка, культура тощо. В українській політичній думці поняття «ліберальний» (який дотримується вільнодумних поглядів), «вільний» – не нове й легко сприймається суспільством. Важливо, щоб усе найкраще, що є в ліберальних цінностях, знайшло своє втілення в усіх сферах медійної діяльності. У багатьох працях засновників лібералізму ключовим словом є «відповідальність» – «відповідальність правителів перед своїм народом». Саме цю тезу повинна пам'ятати і четверта влада в Україні, беручи до уваги, що «слово – полководець людської сили і людської думки».

1. Наталя Драган-Іванець. Комунікативні установки в персвазивному тексті; Персвазивно-емоційна лексика в політичній публіцистиці // URL: <http://docplayer.net/66219522-Persvazivnist-emosiynno-ekspresivnoyi-leksiki-v-politichniy-publicistici.html>.
2. Марія Яцимірська. Персвазивні логоси в мові соціальних комунікацій // Budapest. Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IV(17). – 2016, p.49-53. // URL: [http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m.\\_yatsymirska\\_persuasive\\_logos\\_in\\_the\\_language\\_of\\_social\\_communication.pdf](http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m._yatsymirska_persuasive_logos_in_the_language_of_social_communication.pdf)
3. Лесь Белей. Мистецтво переконувати // [https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty\\_06](https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty_06) листопада 2020.

*Христина Дацишин*  
(к. філол. н., доцент)

## НОРМИ НОВОЇ РЕДАКЦІЇ «УКРАЇНСЬКОГО ПРАВОПISУ» В МОВНІЙ ПРАКТИЦІ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ

Кабінет Міністрів України затвердив «Нову редакцію українського правопису» 22 травня 2019 року. Важливу місію в інформуванні про зміни виконують медіа; у публікаціях в пресі, виступах на радіо і телебаченні, матеріалах онлайн-видань окреслено зміни, з'ясовано мотивацію нових норм. Однак важливим є не тільки обговорення, а й мовна практика ЗМІ, яка засвідчує закріплення нових норм, сприяє їхньому поширенню в суспільстві.

Усі новації редакції правопису 2019 року можна поділити на дві групи. Перша – зміни, які є однозначними, не допускають варіантів. Серед них – написання слова «**проект**» через є [1; 151]. Слово «**проект**» досить частотне в сучасному мовленні, чимало журналістських матеріалів присвячено проектам у різних галузях суспільного життя. Проаналізувавши тексти інтернет-видання «Українська правда», ми виявили, що навіть через понад півтора року після ухвалення нової редакції немає однастайності написання цього слова. У частині медіатекстів написано «**проект**»: *Це не черговий **проект** про Крим* (2021. – 28 лют.), *На засіданні у закритому режимі буде розглянуто **проект** «Державної стратегії деокупації та реінтеграції тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополь* (2021. – 26 лют.); *У 2017 році КП «Київпастрас» оголосило тендер на **проект**ування лінії Борщагівського швидкісного трамвайного маршруту до Палацу Спор-*

ту (2021. – 18 лют.). В інших матеріалах виявляємо написання «**проєкт**»: Президент Володимир Зеленський провів телефонну розмову з польським колегою Анджеєм Дудою, під час розмови обговорили низку питань, серед яких – інфраструктурні **проєкти** на спільному кордоні (2021. – 24 лют.); Німецька компанія з видобутку природного газу і сирої нафти Wintershall Dea, яка є однією із п'яти учасників **проєкту** російського газопроводу «Північний потік-2», заявила про завершення фінансування через санкції США (2021. – 24 лют.); Але цей **проєкт** не було відомобілізовано, а у Криму мобілізація відбулася – проти кримських татар (2021. – 22 лют.); Голови єврейських громад України закликали Київраду підтримати **проєкт** меморіалу у Бабиному Яру (2021. – 18 лют.); Але МОН відповів, що під час конкурсного відбору **проєктів** підручників їх перевіряли експерти, а обґрунтованість експертних висновків розглядала конкурсна комісія (2021– 26 січ.). Хоча норма й не варіантна, але в публікаціях того самого інтернет-видання є застаріле й нове написання слова.

Друга група – це зміни, які є варіантними, компромісними, саме вони викликали найбільші застереження мовознавців, які вважають такий підхід «розхитуванням номи». Прихильники «варіантної норми» наголошували на тому, що це норма «перехідна», мовці зможуть використовувати один чи інший варіант за бажанням, але згодом варіантність зникне, закріпиться єдина форма, якою послуговуватимуться частіше. Однією з варіантних норм є можливість використовувати закінчення **-и** в родовому відмінку однини іменників третьої відміни на **-ть** після приголосного та у словах *кров, любов, осінь, сіль, Русь, Білорусь* [1; 122]. Це повернення до правопису 1929 року; водночас паралельно в таких словах можна використовувати закінчення **-і**, що було єдино дозволеною формою від 1933 року.

Використання одного з варіантів такої «подвійної» норми залежить від бажання мовця чи від політики редакції або видавництва. І тут досить несподівані результати виявляє аналіз текстів з такими іменниками у виданнях різних років. Наприклад, у романі Оксани Забужко «Музей покинутих секретів», виданому 2010 року, всюди є **-и: любови, гордости, радості** (коли це суперечило нормі тогочасного правопису). А в виданій влітку 2020 книзі Оксани Забужко та блаженнішого Святослава Шевчука «Апокрифи» читаємо *любові, гордості, радості*. Норма дозволяє, але вибір зроблено на користь єдино правильної форми з попередньої редакції. У проаналізованих текстах інтернет-видання «Українська правда» написання таких слів із закінченням **-и** трапляється лише в публікаціях, присвячених мітингам на захист нової редакції правопису після рішення ОАСК (Окружного адміністративного суду міста Києва) про припинення її дії. «*В ОАСК сидять Индики без **честИ** та **гідностИ***» (2021. – 1 лют.). Також форму з закінченням **-и** використано в текстах, оприлюднених задовго до уха-

лення нової редакції (2012, 2013, 2014 рр.): *Упродовж Революції Гідності сотні активістів «Свободи» перебували під пресингом міліції та СБУ», – заявив Тягнибок (2014. – 29 берез.); Оновлення, яке дарує Різово, спонукає осмислити пройдений шлях і запалює в серці надію. Бо, піднявшись на Революцію гідності, змінилися ми самі – повірили в свої сили, усвідомили себе Нацією. – зазначив він [Олег Тягнибок] (2013. – 31 груд.); У таких дуже складних обставинах голова Директорії УНР та її уряд, покинувши землі України наприкінці 1920 року, прийняли, на перший погляд, непосильне завдання – продовжувати всіма доступними їм засобами діло за повернення України державної незалежності (виступ М.Плав'юка 22 серпня 1992 р., процитовано 2012. – 22 серп.); Навіть футбольний чемпіонат – дійство, що для кожної країни-господині стає святом національної єдності (влітку 2006-го я спостерігала це в Німеччині й знаю, що кажу!), – не приніс нам тої радості, яку міг би (О.Забужко, 2012. – 2 серп.). В усіх наведених фрагментах текстів редакція видання залишила це закінчення без змін, щоб відтворити мову героїв публікацій, які підкреслюють свою українськість. В інших текстах у таких словах використано закінчення –і як до ухвалення нової редакції правопису, так і після цього: Лідер фракції «Батьківщина» Арсеній Яценюк побажав українцям кращої долі: «Хай величне народне піднесення на захист правди й людської гідності, яке вітає цілий світ, принесе нашій країні справедливість, свободу і кращу долю», – йдеться в його привітанні (2013. – 31 груд.); До речі, щодо української ідентичності: здається, що професор Єкельчик неймовірно нагадує отамана Сірка з картини «Запорожці пишуть листа турецькому султанові» (2021. – 22 лютого); Також він [Дж. Байден] згадав Революцію Гідності, заявивши, що в США продовжать шанувати «мужність і надію революції, в якій український народ зіткнувся з вогнем снайперів і силовиків на Майдані і зажадав нового початку для своєї країни» (2021. – 26 лют.); Денис Єрмак та Микола Тищенко позиваються до народного депутата Гео Лероса щодо «захисту честі та гідності» (2021. – 26 лют.).*

Буквосполучення **th** у словах грецького походження передаємо буквою **т**: антологія, антропологія, аптека, астма, бібліотека, католицький, театр та ін. Але у словах, узвичаєних в українській мові з **ф**, допускають орфографічну варіантність на зразок: анафема і анатема, дифіраμβ і дитирамб, ефір і етер, кафедра і катедра, логарифм і логаритм, міф, міфологія і міт, мітологія та ін. [1; 150]. У публікаціях використовують і одну, й іншу форму, є тяжіння до тієї чи іншої літери в конкретних словах. Наприклад, за запитом «**етер**» у пошуковій стрічці «Української правди» знайдено 52 сторінки, за запитом «**ефір**» нічого не знайдено: *Джерело: прем'єр-міністр Денис Шмигаль в етері «Свободи слова» на телеканалі ICTV, передає Укрінформ (2021. – 26 січ.) Джерело: етер програми «Москва.Кремль.Путін» на телеканалі «Росія 1»,*

передає «Інтерфакс» (2021. – 25 січ.); *Джерело:* глава компанії «УЗ» Володимир Жмак в *етері* програми «Україна з Тиграном Мартиросяном», передає «Інтерфакс-Україна» (2021. – 17 січ.); *Джерело:* *етер* телеканалу «Україна 24», передає Укрінформ (2021. – 16 січ.). Водночас запит «кафедра» дає результат – 45 сторінок, «катедра» – 1 сторінка, «міфологія» – 187 сторінок, «мітологія» – нічого не знайдено.

Отже, аналіз медіатекстів засвідчує, що інтернет-ЗМІ не демонструють однозначного дотримання чинних норм редакції «Українського правопису» 2019 року, мовний хаос виявляємо навіть у словах з єдиним варіантом написання. Стосовно варіантних норм слід визнати незначну активність авторів медіатекстів у запровадженні відновленої власне української форми. Зокрема, у текстах «Української правди» родовий відмінок іменників III відміни із закінченням *-и* траплявся частіше ще до ухвалення нової редакції, ніж після цього у висловах політиків та громадських діячів. Тому сучасним ЗМІ варто послідовніше використовувати нові норми, щоб закріпити їх у суспільстві.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Український правопис. – Харків: Фоліо, 2019. – 348 с.

*Анатолій Капелюшний*  
(к. філол. н., доцент)

### ТРАНСФОРМУВАННЯ СЛОВОФОРМ ЗА ЇХ СПОНТАННОГО ТВОРЕННЯ В ПРЯМОМУ ТЕЛЕЕТЕРІ

1. Для з'ясування трансформування словоформ за їх спонтанного творення в прямому телеетері варто зосередитися саме на аналізі відприкметникових прислівників насамперед тому, що на прикладі форм прислівників легше простежити загальні тенденції в їх [форм] трансформації. Оскільки прислівники не обтяжені багатьма різними формами та їх варіантами, що виникають у процесі словозміни майже будь-якого іншого класу самостійних слів. Водночас адвербіативи дозволяють докладніше проаналізувати семантико-граматичну структуру мовлення.

2. Найбільш прикметним є те, що всі дослідження проблем трансформації граматичних форм так чи так стосуються перекладознавства. Тобто здебільшого йдеться про граматичні трансформації, до яких вдається перекладач, коли відтворює оригінал засобами іншої

мови. Тому, на перший погляд, було б логічним, якби в прямоєтерному мовленні телевізійних журналістів переважали трансформації, пов'язані з перекладом із внутрішнього мовлення на зовнішнє в тих випадках, коли природним для цього тележурналіста є російськомовне внутрішнє мовлення (що, як відомо, виконує роль мислення). І він відтворюючи, інтерпретуючи, перекладаючи текст з внутрішнього російськомовного мовлення на зовнішнє україномовне припускається несвідомих трансформувати граматичних форм. Ясна річ, так часто й трапляється в деяких випадках вживання відмінкових форм. Проте цього не можна зауважити у використанні наживо згаданих вище адвербіативів. Ми, наприклад, зауважили тільки один випадок такої трансформації.

3. Виразу тенденцію також можемо зауважити у трансформованні різних типів граматичних форм. Зокрема, негативна інтерференція здебільшого характерна для форм компаративу прислівників. Причому йдеться саме про інтерференцію двох форм одного слова. Це не лише не міжмовна інтерференція, але й не внутрішньомовна з використанням форм, які мають різне значення. Це інтерференція двох форм того самого слова з тим самим граматичним значенням. Тобто йдеться про інтерференцію граматичних синонімів, а не паралельних форм. Таке накладання двох форм з тим самим граматичним значенням практично неможливе за межами відприкметникових адвербіативів і самих прикметників. І в багатьох випадках важко розрізнити функції прикметника у формі компаратива й відприкметникового прислівника в аналогічній формі. І функціонально, й ситуативно ці фрагменти тексту збігаються. Розбіжність лише у граматичних тонкощах визначення синтаксичних функцій. Для пересічного ж слухача (глядача) це не має жодного практичного значення. До речі, маємо яскравий приклад того, як з'ясування правильності, нормативності лише одного словосполучення у мовленні ведучих телевізійних новин сприятиме уникненню багатьох помилок.

4. Є й відверто російські форми слів, уживання яких, на наш погляд, жодним чином не пов'язане з граматичними трансформаціями, зокрема й з інтерференцією. Це зазвичай лексичні росіянізми.

5. Лише незначна кількість трансформацій пов'язана з формами суперлативу. Крім того, тут виразно простежуємо вплив компаративної форми на суперлатив. Це саме в компаративі міру експлікування якості подано в порівнянні. Суперлатив же передбачає найвищу міру вияву якості. І часткове накладання форм компаративних на суперлативні є виявом негативної інтерференції.

6. Зважаючи на названі вище тенденції в трансформованні словоформ за їх спонтанного творення в прямому телеестері, можемо порекомендувати телевізійним журналістам-практикам, які працюють наживо, пильнішу увагу приділяти саме тим формам, що зазнають

найбільших негативних трансформацій, і з метою уникнення помилок просто звести їх до кількох готових, легко відтворених в умовах цейтноту формул.

*Любов Конюхова*  
(к. філол. н., доцент)

## ОСОБЛИВОСТІ ПІДВОДКИ НОВИННОГО ТЕКСТУ

У теленовинах початок (одне або два речення, що розпочинають сюжет) називають підводкою. Підводка не відокремлюється від решти тексту. Слухачі навіть не знають, що вони слухають підводку. Однак приваблива підводка є запорукою вдалого сюжету. Саме тому питання про особливості підводки є **актуальним** і потребує розгляду. Сучасні науковці на основі аналізу журналістських текстів виробляють критерії оформлення новин. Капелюшний А. О. звертає увагу на стилістику медійних текстів, Яцимірська М. Г. бере до уваги культуру фахової мови журналістів, у книзі ж Стівенса М. «Виробництво новин» подано конкретні вказівки, як саме komponувати новини [1].

Мета нашого дослідження – простежити за особливостями творення підводок теленовин в українському медіапросторі та з'ясувати, чи відповідають підводки новинних текстів виробленим критеріям. Таке дослідження допоможе оптимізувати вимоги до структури й лексичної насиченості підводки.

Проаналізуємо декілька підводок.

*У Харкові п'яний водій на смерть збив пішохода. На проспекті Петра Григоренка у Харкові п'яний водій на позашляховику на смерть збив пішохода. Про це повідомляє «Харьков NOW». Водій залишив пішохода лежати на асфальті і поїхав з місця скоєння злочину. Майже одразу після аварії поліцейські знайшли автомобіль в одному з сусідніх дворів. Водій перебував у салоні. Його затримали.*

Перше речення (підводка) містить найважливішу та найактуальнішу інформацію. У ньому ж відчувається інтрига. Прочитавши це речення, читач обов'язково захоче довідатися про причини аварії та про деталі зазначеної події. Але про це журналіст повідомляє далі – після підводки. Як бачимо, підводка – це коротке речення, яке легко читати, легко сприймати. Така підводка є сильною.

*У Харкові під час пожежі у багатоповерхівці загинув чоловік. На дев'ятому поверсі багатоповерхівки на проспекті Героїв Сталінграда в Харкові сталася пожежа. Як повідомляє «Суспільне», загинув власник квартири, йому 54 роки. Пожежа сталася о 13:10. Вогонь лока-*

лізували о 13:33. Пожежу загасили о 14:47. Вигоріло вісім квадратних метрів квартири. З будинку евакуювали трьох мешканців третього поверху та всіх мешканців дев'ятого поверху, бо там відчувалося сильне задимлення.

У цьому повідомленні найважливіша інформація, яка містить інтригу, теж передана коротким реченням – підводкою. Відомості про вік згиблого, про обставини події, про час та конкретне місце подано далі – після підводки, адже ці деталі не є настільки суттєвими, щоб їх подавати в підводці. Вони можуть обтяжувати основну інформацію. У підводці немає й покликання на джерело інформації, бо хоч воно є важливим, однак не найсуттєвішим.

*У Києві судитимуть угруповання «чорних ріелторів». Органи прокуратури скерували до Солом'янського районного суду Києва обвинувальний акт щодо одинадцяти членів злочинної організації, яка викрадала людей та відбирала в них помешкання. Створила та очолила вказане угруповання 37-річна мешканка Києва, яку неодноразово судили за махінації з нерухомістю. Про це повідомила пресслужба Київської обласної прокуратури. (Далі подано детальну інформацію про злочин).*

Тут підводка теж дуже коротка, але водночас містка: тут є лише основна актуальна інформація. А словосполучення «чорні ріелтори» можна вважати інтригою. Після підводки подано деталі описуваної події: вказано вік «чорних ріелторів», скільки людей було в угрупованні, описано їхні дії та зазначено, який саме правовий орган розглядатиме справу. Ці відомості не ввійшли до підводки, бо вони лише доповнюють основну суть новини.

У кожному з наведених прикладів підводки вказують і на близькість новин аудиторії. Обставини місця у Харкові, у Києві дають зрозуміти, що подія, про яку йтиметься, сталася в середовищі, де проживають споживачі новини. Людей передусім цікавить те, що стосується безпосередньо їх. Місцеві новини завжди дуже актуальні. Пожежа в сусідньому будинку чи аварія, що сталася неподалік, для більшості людей буде актуальнішою за, наприклад, масштабну аварію в якійсь далекій країні.

Як бачимо, підводки просто, без зайвих прикрас подають подію. Вони ніби виконують функцію приманки. Найкращий спосіб привернути увагу – це почати розповідь з найактуальнішої деталі. Саме така деталь і визначає важливість новини. Мітчел Стівенс виділяє шість критеріїв для визначення актуальності новини: важливість, цікавість, конфліктність, унікальність, вчасність, близькість аудиторії.

Фахівці в галузі журналістики вважають, що багато деталей повідомлення мають бути в тексті, а не в підводці. Деякі слова, на думку журналістів-практиків, краще ніколи не використовувати в підводці. *Вчора, сьогодні, завтра* є зайвими. Практично кожна подія, про яку



розповідають новини, трапилася сьогодні або вчора чи відбудеться завтра. Оскільки кожна підводку можна було б розпочати саме цими словами, краще взагалі не починати ними жодної підводки. [3, 100]. Новина полягає в тому, що є особливого в сюжеті, а не що в ньому звичайного. Тому в підводці не повинно бути фактів, які ні про що не повідомляють.

Деякі деталі, як-то: імена, адреса, вік, час – не мають ніякої дії. «Вони обтяжують історію; вони не рухають її вперед. У підводці варто давати лише декілька деталей, за допомогою яких автор намагається дати поштовх самій історії, – зазначено в підручнику «Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет». [3, 98].

Отже, вдалою є та підводка, яка готує аудиторію до того, що доведеться почути. Люди потребують, щоб їм сказали, про що новина, а вже потім осягають цю новину повністю. Підводка допомагає сконцентруватися на новині.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Капелюшний А.О. Стилiстика й редагування. Практичний словник-довiдник журналіста. – Львів: ПАІС, 2002. – 576 с.
2. Стівенс М. Виробництво новин. – К: Видавничий дiм «Києво-Могилянська академія», 2008. – 408 с.
3. Яцимiрська М. Г. Культура фахової мови журналіста. – Львів: ПАІС, 2004. – 332 с.

**Богдан Маркевич**  
(асистент)

### **ТЕКСТИ ШИРОКОГО ФОРМАТУ В СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ**

Тексти широкого формату існують у традиційній журналістиці досить давно. Зовсім інших властивостей вони набувають із переходом в онлайн-середовище, яке змінює способи і форми подання інформації. Лонгріди з'явилися у США (першим вважають мультимедійний проєкт *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*, опублікований 2012 року в *The New York Times*) й уже незабаром поширилися в інших країнах, зокрема до них почали активно вдаватися українські засоби масової інформації («НВ», сайт «ТСН», «Укрінформ», «24», «ЛІГА.net» тощо). З ростом популярності в інтернет-виданнях текстів широкого формату (лонгвідів, фічерів) виникла потреба їхнього всебічного вивчення як

нового явища в медіапросторі. Про них почали писати провідні зарубіжні (D. Dowling, A. Godulla, T. Hiippala, S. Jacobson, K. van Krieken, M. Lassila-Merisalo, M. Le Masurier, J. Marino, R. Planer, J. Tulloch, O. Градюшко, O. Колесніченко) та українські (P. Вербовий, У. Лешко, І. Мацішина, O. Нестеренко, O. Харитоненко, С. Шащенко) науковці.

Раніше більшість дослідників прогнозували, що аудиторія не читатиме довгих матеріалів з екранів комп'ютерів або смартфонів, віддаючи перевагу коротким інформаційним повідомленням, проте нові можливості мультимедійного середовища зумовили відродження текстів широкого формату в інтернеті. Фінська дослідниця М. Лассіла-Мерисало (Maria Lassila-Merisalo) пише: «Коли журналістика вперше увійшла в онлайн-світ, була поширена думка, що Інтернет вимагає коротких творів. Сьогодні ми знаємо, що він також уміщує довгі історії. Кілька видавців пропонують онлайнвий вміст у форматі довгих форм, а деякі публікації спеціально розроблені для планшетних комп'ютерів чи інших мобільних платформ» [1].

Через зміну потреб онлайн-аудиторії традиційні журналістські жанри почали трансформуватися. Дослідниця У. Лешко зауважує, що «межі жанрових форм інтернет-медіа є досить рухомими та розмитими, часто спостерігається поява гібридних жанрів, які не мають відповідників у паперових ЗМІ, тому що є продуктом інтернет-технологій. Аналіз наукових концепцій підтверджує, що пошук спільних ознак для класифікації жанрів в інтернеті ще триває. Дослідники намагаються створити універсальне визначення поняття «жанр», що функціонує в інтернеті» [2; 147].

Не всі дослідники погоджуються з тим, що тексти широкого формату є самостійними жанром. O. Градюшко та O. Колесніченко зараховують лонгрід до аналітичних жанрів журналістики. Водночас більшість учених вважає лонгрід не жанром, а форматом, який може вмістити в собі різні жанри. Варто зазначити, що не кожний великий за обсягом текст є лонгрідом. Науковиця O. Нестеренко зауважує, що лонгрід «є специфічним форматом, що поєднує ознаки різних жанрів. [...] Домінантна жанрова характеристика нового медіаформату – це наявність історії, а не односторонньої новини чи гострої проблемної ситуації» [3; 351]. З нею погоджується І. Мацішина, яка пише, що «лонгрід – це не тільки довжина тексту, але й змістовно розказана історія. Тому нинішній журналіст має отримувати знання та досвід створення й поєднання різних форм візуального контенту в середині тексту» [4; 149].

У широкому сенсі лонгрід тлумачиться як довга журналістська стаття з інтерактивними елементами (зображенням, відео, аудіо, інфографікою), яка присвячена конкретній події або проблемі. Головною характеристикою лонгріду є великий обсяг матеріалу, а основою – авторський контент. Ключовим для лонглідів є специфічне поєднання

тексту з мультимедійним інструментарієм, який допомагає привернути і втримати увагу читача.

Український дослідник С. Шашенко зазначає, що «поняття «лонг-грід» втрачає характеристику суцільного масиву тексту. У більшості розглянутих лонггрідів матеріал у вигляді тексту є основним середовищем, куди підверстуються в потрібних місцях мультимедійні елементи» [5; 197]. З-поміж основних структурних елементів текстів широкого формату науковці виокремлюють такі: великий за обсягом текст, фотографії, відео- та аудіоматеріали, слайд-шоу, статична та інтерактивна інфографіка, анімація; 3D-панорами, карти, тайм-лайни тощо.

Хоча лонггріди вже стали об'єктом зацікавлення українських і зарубіжних учених, специфіка текстів широкого формату і особливості їхнього функціонування в медіапросторі поки залишаються не до кінця вивченими. Також окремого дослідження потребують особливості мультимедійної структури лонггрідів, їхня тематична спрямованість, а також процес становлення текстів широкого формату в українському сегменті всесвітньої мережі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Lassila-Merisalo M. Story First – Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments. *Journal of Magazine & New Media Research*. Vol. 15. No. 2, Summer 2014.
2. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 246–253.
3. Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонггріду). Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія. Київ, 2017. С. 149–158.
4. Нестеренко О. Жанрова природа мультимедійних історій. *Наукові Записки*. 2016 / 2 (53). С. 346–355.
5. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонггрідів: українська практика. *Український інформаційний простір*. 2019. № 1. С. 197–210.

**Наталія Більовська**  
(асистент)

## **ФЕНОМЕН ГІПЕРТЕКСТУ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, ФУНКЦІОНУВАННЯ У ЗМІ**

В епоху сучасних інформаційних технологій нові форми комунікації поширюються надзвичайно швидко. Поряд зі звичними засобами масової комунікації все більшого значення набуває інтернет та можливості організації інформації у ньому. Відбувається збільшення ролі інформаційних процесів у житті суспільства, основними з яких є широке запровадження і використання гіпертекстових систем та технологій в інформаційному просторі усього суспільства, в засобах масової інформації, у міжкультурній і професійній комунікації, яка найповніше реалізується через всесвітню мережу.

У ХХІ ст. інтернет став новим засобом масової комунікації, що, як наслідок, породило не лише нове глобальне інформаційне середовище, але й новий сегмент соціальної реальності. У такому середовищі текстовий компонент постає на перший план, оскільки комунікативні і когнітивні процеси тут зосереджені на тексті.

Зробивши історичний екскурс, можемо прослідкувати етапи становлення гіпертексту та зрозуміти принципи його становлення, адже поклики, зноски чи пояснення правильності прочитання знаходимо ще в Талмуді як трактуванні Тори чи у Біблії, яка містить внутрішньотекстові поклики на книги та вірші. Зі зростанням обсягів інформаційних потоків науковці висувають гіпотезу про створення гіпертекстових систем, відповідно до яких всі документи повинні бути декомпозовані.

Поняття «гіпертекст» застосував Венівар Буш в есе «Як ми можемо мислити» [1], опублікованому в журналі *The Atlantic* (1945 р.) через мемекс. Однак сформулював і ввів у науковий обіг термін «гіпертекст» Теодор Нельсон (1965 р.). За його словами, це «спосіб організації інформації у вигляді мережі взаємозв'язаних вузлів, яку читач може дослідити нелінійним способом» [2].

Існує безліч визначень цього поняття, ми ж вважаємо доцільним таке трактування, актуальне для ЗМІ, зокрема й інтернет-медіа: «Модель організації електронного тексту, яка характеризується специфічною структурованістю і розгалуженою системою програмно підтримуваних внутрішньотекстових і міжтекстових переходів, яка передбачає можливість читацького інтерактивного впливу на послідовність відтворення композиційних одиниць» [3; 60].

Журналістський гіпертекст розуміють як «особливий вид гіпертекстових відношень, яку застосовують журналісти в електронній комунікації для розширення інформації та її форм» [4; 201]. Тут використовують поклики на інші журналістські матеріали, схожі з пер-

винним текстом; ті, поклики, які розширюють інформаційне поле повідомлення; коментарі з пропонованої публікації; поклики на додаткові нетекстові (мультимедійні) одиниці інформації.

Гіпертекст дає змогу пов'язувати текст, аудіо, фотографії, креслення, карти, рухомі картини та інші форми інформації в осмислене єдине ціле. Доступ до створеного масиву може здійснюватися за допомогою системи індексації, орієнтованої на конкретні ідеї, а не на конкретні слова в тексті. Тому гіпертекст можна визначити як нелінійну документацію, яка розгалужується і є взаємопов'язаною, даючи змогу користувачеві досліджувати ту інформацію, яка там наявна, в тому порядку, який він самостійно вибирає. Кожен текст вводиться у простір написаних раніше текстів, набуває візуальної багатоплановості, може сприйматися у будь-якій послідовності (окрім хронологічного та логічного розгортання). Це дає змогу можливість «читати» гіпертекст в будь-якому задуманому порядку, зручному для читача.

Гіпертекстуальність істотно розширює можливості медіа, адже порівняно з традиційними друківаними носіями нелінійна організація тексту дає читачеві змогу самому обирати послідовність ознайомлення з інформацією. Тому читач може щоразу формувати новий, власний, варіант гіпертексту з індивідуальним змістом. У контексті взаємодії інтернет-видання з читачем гіперпоклики набувають визначальної ролі: від їх оформлення, змісту, прагматично-комунікативних настанов залежить, чи зацікавить читача інформація, яку вони пропонують.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Буш В. Как мы можем мыслить (As We May). URL : <http://security-corp.org/programming/vebdev/32079-venivar-bush-kak-my-mozhem-mysliti-as-we-may-think.html> (дата звернення: 25.02.2021).
2. Nelson T. H. Complex information progressing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate». URL : <https://dl.acm.org/doi/10.1145/800197.806036> (дата звернення: 25.02.2021).
3. Ковальова О. Стилістичні особливості гіпертекстових посилань у французьких інтернет-ЗМІ. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. 2018. Т. 21. С. 58–68.
4. Мыгаль М., Карпенко И. Журналистский гипертекст в системе мультимедийной интернет-коммуникации. *Научные ведомости БелГУ. Гуманитарные науки*. 2011. Вып. 11. С. 201–208.

**Андрій Яценко**  
(к.філол.н., доцент)

## **ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЧАСІ ПАНДЕМІЇ: ВИКЛИКИ І РЕЗУЛЬТАТИ**

Рік дистанційної освіти в умовах пандемії виявився не простим, адже університет і факультет зокрема не були готові в межах одного тижня переорієнтуватися на онлайносвіту. Найперше проблема полягала в технічному забезпеченні (звісно, нашим викладачам і студентам не видають ноутбуки, як в Німеччині), доступності Інтернету (студенти, які проживають у віддаленій місцевості, не завжди мали хорошу якість зв'язку) і вибору платформи для навчання. Львівський національний університет імені Івана Франка запропонував працювати у MS TEAMS. Центр забезпечення якості освіти провів для викладачів декілька навчальних семінарів, але з'ясувалося, що багато студентів не підключені до корпоративної пошти, щоб мати змогу працювати у MS TEAMS. Тому вибір платформи залишився за викладачем. Проте завдяки дистанційній освіті відбулося багато позитивних змін на факультеті журналістики:

*по-перше*, викладачі почали активно створювати електронні курси на платформі Moodle, що дозволяє студентам працювати не лише з лекційним матеріалом, а й з матеріалом для самостійної роботи. Університет допоміг з електронним навчанням, адже з жовтня 2020 року по січень 2021 року тривали курси «Викладацької майстерності», в яких могли взяти участь також викладачі з інших вишів. Один із модулів був присвячений питанням створення і наповнення електронних курсів. Наслідок – збільшення електронних курсів;

*по-друге*, важливим моментом стало залучення до навчального процесу спікерів та лекторів з усієї України та з-за кордону. Наприклад, це позначилося на проведенні нашої щорічної Міжнародної науково-практичної конференції “Традиційні та нові медіа перед викликами сучасного суспільства”, коли в межах пленарного засідання та майстер-класів взяла реальну участь представники 7 країн. До впровадження дистанційної освіти це був проблемний момент, матеріально складний;

*по-третє*, дистанційна освіта стала поштовхом для відкриття цифрових лабораторій. Зокрема, на факультеті журналістики завдяки проєкту DESTIN (“Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм”) почала роботу лабораторія цифрових медіатехнологій “Контент і технології”. Отже, дистанційна освіта спричинила помітний «цифровий стрибок»;

*по-четверте*, викладачі активніше запрацювали над електронними посібниками, що допоможе уникнути видань із застарілим матеріалом, адже внести зміни простіше, ніж у паперовий варіант. До того ж

посібник не проходить складного бюрократичного шляху від затвердження до пошуку коштів на видання. Актуально це в період пандемії, бо паперовими примірниками зазвичай користується багато людей. Наприклад, у Голлівуді відмовилися від паперових сценаріїв з цих самих причин;

*по-п'яте*, відбулося активніше залучення стейкхолдерів українських і закордонних до освітнього процесу. Завдяки використанню онлайнтехнологій роботодавець завжди знайде хоча б пів години у своєму щільному графіку, натомість у докарантинний період для зустрічі із студентами потребував витратити добу-дві;

*по-шосте*, під час проведення лекцій та практичних занять викладачі мають можливість демонструвати багато візуального матеріалу, адже не всі аудиторії обладнані мультимедійним проекторами;

*по-сьоме*, дистанційний 2020 рік став дуже плідним для нашого факультету на проєкти, зокрема міжнародні, бо знову ж таки не потрібні коштовні й довготермінові відрядження;

*по-восьме*, ми дуже активно працювали над створенням навчального відеоконтенту для студентів. Відбулася презентація проєкту «5-хвилинка медіаграмотності» (13 навчальних відеороликів) у рамках IREX.

Щоправда, великим мінусом, особливо для журналістів є брак живих дискусій, соціальної взаємодії, виникають проблеми з груповим проєктним навчанням, проблеми із застосуванням деяких елементів інтерактивного навчання.

Однією із важливих структурних змін сучасної журналістської освіти онлайнвої чи офлайнвої є впровадження нових міждисциплінарних освітніх програм, наприклад, на магістерському рівні (спільно з факультетами електроніки, прикладної математики тощо). Ми працюємо над цим, адже пандемія тільки пришвидшить виникнення нових професійних напрямків у журналістиці (дизайнер емоцій, продюсер смислового поля, архітектор віртуальності).

До радикальних змін факультети журналістики мусять бути готові. Хоча розуміємо, наскільки це не просто реалізувати в освітньому процесі (виникають проблеми переформатування курсів, годин навантаження). Але для цього ми й охоче взяли участь в інноваційному проєкті «Journalism Teachers Academy» («Академія викладачів журналістики») (від ГО «Український Інститут медіа і комунікації», «Deutsche Welle Akademie»). Переконані, що разом зможемо впровадити зміни вже найближчим часом.

*Р.С. Частина цих тез автор використав у доповіді під час онлайндискусії “Чи допоможе пандемія трансформувати моделі журналістської освіти”, яка відбулася 10 лютого 2021 року і яку організувало ГО “Український інститут медіа і комунікації” спільно з “Deutsche Welle Akademie”.*

*Василь Лизанчук*  
(д. філол. н., професор)

## **ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-ГУМАНІТАРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ, ФУНКЦІОНУВАННЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ**

У нинішній період гібридної війни Російської Федерації проти України «національні цінності є певними концептуальними, ідеологічними основами, консолідуючими чинниками, важливими життєвими орієнтирами на шляху ефективного суспільного розвитку» [1, с. 469]. Національні цінності набувають все вагомішого соціального, громадянського, державотворчого сенсу. Тому увага має бути зосереджена на тому, щоби засоби масової інформації створювали наративи, які би сприяли порозумінню, консенсусу щодо найголовніших цінностей об'єднання українського суспільства у єдиний державницький, морально-духовний, соборний, національний організм.

В інформаційно-гуманітарному просторі має бути чітко сформований ментальний спротив російській агресії, просування українських світоглядно-національних цінностей і розвінчування московських антиукраїнських наративів. На жаль, на телеканалі «1+1» у програмі «Право на владу» ведуча Наталя Мосійчук та ідейно близький їй міністр Олександр Ткаченко закликали взагалі відмовитися від поняття «5-та колона», оскільки 5-ту колону це ображає. «Може треба «обніматися і цілуватися» з підривними елементами, оскільки, мовляв, цього вимагають інтереси єдності країни? – запитує публіцист, філософ Ігор Лосєв і тут же справедливо відповідає: «Мушу розчарувати поважних спікерів: примиритися з 5-ю колоною (хоч би як вона називалася) можна тільки ліквідувавши українську державу, на менше ця публіка не погодиться. Мосійчук активно маніпулювала, ставлячи на одну дошку патріотів України та її ворогів. Не можна об'єднувати необ'єднуване. Загравання з ворогом закінчиться загибеллю нашої країни. Особливо небезпечно не називати речі своїми іменами. Зрадник – це зрадник. Агресор – це агресор» [2].

Як же називати секретаря Харківської міськради Ігоря Терехова, який написав у соціальних мережах: «Сьогодні у 43-й гімназії трапився «несподіваний» і незапланований урок патріотизму, котрий завершився уроком фашизму у виконанні праворадикальної організації «Фрайкор». Ігор Терехов також повідомив, що вже відсторонив на час



службової перевірки директора навчального закладу і «пообіцяв, що не допустить, аби діти стали розмінною монетою у політичних ігрищах» [3]. Не лише дивно, а й страшно, що секретарем Харківської міськради на 30-тому році відновленої незалежності України працює, м'яко кажучи, українофоб Терехов. Він із злісною ненавистю назвав урок українського патріотизму, який провели ветерани АТО із «Фрайкора», що є членом координаційної ради з питань національно-патріотичного виховання при Харківській облдержадміністрації, уроком фашизму, до директора школи застосував репресивні заходи. Ігор Терехов, спираючись на московські антиукраїнські маніпулятивні наративи, приклеїв до добровольчого підрозділу, який захищав українську державу від російських загарбників, фашистське тавро.

«Якщо пан Терехов про діяльність нашої організації знає тільки з заяв ОПЗЖ та соцмереж Азарова, – заявили у ВПО, – то ми хочемо йому повідомити наступне: «Фрайкору» вже три роки, і весь цей час ми відвідували школи, ліцеї та університети міста. Причому це ніколи ні в кого не викликало жодних проблем і запитань» [3].

Доцільно нагадати таким, як І. Терехов, членам «Опозиційної платформи – За життя», партійцям Шарія, що українські національні цінності зовсім нічого спільного не мають із фашизмом і нацизмом, чи московським рашизмом.

Отже, місійне покликання журналістів орієнтувати читачів, глядачів, слухачів на сенсожиттєвий вибір базових національних цінностей, на засадах яких українські громадяни незалежно від національності об'єднано подолають зовнішню московську та внутрішню агресію проросійської п'ятої колони і Терехова також, доб'ються справедливого миру, повернуть загарбані кремлівськими імперіалістами українські території і у порозумінні, злагоді будуть розбудовувати українську Україну.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гай-Нижник П., Чупрій Л., Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформулюючі чинники політики національної безпеки / П. Гай-Нижник, Л. Чупрій // Гілея. – 2014. – Вип. 84 (№5). – С. 465-471.
2. Лосєв І. Знову сидіння на двох стільцях? / І. Лосєв // День. – 2021 – 5-6 березня.
3. Салімонович Л. Міфічний фашизм. Відсторонили від роботи директора гімназії за урок патріотизму, який провели ветерани АТО / Л. Салімонович // Україна молода. – 2021. – 5-6 березня.

Олександра Сербенська  
(д. філол. н., професор)

## ДО ХАРАКТЕРИСТИКИ МОВОЗНАВЧИХ ПОГЛЯДІВ ІВАНА ФРАНКА

Тему Франко-мовознавець упродовж кількох десятиріч розкривали українцям дозовано, відповідно до витворених тоталітарною системою стандартів. Його окремі твори (приміром, «Двозначність і дволучність», «Сухий пеня», «Бледнов», «Не пора, не пора...») чимало фрагментів, у яких йшлося про роль мови в житті людини і нації, про стан і статус української мови в умовах бездержавності, про ганебну роль російської церкви щодо мови на українських землях, про засилля росіянізмів тощо, не були в науковому обігу.

Тезисно подаю деякі свідомо замовчувані твердження Мислителя, важливі для формування мовної свідомості, національної гідності, які в радянській науці не були належно потрактовані і не могли мати розвитку.

Лінгвістика, як і багато інших суміжних галузей знань, цікавила Франка ще зі студентських років; дійшов висновку, що це *наука історична*, говорив про її об'єктивність порівняно з поглядами літературознавців, у яких відчутна залежність від ідейних течій; сам називав себе *лінгвістом*; у Чернівецькому університеті для студій обрав *українську фонетику* і старослов'янську граматику. Обстоював принципи фонетичного правопису, в якому вбачав здатність *відавати гнучкість та мелодійність нашої мови*; говорив про *дивно органічну* для характеру українців *систему звуків*.

Франко пізнав євангельську суть Слова, його, вразливого на красу, постійно дивувала *чарівна сила народної мови* і наголошував, що літературна мова українців відповідає *їх національному типу*. Був у постійних пошуках методів аналізу мови українських письменників, умів виокремити нові тенденції у мові художніх творів: приміром, бачив *надзвичайно філігранну роботу* наших письменників кінця XIX – поч. XX ст. – *наблизитись, скільки можна до музики*.

Перед українськими письменниками, науковцями та всією інтелігенцією ставив високі вимоги – *бездоганна чистота мови, мова чиста і добірна*, хоч у той час їх нелегко було виконати (брак відповідних словників, довідкової літератури). Щоправда, було закладено для справи добрі основи: організовано НТШ, яке взяло на себе роль координаційного центру, опубліковано Словник Є. Желехівського. Прикладом реалізації Франкових вимог є його ґрунтовна рецензія на історичні праці М. Грушевського, які автор визнавав надзвичайно важливими в національному житті українців. Але не поминув дати свої зауваги щодо мови і стилю наукових праць (його улюблена фраза *Поперед усього мова і*

стиль), зосібна щодо вживання росіянізмів: *розділення Галичини* (зам. *поділ*), *заглохло* (зам. *заниділо*), *під началом* (зам. *під владою*), *на ділі* (зам. *справді*, *фактично*); рішуче відкидав складені (аналітичні) форми вищого і найвищого ступеня порівняння прикметників і прислівників: *найбільш прикре*, *найбільш живі* (зам. *найприкрише*, *найживіші*), *більш поступові*, *більш помірковані* (зам. *поступовіші*, *поміркованіші*).

Великий українець усе життя жив у стихії рідної мови, милувався нею і плекав її. Стихія живого слова пронизувала всю його творчість. Виразним стає палке бажання українське слово записати «самостійно між культурні мови». Стояв, приміром, на тому, що церква своїм словом витворює велике силове поле, здатне утверджувати рідну мову, зміцнювати її позиції, употужнювати національну гідність вірян, захистити від мовної асиміляції, а чи, навпаки, – усе це нівелювати, *затерти окремішність українського типу*.

До речі, тезу про самобутність українців, їхню окремішність, яка, із зрозумілих причин не могла бути розвинута в радянині, де шаленими темпами і сатанинськими методами творили *єдиний народ*, Франко виразно акцентує у ст. «Українці», написаній для енциклопедії світової культури, наголошуючи на органічному тисячолітньому зв'язку народу із землею, яку він заселяє. Сьогодні ця тема вийшла з підпілля і над нею працюють професіонали різних галузей знань; поширеним став погляд на мову як код нації, яка «прописана» у певному земному просторі, а хаотичне ставлення до мови порушує закон буття і провокує його невпорядкованість.

Науковець усвідомлював, що його студії (говорив зокрема про капітальну працю «Галицько-руську народні приповідки») дають багатий матеріал для майбутніх дослідників і свято вірив, що це будуть *здібні та науково підготовані робітники*.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Галицько-руські народні приповідки. У 3-х томах. 2-е видання. – Львів, 2006-2007. – Т. 3. – Львів, 2007. – 700 с.
2. Франко І. Етимологія і фонетика в южноруській літературі // Іван Франко. Зібрання творів у 50-ти томах. К., 1981. – Т. 29. – с. 150-169.
3. Франко І. Іван Вишенський і його твори // Іван Франко. Зібрання творів у 50-ти томах. К., 1984. – Т. 30. – С. 7-211.
4. Франко І. Михайло Петрович Старицький // Іван Франко. Зібрання творів у 50-ти томах. К., 1982. – Т. 33. – С. 230-277.
5. Франко І. Причинки до історії України-Русі. Часть перша // Іван Франко. Зібрання творів у 50-ти томах. К., 1986. – Т. 47. – С. 417-548.

**Оксана Білоус**  
(к. соц. ком., доцент)

## **ІСТОРИЧНА ПРАВДА В ТЕЛЕ- І РАДІОЕФІРІ – ДЖЕРЕЛО УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ**

Триває гостра дискусія стосовно московської шовіністичної тези, що, мовляв, росіяни є «братнім народом» для українців. Нинішня російсько-українська війна – це не війна між братніми народами, а ніби то громадянська війна в Україні за справедливість між соціально ущербними жителями Донеччини і фашистською хунтою, яка захопила владу у Києві. Антиукраїнськими наративами переповнений телевізійний і радіоефір.

Новітні московські маніпулятори жодним словом не згадують правдиві історичні факти, дослідження про відмінність українців від росіян. Навіть цинічно налаштований проти Тараса Шевченка Віссаріон Белінський, який заявляв, що тільки з приєднанням Малоросії до Росії туди «хлинула цивілізація», писав: «Слово о полку Игоревом» отзывается южнорусским (руським, українським. – *О. Б.*) происхождением. Есть в языке его что-то мягкое, напоминающее нынешнее малороссийское наречие... Все это отзывается Южною Русью, где и теперь еще так много человеческого и благородного в семейном быту, где отношения полов основаны на любви, и женщина пользуется правами своего пола: все это противоположно Северной Руси (Московії. – *О. Б.*), где семейные отношения грубы, женщина – род домашней скотины, а любовь совершенно постороннее дело при браках... Но кроме всего этого, не только в красках поэзии и манере изложения, но и в духе богатырского удалства, нельзя не заметить чего-то общего между «Словом о полку Игоревом» и казацкими малороссийскими песнями. Это произведение явно современное воспетому в нем событию и носит на себе отпечаток поэтического и человеческого духа Южной Руси (України, перша згадка про яку припадає на 1187 рік. – *О. Б.*), еще не знавшей варварского ярма татарщины, чуждой грубости й дикости Северной Руси (Московії. – *О. Б.*)... [1, с. 72, 91–93].

Перебуваючи в Україні на відпочинку й лікуванні, В. Белінський у листі до дружини від 15 червня 1846 р. писав: «Верст за 30 до Харькова я увидел Малороссию, хотя еще и перемешанную с грязным москальством. Избы хохлов похожи на домики фермеров – чистота и красивость неописанные. Вообрази, что малороссийский борщ, есть не что иное как зеленый суп (только с курицею или бараниною и заправленный салом). Суп этот они готовят превкусно и донельзя чисто. И это мужики! Другие лица, смотрят иначе. Дети очень милы, тогда как на русских смотреть нельзя – хуже и гаже свиней» [2, с. 288].

Російська історіографія як царська, так і радянська, а сьогодні ще й путінська, претендує на те, що Росія походить від Київської Русі. Вже 1450 р. Московія (Росії тоді ще не існувало) вперше офіційно заявила, що Київська Русь є джерелом її історичної спадщини. У 1493 р. цар Іван III, який провадив політику збирання земель та розширення своєї імперії, вже накинув оком на Українську Русь. Так в 1493 р. Іван III проголосив себе государем “всіх земель Руських” (государ всея Русі). Він використав термін Русь, який не має нічого спільного ні з Росією, ні з Руссю [3], – зазначив Євген Калюжний.

На основі наукового аналізу витоків і розвитку руського=українського та московитського=російського етносів, народів і націй академік НАН України Григорій Півторак зробив цілком логічний висновок: *“росіяни українцям аж ніяк не брати і ніколи ними не були* (курсив наш. – О. Б.). Наші історії від самого початку розвивалися різними шляхами. До Київської Русі росіяни мають ту дотичність, що їхні землі деякий час напівформально входили до складу цієї держави, і майбутні росіяни перейняли християнську культуру Київської Русі з багатьма українськими впливами.

Режими Російської імперії, Радянського Союзу подавлювали все українське, формували з українців вірну їхнім інтересам біологічну масу. Але не вдалося знищити весь український національний дух. Відродження української незалежної держави дало можливість відкрити правдиві історичні засади українсько-російських відносин, формувати в українців національну ідентичність, для якої історична і сучасна правда є визначальною, основною в розвитку суспільства, у боротьбі за незалежність. Національно свідомі журналісти розуміють велич Шевченкового Слова, місією якого є творення добродійного українського світу на відміну від агресивного «русского мира». У цьому контексті безпосередній стосунок до журналістської праці мають думки Івана Франка, висловлені в поетичній збірці «Мій ізмарagd»: «Не може при добрі той жить, // Хто хоче злу й добру служити. // Бо, хтівши догодити обом, // Він швидше стане зла рабом».

Тобто, російсько-українська війна, яка триває сьомий рік – це війна цінностей, світоглядних, морально-духовних орієнтирів. Отже, як зазначає професор В. Лизанчук, для журналістів, для всіх громадян України, російська агресія – визначальний момент історичної Істини [4]. Адже історична правда, яку оприлюднюють журналісти – живильне джерело української національної свідомості.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Белинский В. Сочинения / В. Г. Белинский. – [2-е. изд.]. – Москва, 1865. – Ч. 5.

2. Белинский В. Г. Полное собрание сочинений / В. Г. Белинский. – Т. XII. Письма 1844-1848 гг. – Москва, 1956.
3. Калюжний Є. Київська Русь – це не Росія / Є. Калюжний // Літературна Україна. – 2015. – 16 лип.
4. Лизанчук В. Исторична правда – головна гуманітарна зброя / В. Лизанчук // Літературна Україна. – 2016. – 15 грудня.

*Наталія Лебеденко*  
(к. філол. н., доцент)

### **КОНСТРУКЦІЇ З ПРИЙМЕННОМ З (ІЗ, ЗІ, ЗО) В УКРАЇНСЬКОМУ ПУБЛІЧНОМУ ТЕКСТІ**

Сьогодні творці текстів часто сумніваються, чи не роблять вони помилок, добираючи прийменникові конструкції. В українській мові налічують понад 200 прийменників. Прийменник – незмінне службове слово, що вказує на синтаксичне підпорядкування іменника або іменних частин мови іншим словам у реченні або словосполученні. Ця частина мови допомагає організувати слова, поєднуючи їх у сполучення і речення, надавати відповідного значення словесно вираженій думці.

Разом з формами непрямих відмінків іменника прийменник утворює єдиний член речення і виражає просторові, часові, причинові, допустові, цільові відношення. Традиційно вважають, що прийменник має лише граматичне значення, а лексичне значення йому не властиве, хоч і не всі дослідники поділяють цю думку. Вирізняють три типи прийменникових граматичних значень: 1) найзагальніше (*категорійне*) – відношення іменника до інших слів у реченні і словосполученні; 2) конкретніше – іменник з прийменником формує однорідну *функційно-значеннєву* групу, наприклад, прийменники *від, з, через, завдяки* формують причинові відтинки значень: *мовчати від нерозуміння, плакати з горя, відсутній через сімейні обставини*; 3) *індивідуальне*, завдяки якому один прийменник відрізняється від іншого, що належить до тієї самої функційно-значеннєвої групи, наприклад, прийменник *на* передає значення місця: *лежить на столі*, часу: *на свята повеселились*, мети: *поспішити на допомогу*.

У сучасному публічному мовленні, зокрема в мовленні українських теле- та радіожурналістів, часто трапляються помилки, а також виникають сумніви щодо вживання прийменникових конструкцій. Існує кілька причин неправильного вживання цих слів в українській мові: 1) незнання граматичних особливостей української мови; 2) вживання суржикових прийменникових словосполук; 3) необізнаність

з корпусом українських фразеологізмів; 4) недбайливе ставлення до свого мовлення, ігнорування мовних норм, нерозуміння важливості мовленого слова та небажання відповідати за слово; 5) відсутність «мовного чуття».

Щоб уникнути помилок, потрібно знати передусім функції прийменників у літературній мові, розуміти синтетичну природу української мови, яка віддає перевагу простішим конструкціям. У разі сумнівів потрібно зіставити дві (чи більше) конструкцій з різними прийменниками і заглянути в довідкову літературу. У цьому може допомогти й виховане «мовне чуття». Приміром: *за вказівкою вчителя* (чи *по вказівці*), *товариш зі школи* (чи *товариш по школі*), *полиця на книги* (чи *полиця для книг*), *поїзд відходить о восьмій годині* (чи *в вісім годин*), *таблетки проти болю* (чи *від болю*), *через обставини*, *з огляду на обставини* (чи *в силу обставин*).

Метод опозиції застосовуємо й тоді, коли маємо до вибору прийменникову чи безприйменникову конструкцію. Декілька прикладів: *згідно з наказом* (чи *згідно наказу*), *брат молодший від мене*, *за мене*, *ніж я* (чи *молодший мене*), *відповідно до наказу* (чи *відповідно наказу*), *хворіє на ревматизм* (чи *хворіє ревматизмом*)<sup>1</sup>.

В українській мові одним із поширених є прийменник *з* (варіанти: *із*, *зі*, *зо*). У цьому слові фонетичні процеси зумовили злиття давніших *изь* і *сь* (у російській мові злиття *изь* и *сь* не відбулось). Прийменник *изь* (його варіант *ись*) у церковнослов'янській і староукраїнській мові означав рух з середини чогось, час початку дії. Цей прийменниковий зворот у сучасній польській мові вживають як норму. Прийменник *с* і (*со*, *сь*) вживали в багатьох випадках, наприклад, він указував на час початку дії, супровідні дії кількох предметів, їх взаємини, вихідний пункт дії з якоїсь поверхні (*сь заранія*) тощо. Процес злиття прийменників *изь* і *сь* припадає на кінець XIII – початок XIV століття. В українських грамотах XIV століття *изь* і *сь* уже не розрізняють, вони злилися в один прийменник *з*. Але прийменник *с* уживали перед глухими, а *з* – перед дзвінками, тут відбувалась регресивна асиміляція. У сучасній українській літературній мові функції прийменників *изь* і *сь* виражаються лише за допомогою прийменника *з* та з метою дотримання милозвучності мови за допомогою його варіантів *зі*, *зо*, *із*. Проте залишки прийменника *с* маємо в префіксальних дієсловах, де перед глухими *к*, *п*, *т*, *ф*, *х* пишемо *с* (*сказати*, *спитати*, *сфотографувати*, *схопити*, *стікати*), а також у вимові прийменника *з* перед глухими звуками, який за нормами орфоєпії прийнято оглушувати (пишемо: *вийти з хати*, а вимовляємо: *вийти [с] хати*).

Прийменники *з*, *із*, *зі* залежно від фонетичного оточення вживають із родовим, знахідним та орудним відмінками. Ці прийменники

<sup>1</sup> У дужках подано ненормативні вислови.

можуть виражати такі відношення: *просторові* (вказують на предмет, середовище, з середини яких спрямована дія; місце, предмет, з поверхні яких спрямовується дія; місце, простір, напрям, в якому що-небудь розташоване, перебуває тощо): *зі школи вибігає дівчора*; *часові* відношення (вказують на час, період, що є початковим моментом у розвитку дії; вказують на одночасність різних дій): *вчуся поважати слово з коліски*; *причинні* відношення: *голосити з горя*; *обставинні* відношення: *одягнена з мистецькою простотою* (спосіб дії); *кількісні* відношення: *родина з семи чоловік*; *об'єктні* відношення: *не спускав очей з неї*; *означальні* відношення: *дівчина з гарною косою*.

Приєднання *з* (*із*, *зі*, *зо*) помилково вживають у скалькованих з російської мови словосполученнях. Ненормативні сполуки з цими прийменниками слід замінювати на інші конструкції, зокрема з прийменниками: 1) *на*: *вживати з користю* замість правильного *вживати на користь, на добро*; *рахуватися з думкою* замість української конструкції *зважати на думку*; *зустрітися з труднощами* замість українського вислову *натрапити на труднощі*; 2) *за*: *з вашої згоди* замість *за вашою згодою*; 3) *для*: *з корисливих мотивів* замість правильної української конструкції *для своєї користі*; 4) *від*: *з кінця в кінець* замість *від краю до краю, плата з особи*, по-українськи: *плата від особи*; 5) *по*: *з обох боків* замість нормативного *по обидва боки*; 6) *через*: *з цієї причини* замість *через це*; 7) *до*: *у відповідності з чимось* замість нормативного *відповідно до чогось*.

Дуже часто конструкції з прийменником *з* потрібно замінювати безприєдниковими словосполученнями, наприклад, на означення часу, а також місця в українській мові існують відповідники, виражені прислівниками без прийменників, пор.: *з тих пір* замість нормативного *відтоді*; *з цього часу* замість *відтепер*; *з часом* замість самобутнього *згодом*; *з якого часу* замість нормативного *відколи*; *з раннього ранку* замість самобутнього *рано-вранці, спозаранку*; *з усіх сторін* замість *звідусюди, звідусіль*. Це стосується й конструкцій на означення інших обставинних відношень: *бігти зі всіх ніг*, потрібно: *бігти щосили, чимдуж*; *вставати з трудом*, самобутній український вислів: *вставати насилу*; *з заздрістю дивитися*, норма: *дивитись заздрими очима*; *відноситься з ласкою до дитини*, правильно: *ставитись ласкаво до дитини*. До скалькованих з російської мови сталих словосполучень потрібно добирати українські відповідники (фразеологічні або однослівні): *вийти з себе*, прийнято: *втратити самовладання*; *вибиватися з сил*, потрібно: *знесилюватись*; *зібратися з духом*, норма: *набратися духу*; *тримається з достоїнством*, потрібно: *тримається гідно*; *костюм з іголки*, по-українськи: *костюм новісінький*.

Близьким за фонетичним складом до аналізованих прийменників є прийменник *із-за*. Не слід вживати прийменник *із-за* на означення причини (що є нормативним лише для російської мови): *із-за хвороби*



замість *через хворобу*; *із-за незнання*, правильно: *через незнання*; *із-за поганого фінансування* замість нормативного *через погане фінансування*.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / О. Сербенська, М. Білоус, Х. Дацишин; за заг. ред. О. Сербенської. 3-тє вид., доповн. і перероб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017.
2. Вихованець І. Р. Прийменникова система української мови. К., 1980.
3. Гінзбург М. Д. Українська ділова і фахова мова: практичний посібник на щодень / за ред. М. Д. Гінзбурга. К.: фірма «ІНКОС», 2007.
4. Колодяжний А. С. Прийменник: Матеріали до лекцій з курсу сучасної української літературної мови. Харків, 1960.

*Ярослав Табінський*  
(асистент)

**ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ПАНДЕМІЇ В МЕДІА**  
**(на прикладі матеріалів українських фоторепортерів)**

Однією з найактуальніших суспільних тем, що висвітлюють медіа сьогодні, є проблема карантинних обмежень та протидії пандемії коронавірусу.

Досліджуючи моніторинги та статистичні дані, розуміємо, що більшість редакцій готують досить конструктивні та ґрунтовні матеріали. У публікаціях можемо побачити основні рекомендації про те, як уберегтися від зараження вірусом Covid-19. Світова наукова спільнота працює не лише над удосконаленням дії протівірусних вакцин, але й над дослідженням соціальних чинників, які впливають на поширення хвороби. Йдеться про небезпеку для жінок, дітей, малозабезпечених сімей, тих, хто потерпає від екологічних загроз і інших вразливих груп. Відобразити особливість та загрозу пандемії у візуальній формі – досить складне завдання, зважаючи на небезпеку заразитись вірусом авторам під час підготовки матеріалів. Проте фотожурналісти створюють не лише поодинокі світлини, але готують цілі фотоісторії та мультимедійні проєкти. Найважливіша мета – інформувати суспільство, щоб випередити поширення хвороби чи навіть переконати тих, хто досі не вірить у серйозність від наслідків коронавірусу.

Фоторепортер Євген Малолетка разом із колегою оператором Associated Press Мстиславом Черновим зафіксували фотоісторію про боротьбу з COVID-19 в Україні. Журналісти побували в Житомирській, Тернопільській та Чернівецькій області, де були наймасштабніші спалахи вірусу. Візуальна картина боротьби з пандемією вразила не лише українських реципієнтів, але й отримала значний резонанс за кордоном завдяки міжнародній агенції Associated Press.

Репортажне видання Reporters у публікації «Спаси і сохрани» [3] опублікувало підбірку світлин із відрядження цих журналістів. Важливо, що на кадрах відображено реальність, яку переживають щодня українські лікарі. Не дивно, що символом протистояння лікарів із хворобою став портрет лікаря-терапевта із Почасва Івана Венжиновича. Образ лікаря розтиражували по всій Україні зі словами: «Дякую за життя», але, на жаль, врятувавши сотні людей, лікар таки помер від двосторонньої вірусної пневмонії. Особливими є деталі на кадрах, зокрема йдеться про ікони та невеличкі молитовні кутки в коридорах лікарень, приміщення палат, що потребують ремонтів, застаріле медичне обладнання. Кожне фото композиційно дуже вдало створене, адже враховані умови освітлення, ракурс і момент знімання. Наприклад на Тернопільщині репортери відзняли кадри, як судмедексперт проводить розтин просто надворі, через те, що морг не пристосований для розтину померлих від інфекційних хвороб. Фоторепортажем автори намагались не тільки викликати сильні емоції, але привернути увагу суспільства до проблем в українській медицині.

Інтернет-видання Bird in flight використало понад 10 світлин Євгена Малолетки у репортажі з ковідних лікарень [2]. Усі фото особливо вдало ілюструють ситуацію, що відбувалась у 2020 році в українських лікарнях. Через образність, символізм та деталі на фото відчуваємо напругу, втому і навіть безсилля. У матеріалі використали відоме фото, на якому медичний працівник у захисному костюмі заснув від перевтоми на робочому місці. За допомогою правильно побудови світлових схем знімання, а також стилізованої обробки кадрів, автор надав особливої атмосфери фотоматеріалам.

Варті уваги фотографії, опубліковані в агенції Associated Press, зокрема, йдеться про репортаж із Верховини (Івано-Франківська область) про лікарку Вікторію Махнич [4]. Її пацієнтами є понад 2000 мешканців навколишніх карпатських сіл. Щодня молода жінка поспішає гірськими дорогами, щоб порятувати людей. Автори висвітлюють не лише побут, професійні вміння, складнощі, але й високі людські цінності та традиції. Особливо символічними є кадри наприкінці публікації, де зображено лікарку в гуцульському вбранні в церкві. Вона тримає маску в руці, бо ж односельчани заборонили їй вдягати маску в храмі, щоб не нагадувати про «цю страшну заразу» напередодні Різдва.

Історію лікарки з гірського українського села зображено у спеціальній візуальній формі, що наближена до нарисового висвітлення. Розуміємо, що багатопланові фотоілюстрації свідчать про особливе бачення фоторепортера Євгена Малолетки, який за допомогою камери відтворює реальні історії у жанровій формі фотонарису. Щоправда, автори текстової частини Мстислав Чернов і Юраш Карману віддають перевагу інформаційному стилю з діалогами та прямою мовою героїні.

Львівський фоторепортер Роман Балук, який співпрацює з виданнями Reuters, The Times, Радіо Свобода впродовж карантину неодноразово працював із фотокамерою у Львівській обласній інфекційній лікарні. Авторіві вдалось зобразити не лише приймальне відділення, куди реанімобілі привозили хворих з підозрою на коронавірус, але й показати процес порятунку у реанімації [1]. Там спокійні та впевнені лікарі допомагають пацієнтам здолати хворобу. Автор навіть порівнює медиків з досвідченими моряками під час шторму.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Балук Р. Рівний пульс реанімації. *Reporters*. URL: <https://cutt.ly/BEyoRW> (дата звернення: 26.08.2020).
2. Коношевич В., Касьянова Д. «Мені страшно, я задихаюся»: Репортаж із ковідних лікарень. *Bird in flight*. URL: <https://birdinflight.com/uk/reportage-uk/20201105-kovidnye-bolnitsu.html> (дата звернення: 15.11.2020).
3. Малолетка Є. Спаси і сохрани. *Reporters*. URL: <https://cutt.ly/YW7dFf3> (дата звернення: 12.12.2020).
4. Chernov M., Karmanau Y. Village doctor in Ukraine faces coronavirus challenge. *Associated Press*. URL: <https://cutt.ly/GW7rt3V> (дата звернення: 13.01.2021).

*Леся Борис  
(асистент)*

## **БРЕНДИНГ АВТОРСЬКИХ ПРОГРАМ В ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ**

Надшвидкий розвиток технологій спонукає суспільство ставати активним учасником трансформаційних процесів. Правильна побудова стратегії, навіть в складних ринкових умовах, дозволяє залишатися затребуваним, конкурентноспроможним, з позитивним іміджем ампула перед своїм споживачем. Переваги продукту, його цінність,

комунікаційний дискурс, індивідуальність та популярність формує позитивний бренд проекту, який тривалий час матиме цільову аудиторію.

Стрімке зростання активних учасників телевізійного ринку, що спостерігаються на сучасному етапі, надзвичайно загостило конкуренцію телемовників за увагу глядачів. Як результат, спостерігається значне підвищення формування брендів телевізійних каналів та програм.

Китайські дослідники Зенг Фанбін та Хан Вонг так визначають роль бренду саме на ринку телевізійних послуг: «Бренд може стати основною базою для вибору для багатьох глядачів, які ніколи не втомлюються дивитися деякі канали та програми. Вплив телевізійних продуктів, які стають привабливими для аудиторії, відбувається, головним чином, через бренд. Навіть якщо вони продаються за більш високою ціною. Таким чином, створення та розвиток бренду – це основне правило для досягнення успіху в складній конкурентній ситуації» [1].

Тому маркером того чи іншого телеканалу може стати стратегія формування бренду телеведучого та його самопрезентація в авторських проектах. Індивідуалізм особистості ведучого, вибудування неповторного іміджу, вміння вільно незаангажовано висловлюватися набуває все більшого глядацького попиту. Відповідно, постать відомого телеведучого в кадрі є важливим чинником впливу на свідомість масової аудиторії, що забезпечує успіх та високий рейтинг телеканалу.

Показовою можна вважати авторську програму «Історична правда з Вахтангом Кіпіані», яка транслюється в телеэфірі вже протягом восьми років (телеканал «ZIK» (з березня 2013 по 14 червня 2019), від 8 вересня 2019 року і до сьогодні на телеканалі «Еспресо»). Громадсько-політична діяльність та авторство скандально відомої книги «Справа Василя Стуса» додали ще більшої популярності В. Кіпіані.

«Рандеву з Яніною Соколовою», «Кіно з Яніною Соколовою», «Вечір з Яніною Соколовою», «Соромно!» – авторські задуми з цікавим ексклюзивним контентом про «найважливіше», які формуються та втілюються мовою екрану. Індивідуалізм та харизма Я. Соколової, за версією International Research & Exchange Board, зробили її однією з трьох найвпливовіших людей на українську молодь в соціальних мережах, в рейтингу найпопулярніша блогерка України за версією читачів сайту ICTV, в 2019 році посіла перше місце.

Авторитетність, надзвичайні професійні здібності, багаторічний досвід, одразу формують зацікавленість істеблішменту і масової аудиторії. На додаток: анонсування програм на чолі з ведучими, свідчить про доцільність створення і розвитку брендингу телепрограм, як промоушн обличчя телекомпаній. Імідж впізнаваного і визнаного журналіста, дозволяє в межах притаманних особистих рис продовжувати творити бренд ще й в соцмережах чи реєструватися на платформах,

залучаючи глядачів до інтерактиву. Така популяризація телевізійників та їхніх проєктів створює всі передумови для конкурування на міжнародному ринку авторів українських форматів і телеведучих авторських програм, які репрезентують «вершину журналістської майстерності та відносин між глядачем і ведучим» [2].

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ромат Є., Іртлач М. Abstract: Бренди телеканалів у системі телевізійних брендів. / Є. В. Ромат, М. О. Іртлач // Щоквартальний науково-інформаційний журнал «Статистика України». – 2015. – №2 (69). – С. 52-55.
2. Котляр С., Федоренко О. Авторська програма – обличчя вітчизняного телебачення / С. Котляр., О. Федоренко // Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. – 2018. – № 1. – С. 5-17.
3. Федоренко О., Капітан Є. Селф-брендінг як засіб позиціонування тележурналіста / О. Федоренко, Є. Капітан // Теле- та радіожурналістика. – 2012. – Вип. 11. – С. 81-87.
4. Шоріна А. Комерціалізація українського телефіру / А. Шоріна // Наукові записки інституту журналістики. – 2007. – Т. 26. – С. 231-234.

*Андрій Калинів*  
(асистент)

### **ЗМІ ЯК ЗАСОБИ МАНІПУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ**

Телебачення за допомогою багатого арсеналу зображально-виражальних засобів має здатність стирати межі між реальністю та псевдореальністю, надавати інформації нових сенсів та інтерпретацій. Мас-медіа не лише інформують, розважають та коментують події, вони володіють потужним маніпулятивним потенціалом, змінюючи наші установки, моделі поведінки та сприйняття дійсності, конструюють нову соціальну реальність, відтак маніпулюють свідомістю та емоціями масового глядача. «Мікроподія, висвітлена в ЗМІ, стає макроподією; макроподія, що не є висвітленою в ЗМІ, стає мікроподією», – наголошує Г. Почепцов [4;104].

О. Зернецька зазначає, що «новини – це життєво важливий компонент у бутті індивідуумів, соціальному житті груп, спільнот і держав. Вони щоденно, кілька разів на добу показують світ у його реальностях [...]»; новини – це поєднання багатьох процесів, завдяки яким «необро-

блена інформація» перетворюється в новий продукт. Під час цього перетворення відбуваються процеси відбору тієї інформації, яка стане новинами, її редагування, посилення, деформування і викривлення, подекуди й маніпуляція нею» [2; 54]. Однак не кожна інформація, навіть суспільно важлива, може бути новиною. «Такою вона стає лише в процесі інформаційного виробництва, тобто її «занурення» в подібний контекст. Важливо, щоб новий факт привносив щось нове у цей контекст, збагачував його, щоб аналізувалися наслідки та перспективи події» [6;293]. Проте часто ЗМІ продукують новини, які не мають важливого змістового наповнення, натомість відволікають увагу громадськості від справді вагомих суспільно-політичних подій. Окрім цього, інформація, призначена для новинної програми, має зазнати лише певної технічної обробки, а не смислового втручання, інакше вона стає не об'єктивною, а маніпулятивною.

Термін «маніпулювання», або ж «маніпуляція» походить від латинського слова *manus* – рука (*manipulus* – пригорща, жменя, від *manus* і *ple* – наповнювати), «*manipulare*» [3;55]. В сучасному трактуванні під цим поняттям розуміємо «мистецтво керувати поведінкою за допомогою цілеспрямованого впливу на громадську психологію, свідомість та інстинкти людини» [3;56], назагал – приховане управління співрозмовником проти його волі.

Медіаексперти, автори дослідження «Телебачення спецоперацій: Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення» справедливо зазначають, що основним матеріалом, за допомогою якого ЗМІ здійснюють свої маніпуляції, є інформація. А інформацію можна сфабрикувати, видаючи її за справжню, спотворити шляхом неповного, однобокого подання, відредагувати, добавивши різноманітні вигадки, інтерпретувати факти у вигідному для маніпулятора світлі, приховати важливу інформацію, якісь суттєві деталі, відбирати факти, відповідно до своєї позиції, опублікувати правдиву інформацію тоді, коли вона вже втратила свою актуальність, неточно процитувати, навівши лише частину фрази або виступу, яка, будучи вирваною з контексту, набуває іншого, іноді протилежного сенсу [5]. Індикаторами маніпуляцій у програмах телебачення є також мова та емоції, способи подачі інформації: мультиплікативність або фрагментація (дроблення), сенсаційність, терміновість (надоперативність), стереотипізація та повторення. Саме повторення і дроблення є ефективними методами закріплення стереотипів в масовій свідомості. В українських реаліях часто спостерігаємо хаотичний принцип подачі повідомлень в межах інформаційного випуску без системної тематичної структурованості, з акцентом на негативні повідомлення, які не мають стосунку до українсько дійсності.

В моменти глибоких криз психологічний захист людини перед потоками маніпуляцій послаблюється, у її світосприйнятті починає

домінувати сфера ірраціонального, що деформує реальну картину дійсності. На думку О. Гоймана, «маніпулятивна інформація є деструктивною засвоєю суттю, адже руйнує особистість, оскільки пропонує і нав'язує поєднання готових моделей із арсеналу масової культури. Ще однією неодмінною умовою вдалої маніпуляції є небажання реципієнтів критично мислити...» [1;55].

Новини повинні бути різноплановими, щоби глядач на основі отриманої інформації міг зробити власні висновки та визначити світоглядні орієнтири. Інтерес громадськості до новин зростає в період резонансних подій та процесів. В сьогоднішніх реаліях медійними викликами для українських ЗМІ, зокрема регіональних, є російсько-українська війна та пандемія вірусної інфекції Covid-19, що є ключовою темою в медійному дискурсі, обрамленою різного роду міфами та маніпуляціями; а в період передвиборчих кампаній, конструюючи образи політичного поля, інформаційні програми перетворюються на повноправних гравців у виборчих перегонах. Однією з форм політичного маніпулювання громадською думкою є формування позитивного іміджу одних політиків та дискредитація інших, що зумовлено також залежністю телеканалів від медіавласників. Приміром, простежуємо негативну тональність у новинах каналів НТА, Перший Західний до чинного мера Львова А. Садового та лояльність тих медіаресурсів (ТРК Люкс), що належать його родині. Ознаки політичної ангажованості в інформаційній політиці призводять до порушення низки журналістських стандартів – балансу думок, відокремлення фактів від коментарів, об'єктивності, повноти тощо. Зокрема, прийоми психологічної війни використовує телеканал НТА при висвітленні актуальної для Львова смітцевої проблеми. Як приклад – прояв однобокості у матеріалі *«Сміттєзвалище у Львові: що далі?»* («Правда. Наживо», 3.02.21). Сюжет спрямований на те, аби емоційно вплинути на глядача, негативно оцінити дії влади в особі міського голови. При цьому журналісти маніпулюють цифрами, оціночними судженнями, спеціально підібраними коментарями експертів (*«платникам податків вояжі непотребу вартують у 350 гривень мільйонів щорічно», «львівське сміття за гроші з бюджету вивозять куди лише можуть», «пошуки сміттярки для влади міста виявились місією нездійсненою», «[...]ї найголовніше, усунути від цього питання пана Садового раз і назавжди, інакше це питання ніколи не буде вирішено»*), не дотримуються балансу думок.

Регіональні мовники застосовують у своєму арсеналі ті ж маніпулятивні методи впливу на аудиторію, що й національні: експлуатація емоцій та страхів (матеріали про коронавірус, пташиний грип тощо), прийоми психологічного шоку (зокрема відео із зали суду, де обвинувачений намагався вчинити самогубство), неналежне емоційне забарвлення матеріалів, повне замовчування інформації або подання важливої інформації як другорядної, «ефект присутності» за допомогою

оперативних та аматорських відео, відсутність різноманітності думок, ідентичність інтерпретацій, коментарі щодо подій одних і тих же осіб, надання преференцій в ефірі представникам певних політичних партій, поширення стереотипів, наклеювання ярликів, використання медіаторів, анонімних авторитетів тощо. Зауважимо також, що вже сама верстка інформаційного випуску містить маніпулятивну складову, оскільки процес добору новин, розміщення матеріалів є суб'єктивним, що залежить від багатьох факторів. Рівень маніпуляцій в інформаційних програмах регіонального телебачення також корелює з суспільно-політичною ситуацією в регіоні.

Важливим чинником нейтралізації та захисту від маніпулювання є діалогічність мислення, створення альтернатив, критичність сприйняття інформації, належний рівень духовної та політичної культури людини.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гойман О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни / О. Гойман // Грані. – 2015. – № 1. – с. 50–56.
2. Зернецька О. Новини vs. Новини. Виборча кампанія в новинних телепрограмах / О. Зернецька, Н. Костенко, В. Іванов. – Київ : ЦВП, 2005. – 212 с.
3. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
4. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Почепцов. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 497 с.
5. Телебачення спецоперацій: Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії. Рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / Н. Лігачова, С. Черненко, В. Іванов, С. Дацюк. – К. : Телекритика, Інтерньюз-Україна 2003. – 266 с.
6. Шпортько О. Маніпулятивний характер впливу телебачення на особистість / О. Шпортько // Наукові записки ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України. – Вип.38. – С. 286–298.



*Тарас Подедворний*  
(асистент)

## СУЧАСНА ТЕЛЕВІЗІЙНА ДОКУМЕНТАЛІСТИКА НА ІСТОРИЧНУ ТЕМУ

Телевізійна документалістика дуже часто ґрунтується на переосмисленні історії, апелює до минулого і намагається подати проєкції у майбутнє. Така особливість цього складного, багатокomпонентного виду журналістської творчості не випадкова. Розвиток документалістики пов'язаний із постійним розвитком історичного мислення широких верств населення, із бажання людей осмислити сучасність як певний визначений відрізок історії, зрозуміти сучасність як частину загального історичного процесу. Відтак телевізійна документалістика перебуває у тісному зв'язку із ростом уваги до історичної тематики. Під час суспільних трансформацій, особливо війни, у людини загострюються онтологічні питання: хто я? якого роду? яке моє коріння? Тому історична інформація стає особливо актуальною. «Спираючись на історію, людям можна прищепити радість, гордощі, самоповагу, і не меншою мірою – ненависть та жадання помсти. Чуття нерозривності з минулим та проєкція у майбутнє поєднують належних до однієї нації людей, охочих дослідити своє коріння й чутливих до колективного виміру своїх життів», – справедливо зазначає М. Гібернау [1;33].

Документалістика ж часто виступає у ролі надійного джерела інформації, попри те, що сьогодні повна довіра до екранного кадру уже не діє. Водночас реалізація широкого актуального запиту суспільства на історичну правду в Україні має свої труднощі та особливості.

Сьогодні ми стикнулися з подвійним викликом. Як зазначає Л. Івшина, «нашу давню історію хочуть присвоїти чужі, а новітню приховують свої» [4]. Тому нам належить ще віднайти ключі до нашого самопізнання і суб'єктності, адже «українці говорити про себе не дуже-то вміють, – десятиліттями, щоб вижити, нам доводилось учитись не говорити, а мовчати» [3; 213].

Про те, що в Україні існує величезний запит на правдиву історичну інформацію свідчить успіх телевізійного документального фільму «Україна. Повернення своєї історії», який підготувала студія каналу «1+1». «У суспільстві дійсно є запит на ті факти із нашої історії, які раніше були відомі лише вузькому експертному колу», – каже автор згаданого фільму Акім Галімов [5].

Однак підготовка якісного документального телефільму доволі тривалий процес. Все ж на українському телебаченні спостерігаємо спроби подати глядачам регулярну аналітику на історичну тему. Тут доречно згадати про документальні аналітичні програми «Історична правда з В. Кіпіані» на телеканалі «Еспресо», «Машина часу» на «5-му»,

«Розсекречена історія» на «UA:Перший». Незважаючи на те, що ці програми не належать до високо рейтингових, все ж вони мають свого стабільного зацікавленого глядача.

В контексті розвитку почуття історичної гідності та самоповаги варто згадати і про цикл коротеньких документальних сюжетів телевізійної програми «Наші» на 24 каналі, що була в ефірі понад 4 роки. За час роботи над телепрограмою було зібрано 500 історій про видатних людей, унікальні винаходи та місця, якими українці заслужено мають право пишатися (команда програми так і називала їх – «пшпалки») [2].

Іншою особливістю сучасної української телевізійної документалістики є те, що чимало теледокументальних проєктів починають паразитувати на темі історії, подаючи її у спектрі сенсаційності, секретності та позірної ексклюзивності. На жаль, тенденція до збільшення розважального контенту не змінюється і, мабуть, швидко не зміниться.

З іншого боку, у країнах Заходу вже давно зрозуміли, що хороший, якісний документальний телепродукт – це справа державного суспільного телебачення. Йдеться про такі компанії як: Бі-Бі-Сі, РТР, «Арте» або суспільне Сі-Бі-Сі в Канаді. В Україні суспільний мовник теж намагається подавати документальний контент, втім, це ще не набуло системного характеру.

Також проблемно залишається безперервне тиражування радянської кримінальної хроніки на каналах групи «Інтер», які глорифікують каральні органи неіснуючої держави. Звичайно, це продовження маніпулятивних технологій засобами теледокументалістики.

Підсумовуючи зазначимо, що сучасна українська телевізійна документалістика на історичну тему попри вдалі телевізійні проєкти і наявність аналітичних програм, все ж залишається високотратуваним, але малорепрезентованим телевізійним продуктом.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гібернау М. Ідентичність нації. Київ: Темпора, 2012. С.304.
2. Єфремова А. Хейтег. Наші на карті світу. URL: <https://starylev.com.ua/club/article/heshteg-nashi-na-karti-svitu>
3. Забужко О «І знову влізаю я в танк...». Вибрані тексти 2012-1016: статті, есе, інтерв'ю, спогади. Київ: Комора, 2016. С.416.
4. Свентах А. Документалістика з голосами героїв. День. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/dokumentalistyka-z-golosamy-geroyiv>
5. Творці фільму «Україна. Повернення своєї історії» вже готують продовження. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/tvorci-filmu-ukrayina-povernennya-svoyeyi-istoriyi-vzhe-gotuyut-prodovzhennya-802035.html>

Софія Крушельницька  
(аспірантка)

## ЗМІ ФРАНЦІЇ ПРО ВІЙНУ НА СХОДІ УКРАЇНИ

Від політичної ситуації в державі залежить як рівень розвитку та демократичність інформаційних потоків, так і зростання позитивного іміджу. Саме ці показники і є умовою стабільності країни та її успіху на міжнародному рівні. Адаже позитивний образ країни та її громадян у країнах світової спільноти – потрібен, передусім, для реалізації національних інтересів. Зокрема, зупинимось на огляді ЗМІ Франції.

Сьогодні на порядку денному – створення захищеного, стабільного та проукраїнського інформаційного простору в межах держави та за кордоном. Аби утвердити позитивний імідж, необхідно проаналізувати, що саме говорять про суспільно-політичні події в Україні французькі ЗМІ. Наше завдання – зрозуміти слабкі та сильні сторони образу України та створення чітких рекомендацій для розвіювання міфів й стабілізації іміджу в світі.

Статті з «українськими питаннями» в ЗМІ Франції дещо «неоднорідні»: після певної паузи і відсутності повідомлень щодо України – з'являється значна кількість статей. Впливають на це, звичайно, суспільно-політичні зміни в нашій державі, а також у міжнародних відносинах [2]. Помаранчева революція 2004 р. на деякий час змінила на краще ставлення світу до українців. Ставлення французів до України відповідає феномену «стрічки Мебіуса», коли можна спокійно переходити з одного боку на інший, від екзальтації до упередження і навпаки. За словами професора Філіппа де Лара, ЄС та його члени перебувають зараз в глибокій кризі – кризі ідентичності. Проте українські військові та волонтери відіграли найважливішу роль у формуванні іміджу України, оскільки зуміли відстояти суверенітет України та продемонструвати, що вона існує [1].

Коли ми говоримо про початок російсько-української війни на Сході України, то французькі ЗМІ теж дуже швидко підхопили цю новину. Та, в принципі, вони зацікавлено спостерігали за подіями в Україні після Майдану, тому дуже емоційно реагували на анексію Криму. Що стосується війни на Донбасі, як її називає більшість видань, то загальнонаціональні французькі ЗМІ підтримували Україну та засуджували у своїх матеріалах Росію, і, зокрема, Путіна. Незважаючи на те, що будь-який конфлікт викликає негативне ставлення до сторін, які стали його учасниками, французи все ж відкрито писали, що конфлікт розпочала Росія. Стаття : «Україна: Росія схвалює звернення до зброї», якраз про те, що російська армія готова до мобілізації в Україні, і саме Путін виступає антигероєм. У цій же статті Кличко закликає до загальної мобілізації, кваліфікує її як російську агресію, а тодішній

прем'єр Яценюк закликає агресора відкликати свої війська. Та водночас ЗМІ пишуть про те, що на Сході України відбувається безліч про-російських маніфестацій в підтримку війни [4].

Ще однією дуже демонстративною реакцією на події в Україні стала стаття «Людська драма і економічна трагедія: війна в Україні в 5 цифрах». Автор пише: «3360 смертей українців і це не враховуючи сепаратистів та російських військових...». Проте рішення французи бачать саме в компромісі і звинувачують також і Київ у тому, що війна триває. Та з часом про війну практично забувають, бо як і після Майдану Україна все ще не завершила реформи, не повернула свої землі і не зняла недемократичних лідерів [3].

Ми ніби знаходимося у постійному перехідному періоді, який руйнує старі канони та стереотипи, проте, не до кінця формує нові. У списку наших позитивних рис: європейські цінності, демократичність, наявність прозахідного лідера, прагнення вступити в ЄС та звільнитися від диктатури Росії, а також початок реформ. Та найважливішим у цьому процесі є правильне висвітлення подій в Україні та підтримка інтересу до українського питання. Саме тому ми повинні оберегати та розвивати власний інформаційний простір.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Жовтко, Г. (2016) «Образ України за кордоном як “стрічка Мебіуса”», Громадській простір, 27 грудня 2016, доступно за адресою URL : <https://www.prostir.ua/?focus=obraz-ukrajiny-za-kordonom-yak-strichka-mebiusa>
2. Карлова, В.В. «Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості», доступно за адресою URL : <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>
3. Damge, M. (2014) “Drame humain et effondrement économique : la guerre en Ukraine en 5 chiffres”, *Le Monde*, 20 octobre 2014. URL : <https://www.lemonde.fr/ukraine/>
4. Smolar, P. (2014) “Ukraine: la Russie approuve un “recours a l’armee””, *Le Monde AFP et Reuters*, 01 mars 2014. URL : <https://www.lemonde.fr/ukraine/>

Володимир Антонов  
(аспірант)

## ПОРІВНЯННЯ СТРАТЕГІЙ СТВОРЕННЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА BBC ТА NETFLIX

Документальні фільми – сучасне джерело інформації про світ. Чи не найуспішнішими майстрами своєї справи стали документалісти BBC та Netflix. Логічно, що нам варто спертись на досвід тих, хто в авангарді. Та, на жаль, немає ґрунтовної праці, яка могла б побудувати міст порозуміння між професіоналізмом закордонних мадіакорпорацій та українськими документалістами.

Працювати доводиться на неораній ниві, щоправда, деякі висновки вже зроблені. Так, статут британської медіаконпанії стверджує, що основними цінностями, на які спитаються документальні фільми BBC є: *свобода вираження, незалежність, інтерес громадськості, чесність, справедливість, точність, неупередженість, ідея захищеності вразливих груп суспільства, приватність.*[1] Перевірити відповідність статуту до реального стану справ бралися такі дослідники, як *Л. Кертіс, Т. Бун, Д. Фернандез-Беллон, Дж. Фонт, Д. Лі, В. Джені, П. Шлезінгер, Дж. Вієра*, та інші.

Ця доповідь розглядає документальні програми з позиції форми та змісту. Сценарій – чи не найважливіша складова документального контенту. Про це знають британські медійники, які пишуть чудові, злободенні сценарії, в яких намагаються не забувати про ті статутні цінності BBC, що згадувалися раніше. Це чудово ілюструє ситуація з документальним фільмом «На межі об'єднання» (At the Edge of Union). Фільм розкриває тему протистояння ірландців та британців. І, попри екстремізм перших, BBC не намагалась демонізувати ірландських лідерів. Через це уряд Маргарет Тетчер вирішив накласти заборону на стрічку, але британські медійники не лише змогли відстояти право показати свою роботу громаді, на користь якої працюють, але і визнали, що потрібно трішки змінити документальну картину, аби справді фільм не спричинився до негативних наслідків.

Відверто кажучи, сценарії у BBC не завжди ідеальні. У своїй праці «Чи документальні фільми Девіда Аттенборо допомагають природному середовищу?...» Даріо Фернандез-Беллон критикує відомого режисера за те, що у деяких своїх роботах кінематографіст занадто мало часу виділяє проблемам природнього середовища. Тому попри те, що глядачі щиро рефлексують на стрічки Аттенборо, аудиторія не відгукнулася на тему, пов'язану з проблемами навколишнього середовища, останній було присвячено усього 6% етерного часу. [2]

Щодо платформи Netflix, то там можна переглянути чудові, з точки зору сценарію і не лише, документальні стрічки на теми, які стосуються політики (*WINTER ON FIRE Ukraine's fight for freedom*), гострих суспільних проблем (*The Girls wanted*), навколишнього середовища (*Our Planet*), тощо. Нестрога цензура платформи робить її змістове наповнення сміливішим за творчість британців. Хоробрість і відданість ідеї зробили Netflix безперечним авторитетом. І, якщо українські журналісти теж хочуть бути авторитетними, то повинні повчитися тієї сміливості говорити те, про що не можуть мовчати.

Також, якщо українські фільммейкери хочуть бути конкурентноздатними, вони повинні усвідомити, що зараз будь-який фільм повинен бути кінематографічним. Ось що про це каже Чадден Хантер: «*ми намагаємось конкурувати з такими речима, як «Гра Престолів», «Картковий будинок», ми хочемо використовувати кожну технологію, від картинок до звуку та методів сторітеллінгу, щоб фільм став справді драматичною і емоційною мандрівкою...»*. [3] BBC створює дуже кінематографічну документалістику про природу. З іншого боку, багатьом документальним фільмам BBC на інші теми дуже бракує кінематографічності.

Якщо говорити про форму документального контенту Netflix, то ці спеціалісти і тут зуміли перевершити BBC, адже чи не кожне їхнє документальне кіно – це захоплива мандрівка у пошуках правди. Гляньмо на кадри з таких фільмів, як «Останні царі». Це справжній голлівудський фільм, що ілюструє слова істориків, їхні коментарі, результати їхніх досліджень.

В кінці хочу підсумувати ці тези думкою про те, що секретом документалістики BBC та Netflix є актуальна тема, яка розкривається через сміливий сценарій та, з іншого боку, форму документального фільму, без якої зміст не зможе бути сприйнятий аудиторією.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Section 1: The BBC's Editorial Standards. URL: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/editorial-standards> (accessed 23 February 2021)
2. Fernandez-Bellon D. Do David Attenborough documentaries help the natural world? New research gives cause for hope. URL: <https://theconversation.com/do-david-attenborough-documentaries-help-the-natural-world-new-research-gives-cause-for-hope-125077> (accessed 23 February 2021)
3. Fong J., Lee D. How the BBC makes wildlife films that look like Hollywood movies. URL: <https://www.vox.com/videos/2017/2/20/14650348/making-of-planet-earth-2>

## ЗМІСТ

### ПІДСЕКЦІЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ЖУРНАЛІСТИКИ

<b>Іван Крупський.</b> ІВАН ФРАНКО ПРО МОСКВОФІЛЬСЬКУ ПРЕСУ ГАЛИЧИНИ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «БЕСЕДА») ....	3
<b>Михайло Присяжний.</b> ВИСОКА МІСІЯ ПРЕСИ ПЛАСТУ В ЕМІГРАЦІЇ .....	5
<b>Юрій Васьківський.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАННЯХ .....	7
<b>Мар'ян Лозинський.</b> ПОЧАТКИ НАУКОВОЇ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ В 1945-1947 РОКАХ .....	10
<b>Мирослава Рудик.</b> ОБРАЗ УКРАЇНИ У ПУБЛІЦИСТИЦІ ОКСАНИЗАБУЖКО .....	12
<b>Ігор Скленар.</b> НОВІ ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ МЕДІА- РЕСУРСІВ УГІКЦ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ В 2020 РОЦІ .....	14
<b>Наталія Гадьо.</b> ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ (НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ В УКРАЇНІ .....	17
<b>Тетяна Війтович.</b> ЕКОНОМІЧНА ТЕМАТИКА В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ .....	19
<b>Яніна Чайківська.</b> ПРОБЛЕМА ДОВІРИ ДО РІЗНИХ ТИПІВ ЗМІ У СУЧАСНИЙ ПЕРІОД .....	21
<b>Олена Шулим.</b> ЖУРНАЛІСТСЬКЕ РОЗСЛІДУВАННЯ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ .....	24

### ПІДСЕКЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

<b>Олег Романчук.</b> ПУБЛІЦИСТИКА ВОЄННОГО ЧАСУ: ПИСЬМЕННИКИ І ЖУРНАЛІСТИ ПРО ВІЙНУ І МИР .....	27
<b>Тетяна Слотюк.</b> ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю У РЕЛІГІЙНІЙ ГАЗЕТИ «УСПЕНСЬКА ВЕЖА» .....	30
<b>Зоряна Величко.</b> ІСТОРІЯ ЯК ПОЛІТИЧНИЙ АРГУМЕНТ: ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ГОЛОДОМОРУ В СУЧАСНИХ ЗМІ .....	34

<b>Степан Кость.</b> ТВОРЧИСТЬ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: КАНОНІЧНІСТЬ ПОНЯТТЯ ЧИ ЕВОЛЮЦІЯ ЗМІСТУ? .....	36
<b>Галина Яценко.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНОЇ МЕДІАСФЕРИ ПІД ВПЛИВОМ КОРОНАВІРУСНОЇ ПАНДЕМІЇ (за матеріалами праці Георгія Почепцова «Коронавірус: як змінюється наша свідомість і майбутнє») .....	41
<b>Юлія Присяжна-Гапченко.</b> ЖУРНАЛ «УКРАЇНСЬКИЙ ГОСПОДАР» У РЕПЕРТУАРІ УКРАЇНСЬКОЇ ПОВОЄННОЇ ЕМІГРАЦІЙНОЇ ПРЕСИ .....	43
<b>Оксана Бабенко.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕЛІГІЙНИХ МЕДІА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ НА ПРИКЛАДІ САЙТУ «КАПЕЛАНСТВО.INFO» .....	46

ПІДСЕКЦІЯ НОВИХ МЕДІА

<b>Павло Александров.</b> НЕЛІНІЙНИЙ СТОРІТЕЛІНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНИМ ФОРМАМ МЕДІЙНОГО НАРАТИВУ .....	47
<b>Людмила Павлюк.</b> МОДЕЛІ АРГУМЕНТАЦІЇ В ОНЛАЙНОВОМУ АНАЛІТИЧНОМУ ТЕКСТІ .....	49
<b>Yuriy Zaliznyak.</b> CHANGING NORMALITY OF STANDARD IN MODERN JOURNALISM .....	51
<b>Юліана Лавриш.</b> ПРОЕКТ ІЗ УДОСКОНАЛЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ DESTIN У ЛЬВІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА: ДИЗАЙН НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМ ТА ПОКРАЩЕННЯ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ .....	54
<b>Катерина Чубенко.</b> ЛІТЕРАТУРНА КРИТИКА В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМАТУ .....	56
<b>Леся Бурич.</b> ВОЄННА ТЕМАТИКА В УКРАЇНСЬКІЙ КОЛУМНІСТИЦІ .....	58
<b>Наталія Габор.</b> ЖУРОСВІТА В КОНТЕКСТІ ЗМІН ТА МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ .....	60

ПІДСЕКЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

<b>Мар'ян Житарюк.</b> МІСЦЕ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАЗНАВЦІВ У СУЧАСНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ РОБОТАХ .....	63
---	----



<b>Тарас Лильо.</b> РОСІЙСЬКА ІДЕОЛОГЕМА «ПЕРЕМОГА» В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ІНТЕРПРЕТАЦІЯХ ГАЛИНИ АККЕРМАН .....	64
<b>Тетяна Хоменко.</b> ЕТИЧНА Й ДЕОНТОЛОГІЧНА РЕКОНФІГУРАЦІЯ ПОНЯТЬ «ЖУРНАЛІСТИКА» І «ЖУРНАЛІСТ» В УМОВАХ НОВОЇ ЦИФРОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА КОМУНІКАТИВНОЇ РЕАЛЬНОСТІ .....	66
<b>Ольга Квасниця.</b> СЕНСОЖИТТЄВІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ З РІЗНОЮ СПРЯМОВАНІСТЮ ОСОБИСТОСТІ .....	69
<b>Юрій Мельник.</b> МЕДІЙНА АКТИВНІСТЬ РОСІЙСЬКОЇ МОЛОДІЖНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ «ЮНАРМІЯ» НА УКРАЇНСЬКИХ ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ .....	71
<b>Андрій Мельник.</b> ІДЕЯ ПРОГРЕСУ У СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ .....	73
<b>Тарас Балда.</b> ПУБЛІЦИСТИЧНА ТА РЕДАКТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ СВЯТОСЛАВА ГОРДИНСЬКОГО .....	75
<b>Марта Стельмах.</b> ЗНАЧЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В ДЕРЖАВОТВОРЧИХ ПРОЦЕСАХ УКРАЇНИ .....	78

ПІДСЕКЦІЯ МОВИ ЗМІ

<b>Марія Яцимірська.</b> СУЧАСНІ ВИМІРИ ПЕРСВАЗИВНОГО ТЕКСТУ .....	80
<b>Христина Дацишин.</b> НОРМИ НОВОЇ РЕДАКЦІЇ «УКРАЇНСЬКОГО ПРАВОПИСУ» В МОВНІЙ ПРАКТИЦІ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ .....	82
<b>Анатолій Капелюшній.</b> ТРАНСФОРМУВАННЯ СЛОВОФОРМ ЗА ЇХ СПОНТАННОГО ТВОРЕННЯ В ПРЯМОМУ ТЕЛЕТЕТЕРІ .....	85
<b>Любов Конюхова.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПІДВОДКИ НОВИННОГО ТЕКСТУ .....	87
<b>Богдан Маркевич.</b> ТЕКСТИ ШИРОКОГО ФОРМАТУ В СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ .....	89
<b>Наталія Більовська.</b> ФЕНОМЕН ГІПЕРТЕКСТУ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, ФУНКЦІОНУВАННЯ У ЗМІ .....	92
<b>Андрій Яценко.</b> ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЧАСІ ПАНДЕМІЇ: ВИКЛИКИ І РЕЗУЛЬТАТИ .....	94

ПІДСЕКЦІЯ РАДІОМОВЛЕННЯ І ТЕЛЕБАЧЕННЯ

<b>Василь Лизанчук.</b> ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-ГУМАНІТАРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ, ФУНКЦІОНУВАННЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ .....	96
<b>Олександра Сербенська.</b> ДО ХАРАКТЕРИСТИКИ МОВОЗНАВЧИХ ПОГЛЯДІВ ІВАНА ФРАНКА .....	98
<b>Оксана Білоус.</b> ІСТОРИЧНА ПРАВДА В ТЕЛЕ- І РАДІОЕФІРІ – ДЖЕРЕЛО УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ .....	100
<b>Наталія Лебеденко.</b> КОНСТРУКЦІЇ З ПРИЙМЕННИКОМ З (ІЗ, ЗІ, ЗО) В УКРАЇНСЬКОМУ ПУБЛІЧНОМУ ТЕКСТІ .....	102
<b>Ярослав Табінський.</b> ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ПАНДЕМІЇ В МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНСЬКИХ ФОТОРЕПОРТЕРІВ) .....	105
<b>Леся Борис.</b> БРЕНДИНГ АВТОРСЬКИХ ПРОГРАМ В ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ .....	107
<b>Андрій Калинів.</b> ЗМІ ЯК ЗАСОБИ МАНІПУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ .....	109
<b>Тарас Подедворний.</b> СУЧАСНА ТЕЛЕВІЗІЙНА ДОКУМЕНТАЛІСТИКА НА ІСТОРИЧНУ ТЕМУ .....	113
<b>Софія Крушельницька.</b> ЗМІ ФРАНЦІЇ ПРО ВІЙНУ НА СХОДІ УКРАЇНИ .....	115
<b>Володимир Антонов.</b> ПОРІВНЯННЯ СТРАТЕГІЙ СТВОРЕННЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА BBC ТА NETFLIX .....	117



Наукове видання

## **Перспективи і тенденції розвитку ЗМІ в Україні та світі**

Збірник матеріалів звітної наукової конференції  
за 2020 рік (секція «Журналістики»)

Упорядник та відповідальний за випуск –  
*кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри мови ЗМІ  
Андрій Яценко*  
Комп'ютерне складання –  
*Ігор Полянський, Вікторія Бохонко*

**Друк:** ТзОВ “Простір-М”  
Свідоцтво ДК № 5068 від 22.03.2016 р.  
79000, Львів, вул. Чайковського, 8  
Тел.: (032) 261-09-05  
e-mail: prostir.druk@gmail.com