Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики

Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства

ЗБІРНИК
матеріалів звітної наукової конференції за 2021 рік
(секція «Журналістики»)

Львів – 2022

УДК070(06)
А 43

Рекомендувала Вчена рада факультету журналістики
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол №1 від 23 серпня 2022 року).

Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства : збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2021 рік (секція «Журналістики») / упоряд. Андрій Яценко. Львів: Простір-М, 2022. 104 с.

У збірнику опубліковано тези доповідей (в авторській редакції) звітної конференції науковців факультету журналістики за 2021 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, 2022
© Простір-М, 2022

Іван Крупський
(д. і. н., професор)

УКРАЇНСЬКА ПРЕСА НАДДНІПРЯНЩИНИ ПІСЛЯ РЕВОЛЮЦІЙНОГО ПІДНЕСЕННЯ 1905-1906 РР.

Після революційного піднесення 1905-1906 рр. в імперії знову починає лютувати реакція. Царат не хотів здаватися. На пресу починаються нові гоніння.

Уряд ніби й офіційно не забороняв видавати українські газети, але робив інші спроби, аби вони не потрапляли до рук читачів. З цією метою чинилися, наприклад, перепони при передплаті українськомовних видань. Так, 27 січня 1907 р. було видано секретний циркуляр, в якому вказувалося на необхідності затримувати на пошті і передавати місцевим губернаторам періодичні видання, що надходили до волосних управ. Підкреслювалося, що при цьому особливу увагу треба звертати на українськомовну періодику [1, арк. 21].

Та попри це все ж видається низка українськомовних видань. Зокрема, вдало репрезентував українську національну ідею перенесений на Наддніпрянщину зі Львова «Літературно-науковий вісник», перше число якого побачило світ у Києві 1907 р. На його вихід відразу ж зреагував київський губернатор, повідомивши до цензурного комітету, що «Малоросійський літератор Грушевський переносить видання редагованого ним журналу з Львова до Києва, щоб активізувати агітацію проти єдності малоросів з російським народом» і рекомендував пильно стежити за журналом (тут і далі переклад з російськомовних архівних джерел наш. – І. К.) [2, арк. 3].

Однак, скориставшись оголошенням в Києві воєнного стану, вже після першого числа губернатор ухвалив: «Зважаючи на шкідливий і тенденційний напрям журналу, призупинити його вихід до закінчення в Києві воєнного стану» [3, арк. 8]. Та попри це М. Грушевському все-таки вдалося оминути ці перепони, і незабаром у світ вийшло чергове число журналу, видання якого вдалося утримати до Першої світової війни. Щоправда, за цей час неодноразово часопис піддавався конфіскації, а видавці журналу не лише штрафувалися, а й притягалися до кримінальної відповідальності [4, арк. 423].

Особливо дошкуляли владі публікації М. Грушевського, діяльність якого знаходилася під пильним наглядом поліції: «Проф. Грушевський – українець, націоналіст, який користується популярністю

серед українського народу як в Києві, так і кордоном, в Галичині», – зазначалося у поліцейських документах [5, арк. 119].

У багатьох публікаціях М. Грушевського знаходимо грунтовні відповіді на питання, які й нині актуальні. Скажімо, і досі з росії нерідко чуємо постулати про якусь «слов'янську єдність», а оцінку такій «єдності» дав М. Грушевський в одній із статей, надрукованій в 42 числі журналу за 1907 р., де довів, що коли «російська суспільність буде підтримувати політику «обрусенія українців, а польська систему національного гніту над нами.., слов'янське братерство – се така ж злобна іронія над дійсністю, що й трудно вимовити се слово так, аби воно не звучало як гіркий глум».

З квітня 1907 р. у Києві почав видаватися український соціал-демократичний тижневик «Слово», редактором якого стала О. Корольова. Однак постійні конфіскації, тяжкі фінансові умови змусили запросити до редагування тижневика досвідченого журналіста. Так з 20 жовтня 1907 р. редагувати часопис почав С. Петлюра, який, окрім цього, сам «писав легко і швидко» [6, с. 19].

Хоча тематика публікацій С. Петлюри найрізноманітніша – українське відродження, російсько-українські відносини, проблеми робітничого руху, військова справа тощо, перевагу він надавав матеріалам, які будили національну свідомість народу. Водночас журналіст розвінчував «ура-патріотів», які лише «балакають», а коли їх кличуть до роботи, то «ховаються за спину» [7, арк. 8].

Окрім С. Петлюри дописував до часопису Д. Донцов, однак це тривало недовго, бо вже в липні 1907 р. він «потрапив під нагляд поліції у Києві під псевдонімом «Коровський» як член місцевої воєнної організації партії соціалістів-революціонерів і 18 липня цього ж року був заарештовний» [8, арк. 3]. Звісно, що після цього видання журналу не мало перспектив, і на 23 числі, до чого ще також спричинилися матеріальні труднощі, закінчилася історія «Слова».

Відтак до 1909 р. в інформаційному полі, яке формували українські видання, було затишшя – жодні українськомовні часописи не мали можливості доносити слово правди до своїх читачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Центральний державний історичний архів України у Києві. – Ф. 1439 (матеріали Чернігівського губернського жандармського управління), оп. 1, спр. 1344.
2. Там само. – Ф. 295 (матеріали редакцій українських часописів), оп, 1, спр. 20.
3. Там само. – Ф. 295 (матеріали редакцій українських часописів), оп. 1, спр. 20.

4. Там само. – Ф. 442 (канцелярія Київського, Подільського і Волинського генерал-губернатора), оп. 859, спр. 19.
5. Там само. – Ф. 2759 (матеріали Київського охоронного відділення), – оп. 1, спр. 1986.
6. Садовський В. Український тижневик «Слово» // Тризуб. – 1947. – № 22.
7. Центральна наукова бібліотека ім. В. І. Вернадського, відділ рукописів. – Ф. 170 (заяви про потреби української преси), спр. 558.
8. Центральний державний історичний архів України у Києві. – Ф. 274 (матеріали Київського жандармського управління), оп. 5, спр. 42.

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

ПРИЧИНКИ ДО БІОГРАФІЇ ЖУРНАЛІСТА ЗЕНОНА ПЕЛЕНСЬКОГО

Імені Зенона Пеленського заслужено належиться одне з провідних місць у списку найвидатніших українських журналістів ХХ століття. Його журналістська і публіцистична спадщина заслуговують на різнобічні дослідження і включення їх в історико-культурний і науковий обіг. Важливо написати повну біографію Зенона Пеленського, що уможливить глибше пізнати природу його творчості, зрозуміти витоки його громадянського і політичного темпераменту дозволить оцінити висновки та узагальнення в його журналістському та публіцистичному доробку. 7 травня 1969 р. він складає у стислій формі свій життєпис на замовлення редколегії «Енциклопедії українознавства», копія якого збереглася у моєму архіві і заслуговує на оприлюднення в контексті нашої теми.

«Зенон Пеленський, журналіст, громадський і політичний діяч. Нар. 26.7.1902 р., в Тулиголовах, пов. Рудки, Галичина. Батьки: нар. учителі, в рр. 1904-37 в Ходорові.

Освіта: укр. гімназії 1913-1921 в Рогатині, Львові і Перемишлі; 1922/28 університет Фрідріха-Вільгельма (історія, соціологія, нар. господарство), одночасно Журналістично-Науковий Інститут у Берліні. Участь в курсах студій Українського Наукового Інститут в Берліні, в цих рамках вивчання доктрини Вячеслава Липинського (окремі семінарі під його особистим керівництвом).

Військо: 1919 – член УГА; 1929/31 в польській школі підхорунжих в Ярочині, на Познанщині; в лист. 1931 усунений з рядів польської армії.

Професійний шлях: 1926/28 кореспондент львівського щоденника «Діло» в Берліні, постійний співробітник журналу «Розбудова Нації» в Празі; 1928/29 гол. ред. тижневика «Український Голос» в Перемишлі; 1936/38 гол. ред. офіціозу УНДО, тижневика «Свобода», 1938/39 гол. ред. щоденника «Новий Час» у Львові; з 1946 р. гол. ред. тижневиків «Українська Трибуна» і «Український Самостійник» у Мюнхені; з 1951 р. вільний дописувач у ряді українських газет і журналів в Зах. Європі і Америці; 1955/67 співробітник у складі укр. редакції «Радіо Свобода» у Мюнхені.

Політичний шлях: постійно прихильник укр. національно-демократичного напряму. 1929 р. член-співзасновник Організації Українських Націоналістів (І Конгрес ОУН у Відні); 1932/35 польський політичний в'язень (у Львові і Тернополі); 1936/39 член УНДО; з 1939 р. вільний публіцист, без організованої політичної і партійної приналежності.

В рр. 1967/69 голова «Спілки Українських Журналістів» у Німеччині».

Укладачі «Енциклопедії українознавства» використали лише частину поданої автобіографії, яка стосувалася професійної діяльності Зенона Пеленського (Див.: «Енциклопедія українознавства» //Словникова частина, В-во «Молоде життя». – Т.5. – С.1977).

Чимало біографічних даних можна почерпнути з великої епістолярної спадщини Зенона Пеленського, яка, в основному, знаходиться в архіві Українського Вільного Університету (Мюнхен, Німеччина). Звернемо уваги лише на два листи, написані ним у травні 1946 року до відомих українських еміграційних діячів у США. Звертаючись до доктора Романа Олесницького з Нью-Йорку «вельмишановний і дорогий друже» автор підкреслює, що» пише Вам редактор Зенон Пеленський, колись зі «Шляху Нації», потім «Свободи» і, нарешті, в 1938/1939 рр., в останньому році перед війною, начальний редактор «Нового часу» в концерні Івана Тиктора». У листі багато цікавого матеріалу: довідуємося і про вуйка, маминого брата Уільяма Джедроя, «який до 1939 року жив в Атлантик Сіті, але вже в тому часі був досить старий», і про сім'ю – жінку з двома дітьми, 10-літньою донечкою і 7-літнім сином, які перебували в Австрії в таборі для переміщених осіб в Ландеку (Тироль, французька окупаційна зона). З. Пеленський просив Р. Олесницького вислати афідавіт (виклик, запрошення до США), бо «хотілось би поза всім іншим нарешті вискочити з тієї проклятої, розваленої Німеччини, де усе завмерло, нічого не діється, людина просто дуситься у безнадійности і безперспективности». У листі багато одкровень і зовсім невідомих біографічних фактів:

«В час війни я стояв на становищі, що чесний український публіцист або повинен чесно писати, або – коли цього не може – повинен чесно мовчати. Тому що при совєтському і так само при німецькому

режимі, не було можливості чесно писати, отже я мовчав. За минулих 6 літ не появилося ані одного мого друкованого рядка. Я був ревізором при цукроварнях, якимсь начальником канцелярії, коли хочете навіть чимось в роді старшого возьного, але тримався здалека від всякої «діяльности». В Галичині я не жив, бо боявся постійно денунціації за мою відому гостру протигітлерівську книжку, написану ще 1938 р. в польській мові; може собі її існування пригадаєте. Війну перебував найбільше в Люблині і в Києві».

Майже одночасно звернувся З. Пеленський з проханням про афідавіт (24.05.1946) до доктора Еміля Л. Гарасима у Філадельфії, з яким познайомився особисто у липні 1945 року в австрійському місті Інсбрук. Е.Л.Гарасим саме тоді зустрічався з українською громадою за дорученням американських урядових окупаційних властей. У листі Зенон Пеленський виклав такі деталі своєї біографії:

«Маю тепер 43 роки. По професії я журналіст і письменник. Перед війною мене вважали за одного з найбільш популярних українських журналістів в Галичині. Я служив в Українській Галицькій Армії підчас визвольної війни в 1918/1919 роках, а потім терпів кілька років від поляків. Я був начальним редактором кількох українських періодиків: тижневика «Український Голос» в Перемишлі (1929/1931), потім місячника «ШЛЯХ НАЦІЇ» у Львові (1935/1937), потім тижневика «СВОБОДА» у Львові (1937/1938), і, нарешті, начальним редактором найбільш поширеного щоденника в Галичині «НОВИЙ ЧАС» у Львові (1938/1939).

Видав я теж кілька книжок. В часі війни я так само рішуче спротивлявся большевизмові як і нацизмові на Україні і в часі пакування цих двох режімів на українській землі був примушений як публіцист замовкнути вповні і за шість літ не надрукував ані одного рядка. Я був два рази арештований гітлєрівцями, але мені якось пощастило уникнути концентраційного табору. В часі війни я був книговим ревізором і працював у цукроварстві. Від 1943 року я як колишній український вояк поставив себе до розпорядження У.П.А. (Українська Повстанська Армія), яка в тому часі виступила до активної збройної боротьби проти німців.

Я одружений з українкою і маю двоє дітей: дочку 10 і сина 7 років. Жінка з дитиною перебуває в UNRRA Camp for DP, – Landeck, Tirol, Austria. – French Zone. – Одначе наразі буду їхати до Америки с а м, а решту родини ще покищо залишу в Європі. Щойно коли б мені пощастило б стабілізувати себе в Америці, потягну решту родини за собою. Таким чином йшло б про те, щоб потрібний афідавіт Ви вислали тільки для мене самого.

Крім української, польської, російської, німецької мови, якими говорю і пишу однаково плинно, також вже цілком добре володію англійською а почасти і французькою. Гадаю, що один рік побуту серед

американців вповні мені вистарчить, щоб вигладити мою англійську мову настільки, щоб могти працювати не в українській але а н г л і й с ь к і й американській пресі, а таку власне маю амбіцію».

Укладена в хронологічному порядку епістолярна спадщина (З. Пеленський зберігав копії надісланих листів) містить багато деталей, оціночних суджень, характеристик сучасників… Вона мусить бути грунтовно досліджена при написанні повного життєпису журналіста. Зенон Пеленський помер 30 жовтня 1979 р. і похований на цвинтарі «Вальдфрідгоф» у Мюнхені.

Юрій Васьківський
(к.філол.н., доцент)

СУЧАСНИЙ СТАН РІВНЯ СВОБОДИ ПРЕСИ В УКРАЇНІ ОЧИМА МЕДІАЕКСПЕРТІВ

Українське демократичне суспільство не здатне повноцінно розвиватися без свободи преси, адже можливість журналістів відкрито говорити про злободенні явища політичного, економічного, культурного, соціального життів позначається на свідомості громадян, їхніх прагненнях та ракурсі розвитку нації загалом. Свобода преси, свобода слова та захист прав журналістів у демократичному суспільстві закріплюється на законодавчому рівні, а також механізми їхнього захисту. Проте суто цього недостатньо. Ці права повинні закріплюватися й на практиці, більше того, їх наявність та захист має зумовлюватися соціальними потребами громадян.

Розвиток демократії залежить від унікального співвідношення чинників, що складається на певний момент в конкретній країні або у регіоні. А разом із тим, проявитися і стати вирішальними для забезпечення успіху можуть історичний досвід, культура, передовсім політична.

Щоб демократія вкорінилася у суспільство, як нова діюча система влади, важливо не тільки зрозуміти сутність її основних принципів, а й дотримуватись їх самостійно, без всесильної влади і з повнотою відповідальності за неї. Україна належить до держав, що не надто відзначаються демократичною традицією. Протягом періоду радянського тоталітаризму в нашій країні не розвивали елементи особистих свобод, фактично громадяни не мали правової держави, не брали участі в її управлінні. Тільки після того, як українці здобули незалежність, пріоритетними принципи побудови демократичної держави стала воля народу.

Але разом із цим дослідники наголошують, що підґрунтям формування демократичного суспільства в Україні є: розширення економічної свободи; радикальна зміна інститутів суспільства, усієї системи цінностей і психології людей, що успадкували наслідки тоталітарної системи; підвищення рівня політичної відповідальності та політичної культури громадян; встановлення ефективного контролю суспільства над політикою еліти; подолання економічних проблем. До цього переліку неодмінно варто додати свободу преси, що була відсутньою у будь-яких її проявах у тоталітарному радянському суспільстві [1].

Сьогодні медіа стали незамінною частиною життя українців, при чому не тільки їх друкований еквівалент, а й електронні медіа, адже з допомогою телефону або ноутбука кожен, незважаючи на час доби або географічне розташування, може переглянути свіжі новини у зручний спосіб.

Специфікою розвитку сучасного суспільства є стрімкий розвиток засобів масової комунікації. Цей процес надає можливість швидкого розповсюдження інформації у суспільстві. Інтернет у наш час став своєрідним медійним середовищем, завдяки якому відбувається глобальний обмін інформацією. Окрім того всесвітня павутина не обмежує у просторі для публікацій так, як скажімо періодика, адже кожна газета має чітко визначену кількість сторінок, а Інтернет-ЗМІ мають змогу публікувати довільну кількість матеріалів. Значною перевагою мережі порівняно з традиційними медіа є й оперативність. Завдяки цьому та ряду інших причин Інтернет-журналістика розвивається з усе більш швидкими темпами й приваблює дедалі численнішу аудиторію.

Медіа-аудиторія має цілу низку важливих характеристик. У глобалізованому інформаційно-комунікаційному суспільстві масова аудиторія набула принципово нових поведінкових ознак. Це пов'язано насамперед зі стрімким розвитком цифрових мультимедійних технологій, новітніх медіа (соціальних мереж тощо).

Отже, із часом змінюється не тільки система ЗМІ, як підсистема суспільства, а і їхня аудиторія, котра, незважаючи на свою незібраність, розпорошеність, розсіяність, також може розглядатися, як відносно цілісна соціальна система.

Однією з демократичних свобод, визначених Конституцією України, є також свобода слова, яка розглядається не тільки як сама по собі, а й як свобода преси. Стаття 34 Основного Закону України гарантує кожному право на свободу. думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань [3]. Це, у свою чергу, може реалізуватися і як право громадян та їх організацій поширювати ідеї, думки, погляди через засоби масової інформації без обмежень з боку влади, що включає в себе: свободу доступу до інформації, свободу поширення інформації, свободу дотримання своєї думки, не зазнаючи зовнішнього втручання.

Свободу слова та можливість вільного вираження у друкованій формі своїх поглядів і переконань проголошено також у законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [2]. Як вказано у статті 2, ці свободи надають право кожному вільно і незалежно шукати, одержувати, фіксувати, зберігати, використовувати та поширювати будь-яку інформацію за допомогою друкованих засобів масової інформації, крім випадків, визначених законом. Щодо винятків, то мова йде про обмеження цього права якщо це необхідно в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності, з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення та ін.

Говорячи про *захист свободи журналістської діяльності*, варто вказати, що в Україні мають місце залякування журналістів, розбої, викрадення та навіть вбивства працівників ЗМІ. Так, «у першому кварталі 2020 року в Україні зафіксовано 62 випадки порушення свободи слова. Більшість цих порушень стосувалася фізичної агресії проти журналістів» [5].

Крім цього, за перший квартал 2020 року зафіксовано і шість випадків побиття та п'ять погроз, крім того, по чотири випадки в категоріях «доступ до публічної інформації» та «кіберзлочини». Крім того, зафіксовано два випадки непрямого тиску (стеження за журналістами) та один випадок пошкодження майна журналістів. Загалом варто відзначити, що в Україні стабільні негаразди із посягання на права журналістів, що свідчить про корумпованість владної системи та небажанням низки впливових осіб розголошувати джерела свого збагачення, причини протиправних діянь у різних сферах політичного і суспільного життя тощо.

Політична збалансованість – наступний показник, що впливає на рейтинг свободи преси в Україні. «Свобода ЗМІ є необхідним елементом функціонування демократичного політичного режиму», – вказано у «Політологічному енциклопедичному словникові» [4, с. 191]. Проте в наш час медіа часто лобіюють інтереси одного із політичних кандидатів/партій та, більше того, поширюють «чорний піар» на адресу його першочергових конкурентів. Цю ситуація добре можна було простежити в Україні на прикладі виборів президента 2019-го року.

Отже, свобода преси повинна захищатися зі сторони держави. Хоча з одного боку розроблено цілому непогано систему захисту свободи преси та діяльності журналістів у вітчизняному законодавстві, проте на практиці норми та принципи не завжди витримані.

Важливу роль у становленні свободи преси в Україні відіграв В'ячеслав Чорновіл, поклавши на вагу свій талант, працелюбність, журналістських хист та життя. Важливе значення для осмислення В. Чорновола як особистості, громадського й державного діяча має десятитомне видання його праць, що було започатковане 2003 року Міжнародним

благодійним фондом В'ячеслава Чорновола та видавництвом «Смолоскип».

Діяльність і творчість В. М. Чорновола дістала значне поширення за рубежем, насамперед у закордонних засобах масової інформації, зокрема, у таких часописах, як «Визвольний шлях», «Сучасність» та багатьох інших.

Відомими є насамперед його два видання «Правосуддя чи рецидиви терору» та «Лихо з розуму», що містять документальні та публіцистичні праці політика.

Свобода преси відображає стан розвитку у суспільстві, у тому випадку, якщо медіа контролюються цензурою, говорити про розвиток національного, громадянського, думаючого суспільства неможливо. Важливу роль на шляху боротьби за вільне висловлення журналістами незаангажованої інформації відіграв В. Чорновіл, видаючи газету «Час» попри низку утисків та негараздів.

Україна 2019-го року посіла 102-ге місце у рейтингу свободи ЗМІ у світі. У звіті медівників було наголошено про причини низької оцінки: «Вибори, що проводяться у 2019 році, підсилюють напруженість: почастішали погрози та напади, порушення конфіденційності джерел, стеження за журналістами-розслідувачами та маніпулювання новинами. У північно-східних районах, що контролюються сепаратистами, досі є закриті райони, куди не можуть потрапити критично налаштовані журналісти або іноземні спостерігачі» [6]. Проте в Індексі свободи преси-2020 Україна піднялася одразу на шість сходинок та опинилася на 96 позиції. Проте стан свободи преси в країні не покращився (оцінка впала на 0,06 бали й тепер її індекс – 32,52). Її рейтинг зріс за рахунок того, що показники погіршилися у низки інших країн, які минулого року займали вищі позиції, ніж Україна. Щодо ситуації у світі, то трійка лідерів 2020 року дещо змінилася. Так, три перші позиції займають Норвегія, Фінляндія й Данія відповідно.

Разом із цим, на думку членів організації «Репортери без кордонів», на розвиток журналістики у світі впливає низка негативних факторів, з якими тісно доведеться зіштовхнутися у наступному десятиліття, це зокрема:геополітична криза (через агресивність авторитарних режимів); технологічна криза (через відсутність демократичних гарантій); демократична криза (через поляризацію та репресивну політику); криза довіри (через ненависть до ЗМІ); економічна кризу (збіднення якісної журналістики).Але, на думку, низки українських дослідників, рівень свободи слова в Україні викривлюється як і його істинне значення. На сучасному етапі захист свободи преси та журналістів, що виконують свій громадянський та професійний обов'язок, набуває надзвичайної актуальності. Нинішні публіцисти та медіа критики переконані, що сьогодні ще рано говорити про свободу слова як таку та про правильність розуміння цієї категорії у колах самих журналістів.

Українські дослідники (В. Здоровега, І. Михайлин, А. Москаленко та ін.) неодноразово звертали увагу на проблеми свободи слова в Україні, її важливість щодо повноцінного розвитку журналістики. Проте станом на сьогодні складно зауважити навіть загальноприйняте визначення цього поняття. Проте в наш час доволі часто доводиться спостерігати за ситуацією, коли журналісти засобів масової інформації, що фінансуються політиками або можновладцями, «поливають брудом» їхніх першочергових опонентів. Такі явища не мають нічого спільного із істинною свободою слова. Тобто вважаємо, що перша складова свободи слова – фінансова незалежність медіа в Україні.Свобода ЗМІ є необхідним елементом функціонування демократичного політичного режиму. Також стан свободи преси безпосередньо впливає на рівень розвиненості демократії у державі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васьківський Ю.П. Свобода слова як головна цінність демократичного суспільства. Стратегія якості в промисловості і освіті / Матеріали XV Междунар. конф., 3-6 червня 2019 г., Варна, Болгария. – С. 481–486.
2. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16 листопада 1992 року зі змінами та доповненнями. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2782-12
3. Конституція України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 20.03.2020).
4. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін.; за ред. М. П. Требіна. Харків: Право, 2015. 816 с.
5. У першому кварталі 2020 року в Україні зафіксовано 62 випадки порушення свободи слова – ІМІ. Детектор медіа. 2020. 6 квітня. URL: https://detector.media/community/article/176170/2020-04-06-u-pershomu-kvartali-2020-roku-v-ukraini-zafiksovano-62-vipadki-porushennya-svobodi-slova-imi/
6. Україна посіла 102 місце в рейтингу свободи ЗМІ Репортери без кордонів. Укрінформ. 2019. 18 квітня. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2683395-ukraina-posila-102-misce-v-rejtingu-svobodi-zmi-reporteri-bez-kordoniv.html

Ігор Скленар
(к. соц. ком., доцент)

ЧАСОПИС «ХРИСТИЯНСЬКИЙ ГОЛОС» (МЮНХЕН) В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД (1940-1950-ті РОКИ): ШТРИХИ ДО ІСТОРІЇ, РЕДАКТОРИ І ЗНАКОВІ ПУБЛІЦИСТИ

Після закінчення Другої світової війни активні українці-емігранти в Німеччині заснували суспільно-релігійну газету «Християнський Голос» *(далі в тексті – «ХГ»).* Національно свідомі емігранти вбачали в періодиці дієвий засіб утримання українців на національній і релігійній основі. І коли минулоріч перечитав підшивку річника «Християнського Голосу» за 1957 рік, то дійшов висновку, що це суспільно-релігійне видання справді є важливим складником в журналістикознавчих студіях, а значущість його публікацій з приводу порушених в них тем й проблем не втратила своєї актуальності в епоху інформаційних маніпуляцій і теперішньої війни росії проти України.

Водночас до нині в національному журналістикознавстві маємо таку прогалину, як відсутність систематизованого каталогу діаспорних видань, зокрема, й преси. Маємо небагато розвідок і про українські часописи в Німеччині в 1940-1950-х роках ХХ ст. (саме в тій непростій добі ми й вивчаємо публікації «ХГ»). Загалом окремої системної розвідки про газету «ХГ» з її початків і до сьогодення практично відсутні в нашому журналістикознавстві.

В об'ємній статті «Преса», в загальній частині «Енциклопедії українознавства», зазначено, що видання суспільно-політичних пресових органів українців в Німеччині в 1946-1950 роках було пов'язане з такими відомими письменниками і публіцистами як І. Багряний, З. Пеленський, П. Сагайдачний, Ю. Клен, Л. Мосендз та ін. Автори статті «Преса» окремо зазначають про видання часопису «Християнський Шлях» під ред. І. Німчука в Міттенвальді (1946-1947), а з 1949 року – «Християнського Голосу» під ред. Р. Данилевича у Мюнхені [3, с.994]. Стосовно статистики наших пресових органів в Німеччині, то загалом до 1950 року в Німеччині й Австрії виходило в світ 275 більш-менш тривалих періодичних видань. «Всі вони без винятків видавалися коштом переміщених осіб, лише окремі газети частково підтримувалися американською військовою владою» [6, с.24], – наголошує дослідник М. Присяжний. Вже наприкінці 1950-х років тут виходило лише 14 видань, з них 7 газет [3, с.994]. В середовищі новітньої еміграції в Німеччині сьогодні не зафіксовано жодного україномовного друкованого ЗМІ. З післявоєнних часів до сьогодні видається лише церковний часопис «ХГ».

Штрихи до історії «ХГ» в 1940-1950-х роках. У Німеччині залишилося після війни близько 60-ти тисяч українців, за віровизнанням – греко-католиків і православних. Були створені також і церковні одиниці, які становлять сьогодні основу Апостольської екзархії УГКЦ в Німеччині і країнах Скандинавії (цю релігійну структуру засновано Ватиканом в 1954 році, її очільник – єпископ – безпосередньо підпорядковується папі римському).

Та ще до створення цього екзархату, в січні 1949 року, було засновано католицький релігійно-суспільний тижневик «Християнський Голос». Його першим редактором став Петро Ісаїв (1905-1973), який в 1931-1939 роках мав досвід редакторства у «Дзвонах» – відомому журналі такого типу у Львові [2]. Після нього в 1949-1954 роках головним редактором працював Роман Данилевич (1903-1985). Він був військовиком, очолював Українське католицьке академічне об'єднання «Обнова» (з 1951-го), потім емігрував до Канади [5]. І врешті в період, обраний для аналізу газети «ХГ», її редакцією в 1954-1965 роках керував Мирон Коновалець (1894-1970). Він був рідним братом засновника ОУН Євгена Коновальця, з 1946 року очолював Спілку українських журналістів на чужині, раду Українського християнського руху [4].

Усі названі особистості мігрантського середовища українців в Німеччині були свідомі того, що «друкована книжка чи газета-журнал на чужині є чи не найголовнішим засобом національної згоди, об'єднувальним чинником емігрантів… в таборах Ді-Пі мріяли вони про … підготовку систематичних каталогів українських видань на еміграції, а в подальшому – й організацію Інституту української книжки…» [8]. Та цей намір, як й інші, не вдалося втілити у життя в силу історичних обставин.

З 1959 року газета «ХГ» стає офіційним органом екзархії в Німеччині. Важливим атрибутом періодичного видання є логотип. У випадку «ХГ» за 1957 рік він поданий великим шрифтом, а під ним, українською мовою зліва, подано наступну інформацію: періодичність – тижневик, редакція і видавець – «Українське Християнське Видавництво», також вказано мюнхенську адресу редакції і адміністрації. Така інформація справа під логотипом була перекладена німецькою мовою. Обсяг тижневика становив 8 сторінок, у випадку додатків – 16 сторінок.

Провідні автори і публіцисти «ХГ» в 1957 році. З поміж десятків прізвищ провідних інтелектуалів діаспори, фахівців в різних сферах, які проживали не тільки в повоєнній Німеччині, а й в інших країнах, виділимо Фелікса Кордубу, Миколу Троцького (псевдо в газеті – Михайло Брадович), Степана Шаха, о. Іринея Назарка (ЧСВВ) та ін.

Науково-публіцистичним за своїм змістом є цикл публікацій Ф. Кордуби (з 1951 року Ф. Кордуба працював в українській друкарні «Логос», а в 1977 році став її керівником) «Сучасні стратегічні концепції Сходу і Заходу (людський потенціял в атомовій війні)», опублікова-

ні в числах газети 20-22 на с.2. Про актуальність цієї теми в часі нападу Росії на Україну годі й говорити…

В суспільній проблематиці публіцистичних текстів газети за 1957 рік виділимо тему захисту національних прав українців в СССР і критику Заходу за недостатню увагу до українського питання. Один із знакових авторів і публіцистів газети з цієї теми – Д. Бучинський (1913-1963) літературознавець, перекладач, бібліограф, який з 1948 року жив в Іспанії, як журналіст популяризував там нашу історію і культуру [1].

Публіцистику на богословські теми регулярно писав для «Християнського Голосу», зокрема і в 1957 році ієромонах ЧСВВ Іриней Назарко, в минулому – ігумен монастиря св. Онуфрія у Львові, професор теології, який емігрував після Другої світової війни до Канади.

Загалом до визначних авторів і співробітників в післявоєнний період газети зараховують ще ієромонахів Василіянського Чину УГКЦ А. Великого, Р. Головацького; І. Гватя, О. Зеленецького, Б. Кузя, З. Пеленського, П. Дорожинського, які після Другої світової війни проживали в різних країнах поселень. «Вони порушували не тільки релігійні, але й насущні суспільно-політичні питання, важливі діаспорні проблеми», – зауважує дослідник М. Присяжний [7, с.24].

Мова видання за 1957 рік винятково українська (в журналістській практиці діаспорних часописів практикують іноді двомовність). Тематичний діапазон газети після 1959 року певним чином звузився через зміну статусу «ХГ.

Основне завдання післявоєнного «ХГ», як випливає з проаналізованого матеріалу газети за 1957 рік, полягало в інформуванні про вагомі суспільні події в світі, в ґрунтовному поясненні викликів, перед якими стояв тодішній західний світ і український національний рух як в УССР, так і в діаспорі, та ін. Не менш важливим складником газети «Християнського Голосу» для теперішніх дослідників-гуманітаріїв є релігійний блок за 1957 рік, в якому порушено теми атеїстичної пропаганди в СССР, захисту переслідуваних релігійних організацій, висвітлення діяльності постатей УГКЦ у підпіллі та ін. Національне журналістикознавство потребує системного вивчення газет такого типу як «Християнський Голос», тому що, як показує зміст публікацій, можна відкривати нові грані журналістської творчості і публіцистичного доробку інтелектуалів-українців, які представляли наш народ на різних континентах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Доценко, Р. І. (2004), «Бучинський Дмитро», URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=38388 (останній перегляд 04 травня 2022).
2. Комариця, М. (2011), «Ісаїв Петро-Маркіян», URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=12681 (останній перегляд 04 травня 2022).

3. Кубійович, В. В. (Ред.) (1949), *Енциклопедія українознавства. Загальна частина*, Т. 3, Мюнхен-Нью-Йорк, с. 801-1230.
4. Кучерук, О. (2014), «Коновалець Мирон», URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=4877 (останній перегляд 04 травня 2022).
5. Плахотнюк, С. (2007), «Данилевич Роман», URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=23437 (останній перегляд 04 травня 2022).
6. Присяжний, М.П. (2000). *Преса української еміграції в Німеччині: становлення, розвиток, тематична політика (1945-1953)*, Видавничий Центр ЛНУ ім. Івана Франка, Львів, 220 с.
7. Присяжний, М. П. (2015), «Преса новітньої української еміграції в Німеччині: реалії і перспективи», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 40, с. 19-27.
8. Тимошик, М.С. (2020), «До проблеми створення першого репертуару книжкових та пресових видань українців на чужині: на матеріалах Великої Британії», *Український інформаційний простір*, вип. 1, с. 28-50.

Мирослава Рудик
(к. соц. ком., доцентка)

АКТИВНА І ПАСИВНА КОМУНІКАЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Актуальність дослідження впливу соціальних медіа на інформаційний простір зумовлена тим, що соціальні мережі нині є важливим джерелом інформації не тільки для численної аудиторії, але й для самих традиційних мас-медіа. Сьогодні відбуваються зміни у функціонуванні засобів масової інформації, які активно використовують соціальні мережі у своїй діяльності. Адже соціальні мережі сьогодні сприяють якісному збільшенню аудиторії інтернет-ЗМІ і традиційних медіа, забезпеченню зворотного зв'язку з користувачем і таким чином є важливим каналом поширення інформації.

Зважаючи на вищесказане, варто досліджувати соціальні медіа у плані ефективності комунікації. Адже вони створюють живий організм спільноти, який виробляє оціночні механізми дійсності і є барометром суспільних настроїв. Поява соціальних медіа, створення особистих інтернет-блогів, спільнот у соціальних мережах і залучення до них громадськості дає змогу здійснювати моніторинг тем і проблем, які виносяться на загал. Чи не тому соціальні медіа основний акцент роблять на успішній комунікації, тобто створення аудиторії, яка об'єднана спільною метою і організована в групу за інтересами.

Як зазначає дослідниця Л. Городенко: «Комунікація має за мету цілі, яких індивіди намагаються досягти в процесі спілкування, зокрема це розв'язання повсякденних завдань, навчання, збирання та опрацювання інформації про навколишнє середовище, зберігання інформації. Спілкування визначає ставлення не тільки до інших людей, а й до структур, об'єднаних у мережу (як виробничу, так і комунікативну)» [2; 70].

Досліджуючи специфіку мережевої комунікації, звертаємо увагу на розроблену науковцями типологію медіааудиторії за рівнем її комунікативної активності. Так дослідник В. Гвоздєв поділяє аудиторію медіа на такі типи:

- Гіперактивна
- Активна
- Помірно (відносно) активна
- Пасивна [1].

Найбільшу частку аудиторії соціальних медіа складає її активна частина (близько 80%). В. Гвоздєв вважає, що активність аудиторії залежить, передусім, від неї самої, її бажання брати участь в електронних комунікаціях [1]. Однак, на нашу думку, на активність аудиторії впливають чимало чинників, тому і мотивація активності може бути різною. На активну участь в комунікація впливає актуальність інформації, важливість контенту, форма подачі інформації, її сенсаційність, провокаційність, час доби, ресурс розміщення тощо. Сьогодні з'явилося багато варіантів комунікування – це миттєві реакції у вигляді емоджі, коментарі, повідомлення у директ, підписка на особисту сторінку чи доєднання до групи, участь в опитуваннях, гівевеях, конкурсах тощо. Ці застосунки можна використати як для позитивних, так і для негативних реакцій.

Що ж стосується пасивної комунікації, тут варто наголосити на споживанні інформації, відвідуванні сторінок, але небажанні залишати відгуки. Однак частота відвідин, час, проведений за споживанням того чи іншого контенту – це теж дані аналітики, які можуть свідчити про якість контенту і його популярність.

Активна і пасивна комунікація є невід'ємною складовою теперішнього світу інформації, тому необхідно брати до уваги її специфіку. Слід будувати комунікацію так, щоб з пасивної фази споживання інформації аудиторія переходила в активну фазу її осмислення, інтерпретації і співтворення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гвоздєв В. М. Типологія медіа-аудиторії за рівнем комунікативної активності / В. М. Гвоздєв // Держава та регіони. Серія: Соціаль-

ні комунікації : наук.-вироб. журнал. – Запоріжжя : КПУ, 2013. – Вип. 1 (13). – С. 59-63.
2. Городенко Л.М. Комунікативні парадигми розвитку мережевих соціальних спільнот / Л. М. Городенко // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 19. – С. 68-72.

Наталія Гадьо
(к. соц. ком., асистентка)

КАТОЛИЦЬКА ЖУРНАЛІСТИКА ЕПОХИ ОНЛАЙНУ (ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ)

Інтеграція католицької журналістики в інтернет розпочалася через появу онлайн-версій ЗМІ, а згодом через католицькі інтернет-ЗМІ.

Католицькі медіа онлайні часто були не лише засобом ознайомлення з Католицькою Церквою, а й способом приєднатися до католицької спільноти або можливістю спілкуватися в ситуаціях, коли інших варіантів не було [1; 70].

Однак католицька журналістика, одночасно розвиваючись в онлайні, мала за мету привести користувача інтернет-ЗМІ до комунікації з Церквою і її спільнотою в реальному житті [3; 38]. Оскільки мережа, незважаючи на постійне вдосконалення своїх можливостей, ніколи не зможе адаптуватися до реалій, які потребують особистої присутності, якої немає і не буде в цифровому просторі – це все таїнства Католицької Церкви: сповідь, Євхаристія, шлюб та інші.

Одним зі завдань католицької журналістики в інтернеті було привести людину до живого спілкування зі спільнотою Католицької Церкви. Події, які анонсували католицькі медіа на 90% відбувалися в реальному житті [2].

Після початку пандемії коронавірусу, коли електронні ЗМІ вже активно використовували технології Web 2.0 – джерела інформації були «місцем» комунікації – одним з пріоритетних завдань католицької журналістики стало поінформувати про зміни в кризовій ситуації та підтримати зв'язки вірних з Церквою.

Католицька Церква через католицькі ЗМІ закликала дотримуватись карантинних вимог, пояснювала всі зміни, відповідно до санітарних обмежень, транслювала всі богослужіння, також було введено форму молитви духовного причастя для тих, хто бере участь у Літургії в інтернеті.

Католицька журналістика відповідно до нових обставин тимчасово змінила вектор –католицькі медіа були не лише допоміжним місцем

духовності, але й можливістю бути з'єднаним зі спільнотою для тих, хто не міг фізично бути присутнім через хворобу, карантин чи ризик зараження.

Католицькі ЗМІ в Україні також мають глибоку функцію розбудови спільноти та спільноти між двома обрядами. Наприклад, на сторінках «Кредо» – credo.pro (РКЦ) і «Дивенсвіт» – dyvensvit.org (УГКЦ) ми можемо знайти календар і біблійні читання для обох обрядів. Ще більше цю функцію виконує веб-сайт «Католицький Оглядач» – catholicnews.org.ua, де інформація про обидва обряди однаково публікується від початку свого існування.

Електронні ЗМІ повідомляли про випадки зараження останніми роками та його наслідки, лікування та святих покровителів, до яких можна звертатися з молитвою в цей час. Найпопулярнішими платформами для релігійної комунікації в Україні були соціальні мережі. Під час пандемії їх роль для католицької спільноти зросла, саме там транслювали Літургію, розміщували парафіяльні оголошення, фотографії, реколекції, науки священиків, публікували інформацію про діяльність парафіяльних спільнот. Зі сторінок у соцмережах парафіяни дізнавалися про життя інших членів своєї парафії, з якими фізично не бачилися (хрещення, весілля, похорон). Католицькі медіа також суттєво розширили свою діяльність в соціальних мережах, збільшуючи кількість репостів, трансляцій та коментарів.

Карантин розділяв людей фізично, але саме через можливості онлайну католицька журналістика змогла допомогти об'єднатися духовно, візуалізуючи спільність на молитві, реколекції, молитовні наміреня, розширюючи свої функції та діяльність.

До пандемії католицькі медіа в інтернеті були допоміжним місцем духовності, а після введення карантину для багатьох замінили реальну присутність у церкві. Після послаблення карантину католицькі медіа знову почали привертати увагу вірян до потреби живої участі у Святій Літургії та інших богослужіннях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гадьо Н., Медіастратегії Католицької Церкви в Інтернеті, дис. ... канд. наук із соц. ком. : 06.10.17. Львів, 2017. 225 с.
2. The Pontifical Council for Social Communications, The Church and Internet, URL: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html.
3. Zwoliński A., Spotkanie w elektronicznym tłumie, „Studia Socialia Cracoviensia" 63 (2013). 35-46 s.

Наталія Войтович
(к. соц. ком., асистентка)

ГЕЙМІФІКАЦІЯ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ: ПЛЮСИ ТА МІНУСИ

В освітньому процесі елементи гейміфікації існують давно. У шкільній програмі гейміфікацію використовують уже майже двадцять років, а от у середовищі вищої школи дещо менше. Проте активно сталий та послідовний процес, а не лише його частини, представлення навчального матеріалу у такий спосіб, в освітньому процесі застосовується лише в останні роки. «Гейміфікація – це використання ігрових підходів для неігрових процесів, зокрема навчальних і трудових» [2].

Як зазначають Діана Смєлікова та Катерина Данилович, «гейміфікацію використовують і в навчанні для дорослих. Наприклад, у курсі про демократію та вибори «ЦВК: просвіта» студія онлайн-освіти EdEra скористалася сторителінгом та нагородами за проходження лекцій і тестувань, щоб заохотити слухачів опановувати курс.

А курс для слідчих НАБУ «Слідство веде НАБУ» весь побудований у форматі гри-розслідування, де користувачі мають поетапно пройти повноцінний квест-розслідування уявного злочину. У процесі слухачі дізнаються потрібну для слідчих НАБУ інформацію. Тобто отримують теоретичний матеріал». [2]

Слід зазначити, що застосування геймифікації в освітньому процесі спричинено також навчанням так званого покоління Зет, яке надає перевагу швидкій передачі інформації. «Характерною рисою цього покоління є те, що з усіма сучасними технологіями вони на «Ти» ще із раннього дитинства. Отже, зети – це діти інтернету та сучасних технологій. За рахунок цього, вони не мали типового дитинства «у дворах», тому не є командними гравцями, їх треба вчити цьому» [3].

У психології існує термін «стан монотонії». Спостерігається такий стан і у навчанні. Він спричинений постійним повтором одних і тих самих дій, що призводить до неефективного виконання роботи (викладач) та неефективного запам'ятовування інформації (студент). Для того щоб стимулювати викладачів та студентів у навчальний процес вводиться так звана гра.

В освіті гейміфікацію можна використовувати у двох варіантах:

1. Теоретичний матеріал – гра (вправа на закріплення інформації) – висновки/підсумки
2. Гра (вправа) – висновки/підсумки – теоретичний матеріал.

У першому варіанті ми спочатку подаємо для студентів теоретичний матеріал. Пізніше пропонуємо виконати конкретне завдання, яке безпосередньо пов'язане з теоретичним матеріалом. Після виконання

завдання (вправи) зі студентами обговорюється теоретичний матеріал та хід виконання завдання.

У другому варіанті ми йдемо від протилежного. Пропонуємо студентам виконати завдання (вправу). Після її виконання обговорюємо, як вони впоралися із завданням, які уже відомі методи вони використовували, тощо. Обговорення та висновки з вправи повинні плавно підвести нас до теоретичного матеріалу, який або підтвердить або спростує наші висновки/гіпотези під час виконання вправи.

На власному досвіді, вперше застосування гейміфікації на заняттях побачила у Варшавському університеті на факультеті політології та журналістики. Викладачка, яка вела курс «Теорія і методика журналістської творчості. Інформаційні жанри», запропонувала студентам під час вивчення теми інтерв'ю гру-симуляцію. Студенти інтерв'ювали один одного вдаючи із себе селебріті, політиків, держслужбовців. Така симуляція дозволила пропрацювати запитання до інтерв'ю та побороти мінімальний психологічний бар'єр.

Схожу практику ми застосовуємо на практичних заняттях з курсу «ТМЖТ», а також під час практичних занять на курсі «Організація роботи ЗМІ». Під час вивчення теми «Структура редакції, редакційний колектив та стилі управління редакцією» ми зі студентами утворюємо імпровізовані редакції. За певний відрізок часу вони повинні розприділити між собою ролі, які будуть виконувати у редакції (головний редактор, редактор відділу, журналіст, літредактор тощо), провести нараду та визначити тематику номера (видання). У кінці заняття усі редакції представляють концепції своїх видань, пояснюють який стиль управління буде у їхній редакції, яка у них структура, тощо. Таким чином вони на практиці закріплюють теоретичний матеріал, а також працюють у групі як командні гравці. На відміну від класичного практичного заняття, під час такого заняття задіяні усі студенти. Якщо б ми побудували практичне заняття на цю тему у вигляді відповідей на конкретні запитання про роботу редакції чи її стилі – у процесі було б задіяно одного максимум двох-трьох студентів, які б відповідали на запитання або доповнювали відповідь колеги.

Звичайно, що гейміфікація має як позитивні так і негативні сторони.

Як зазначає професор Тетяна Іванова, коли йдеться про заняття з медіаграмотності, до гейміфікації вдаються не заради власне гейміфікації. Основним завданням використання у навчальному процесі інтерактивних, ігрових методик – надати та закріпити знання, а також сформувати ставлення до то чи іншого питання.

Отже з позитивних рис – це урізноманітнення навчального процесу, використання на заняттях дидактичних методів, а також – найосновніше – застосування на практиці вивченої теорії та аналіз змо-

дельованих ситуацій, що стимулює і розвиває критичне мислення у студентів.

З негативних – введення у навчальний процес різних видів гейміфікацій – вправ, симуляцій тощо потребує зміни підходу у структурі заняття. Ми повинні поміститися у виділений для заняття час. Тобто ми повинні або скоротити теоретичний матеріал і дати його на самостійне вивчення або перенести вправи та симуляції на практичні заняття, таким чином змінивши підхід до оцінювання.

Проте найнебезпечнішим є перетворення на гейміфікатора, коли викладач не розуміє суть проведення гейміфікації, а студенти сприймають це лише як гру та весело проведений час. Для того, щоб уникнути цього ми повинні чітко розуміти цілі та завдання вправи. Перш за все потрібно прописати мету, завдання та навички, які студенти отримають або пропрацюють під час виконання тієї чи іншої гри. Також надзвичайно важливим елементом є висновки, які викладач має зробити після закінчення ігрового процесу.

Як зазначає професор Тетяна Іванова, «процес гейміфікації не є стихійним, еклектичним. Він не ставить за мету «повеселити» або «розважити» учасників навчального процесу. Гейміфікація – це логічний, системний, дидактико-педагогічний процес, який допомагає розвинути рефлексію та критичне мислення учасників під час засвоєння ними нових знань та осмислення нових істин» [1].

Варто також зазначити, що освітній процес із початком Covid-19 проходить у онлайн режимі. Це надзвичайно важко не лише для студентів, а й викладачів. Інколи важко утримувати увагу молодих людей по той бік екрану. Власне тому варто застосовувати новітні технології, які допоможуть нам урізноманітнити наші заняття. До прикладу, застосування Mentimeter, дошки Padlet, програми Kahoot! або скажімо мультиплікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Іванова Т. Як не стати гейміфікатором: методики і технології проведення ігор із медіаграмотності. URL: https://www.aup.com.ua/yak-ne-stati-geymifikatorom-metodiki-i/ (дата звернення 16.01.2022)
2. Смєлікова Д., Данилович К. Гейміфікація в навчанні: грати не можна вчитися? URL: http://blog.ed-era.com/gamification-in-education/ (дата звернення 16.01.2022)
3. Теорія поколінь. URL: https://learning.ua/blog/201711/teoriia-pokolin-x-y-z/ (дата звернення 16.01.2022)

ПІДСЕКЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Степан Кость
(к. філол. наук, професор)

ДО ПИТАННЯ ПРО ІДЕАЛЬНУ МОДЕЛЬ ЖУРНАЛІСТИКИ І ЖУРНАЛІСТА

У науковий обіг у сфері журналістикознавства давно увійшло поняття моделі. Воно вужче, ніж поняття «система» і значною мірою конкретизує його, бо передбачає докладніший перелік концептуальних означень, що характеризують систему журналістики (власне, її функціонування) у конкретному суспільно-політичному контексті.

Йдеться про ідеальну модель журналістики, але зазначимо, що маємо на увазі журналістику соціальної відповідальності, а основна джерельна база такої моделі – українська журналістика (як минулого, так і сучасна). Щодо означення «ідеальна». Оскільки модель – це уявна або матеріальна система (у цьому випадку – уявна), яка відтворює об'єкт дослідження (журналістику), то означення «ідеальна» стосується не ідеалізації як методу пізнання, що полягає в конструюванні подумки певного об'єкта, а пов'язана із поняттям ідеалу як найвищої мети, якою керуються люди і яка керує діяльністю людей, як взірця досконалості, втілення найкращих рис. Отже, йдеться про наявність тих найважливіших ознак, які сприяють максимально ефективному виконанню функцій, реалізації історичного призначення журналістики. Це стосується і діяльності журналіста як суб'єкта журналістської діяльності.

Зрозуміло, що «ідеальний» у характеристиці діяльності соціального інституту чи особи журналіста може зустріти цілком зрозумілий скепсис. З цього приводу можна пригадати іронічну й ущипливу комедію О. Уайльда «Ідеальний чоловік» (щоправда, там йдеться про політика й державного діяча). Можна ж уявити таку ситуацію: прекрасний журналіст – а водночас це людина, нестерпна у побуті, у спілкуванні з іншими… Або інший приклад: чи доктринерське дотримання журналістських стандартів, вимог професійної етики автоматично створює підставу для «ідеальності» в оцінці журналіста? Слушні сумніви можна висловити і з приводу «ідеальності» журналістики як соціального інституту.

Проблемність ситуації стосується і журналістики як професії, як соціального інституту загалом. У цьому разі проблему можна сформулювати так: якою повинна бути ідеальна журналістика, чи потрібно для неї створити спеціальні умови, щоб вона стала такою, чи навпаки, вона може бути ідеальною всупереч конкретним суспільно-політичним

умовам? Скажімо, українська преса (йдеться по т. зв. «дорадянський» період, бо в радянських (тоталітарних) умовах вона зникла як національна за духом преса) функціонувала, як правило, в несприятливих умовах – політичних, економічних, але ж вона виконувала (і виконала) своє історичне покликання; преса українського збройного підпілля діяла в умовах війни і боротьби на два фронти – проти нацистської Німеччини й більшовицької Москви, загинули майже всі журналісти – але своє завдання це преса теж виконала.

«Ідеальною» журналістика може бути і в системі негативних ціннісних критеріїв, коли вона повністю підпорядкована владі, є її «коліщатком» і гвинтиком», коли вона перетворюється в пропаганду й максимально ефективна у своїй діяльності (нацистська Німеччина, СРСР, нинішня Росія, Океанія із роману «1984» Дж. Орвелла.

Зрештою, про ідеал. Історія підказує, що й ставлення до ідеалу не завжди однозначне, позитивне. Переконував же І. Франко, що «Ідеал політичної самостійности в усякім погляді, культурнім і політичнім, лежить для нас поки що, з нашої перспективи поза межами можливого» (стаття «Поза межами можливого». Проте він же і визнавав, що ідеали є рушійною силою матеріального (економічного), суспільного і політичного життя (у цій самій статті). Таку думку він виголосив тоді, коли молодь, яка сприймала І. Франка як свого духовного наставника, вже сповідувала цей ідеал політичної самостійності, вже працювала, щоб його матеріалізувати, а через кілька років ця молодь уже воювала за ідеал державності і самостійності.

Безперечно, що розв'язання проблеми має як теоретичне, так і практичне значення. Теоретичне зумовлене необхідністю знаходити й формулювати різні проблемні ситуації, пов'язані зі функціонуванням журналістики (щобільше в цифровому середовищі), практичне полягає в тому, що існують критерії ідейного, суспільного, етичного, професійного характеру, які визначають функціонування журналістики і сприяють адекватним оцінці й аналізу. Безперечно, що основні ціннісні критерії ідеальної журналістики зумовлюють не лише її суть, але й визначають певні «червоні лінії», через які вона не повинна переступати.

Таким чином, ідеальна модель журналістиці в демократичному суспільстві з розвинутим громадянським суспільством передбачає наявність таких фундаментальних ознак і рис:

- державницька позиція;
- соціальна відповідальність;
- наявність високопрофесійних журналістів;
- ефективна медіація (посередництво) між державою і громадянським суспільством;
- утвердження загальнолюдських цінностей і творення смислів, а не «попсового» контенту;

- високий технологічний рівень;
- відсутність тенденцій до трансформації в пропаганду (заперечення маніпулятивних технік і прийомів)
- виправдана чи певна прибутковість.

У моделі ідеального журналіста теж можна виокремити гармонійне поєднання як різноманітних «людських» рис, так і професійних:

- державницька позиція;
- ерудиція;
- талант;
- високий професійний рівень, що передбачає володіння багатьма сучасними компетентностями та вміннями, відданістю журналістським стандартам (але без догматизму) й засадам професійної етики;
- високий морально-духовний рівень.

Олег Романчук
(к. філол. наук, доцент)

ДЕРЖАВА І ВЛАДА: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

«Якщо подивитися на історію української нації та Української держави в глибину віків і у недавнє минуле, без великих зусиль можна встановити, що основними факторами, які спричиняли їхній упадок – упадок нації і упадок держави – були: зовнішня агресія і внутрішня зрада», – це непроминальне спостереження знаного українського історика Ярослава Дашкевича, на жаль, постійно знаходить своє підтвердження.

На думку глави фракції «Слуга народа» Давида Арахамії, США та інші країни Заходу сіють паніку з приводу нападу на Україну: «Більшість народу, побачивши, що три, чотири, п'ять «точних дат» вже минуло, зрозуміли, що це просто залякування людей і спроба сіяти паніку. Я не знаю реальні причини, чому США так роблять. Але це точно працює не на користь економіки України…».

У відеозверненні 19 січня Володимир Зеленський закликав не піддаватися паніці й не бігти по гречку та сірники. Наступного дня в інтерв'ю The Washington Post він заявив, що Росія може окупувати Харків: «Харків, який перебуває під контролем уряду України, може бути окупований. Росії потрібен привід: скажуть, що захищають російськомовне населення. Харків має понад мільйон жителів. Це не буде просто окупація, це стане початком великомасштабної війни».

Після телефонної розмови 27 січня між Байденом і Зеленським заголовки світових медіа заряснiли заголовками: «Український президент закликає Захід охолодити риторику щодо Росії», «Україна применшує попередження США про вторгнення», «Україна закликає Захід розслабитися», «Зеленський критикує врегулювання Заходом російської кризи» тощо.

«Українська правда» констатує, що між Зеленським та офіційними особами адміністрації Байдена наростає напруженість на тлі розбіжностей з приводу того, як інтерпретувати та публічно висвітлювати оцінки американської розвідки, в яких ідеться, що Росія може готувати великомасштабний напад на Україну.

Новий начальник ГУР генерал Буданов сказав американцям, що якщо вони не нададуть масовану допомогу, то ми зможемо всього кілька днів протриматися. Екскрозвідник нагадав, що Зеленський десь місяць тому давав інтерв'ю Бі-Бі-Сі, де сказав, що загроза вже на порозі і вона може статися буквально завтра.

28 січня Зеленський зустрівся з представниками закордонних масмедій після розмови з Байденом. Склалося враження, що Володимир Олександрович навмисне руйнує стосунки із Заходом. Зеленський заявив, що Захід зараз демонструє «невиважену інформаційну політику, яка дорого коштує Україні». Мовляв, «якщо західні ЗМІ оцінюють ситуацію на території України за супутниковими знімками, то це не завжди так, тому що у цих розгорнутих наметах може не бути особового складу, і вони є постановочними для психологічного тиску».

Західні дипломати висловлюють розчарування президентом України. У статті від 5 лютого британського журналу The Economist «Чому президент України применшує загрозу з боку Росії» – «Why Ukraine's president is talking down the threat from Russia» (https://www.economist.com/europe/why-ukraines-president-is-talking-down-the-threat-fromrussia/21807491) читаємо: «Український уряд відкинув інформацію американської розвідки про те, що Росія транспортувала кров своїм військам на кордоні з Україною для лікування потенційних жертв війни. «Мета такої інформації – посіяти паніку та страх у нашому суспільстві», – написала у Facebook заступник міністра оборони Ганна Маляр. – Хоча американці попереджають про неминуче вторгнення Росії, Володимир Зеленський, президент України, вважає, що найбільша загроза може виходити зсередини».

Українські політики наголошують, що для нашої держави «стратегічним» партнером передусім є США. Саме вони ініціювали скликання 1 лютого 2022 року Ради безпеки ООН. Але через пасивність української дипломатії світ того дня став свідком нашої ганьби – представник Росії козиряв цитатами Зеленського та його найближчого оточення, начебто небезпека і загроза з боку Росії відсутня. Це воістину був «удар під дих» антипутінській коаліції. Питання: результат нефа-

ховості команди Зеленського чи навмисне бажання посваритися з союзниками?

Наразі нас рятує лише те, що західні партнери допомагають не персонально Зеленському, а українському народові та його Збройним силам. Політична і військова допомога США, Великобританії, інших країн НАТО стає на перешкоді планам капітуляції.

Нині актуально звучить знаменита промова Вінстона Черчилля «Кров, піт і сльози», виголошена 13 травня 1940 року. Тодішній прем'єр-міністр Великої Британії був непохитний: «Нас очікує суворе випробування. Перед нами багато довгих місяців боротьби і страждань. Ви мене запитаєте, який же наш політичний курс? Я відповім: вести війну на морі, на суші і в повітрі, з усією міццю і силою, яку дає нам Бог; вести війну проти жахливої тиранії, що перевершує будь-який людський злочин. Ось наш курс. Ви запитаєте, яка наша мета? Я можу відповісти одним словом: перемога, перемога будь-якою ціною, перемога, незважаючи на весь жах, перемога, яким би довгим і важким був шлях; тому що без перемоги не буде життя».

Галина Яценко
(к.соц.ком., доцентка)

ІМПЕРСЬКІ НАРАТИВИ РОСІЇ В РЕЦЕНЗІЇ ІВАНА ФРАНКА НА КНИГУ М. ПОКРОВСЬКОГО «БЛЄДНОВ»

Наукове зацікавлення Івана Франка російським психотипом мало дві основні причини: по-перше, Лівобережна Україна була під російським протекторатом, і внаслідок русифікаторської політики багато українців «зросійщилися» (Іван Франко зондував російське етнічне підсвідоме, щоб знати, на якому рівні могли відбутися ментальні відхилення в свідомості українських манкуртів); по-друге, питання автономії у федеративній Росії, яке він ставив у попередній публіцистиці, спонукало до глибшого вивчення ідейно-теоретичного аспекту російської національної свідомості. Проблему політики «обрусіння» та «посилення православ'я» у польських провінціях Іван Франко розглядає в рецензії на книгу М. Покровського «Блєднов», яку написав рівно 130 років тому, але з такими актуальними сьогодні акцентами. Політичний памфлет, як він наголошує, не вирізняється літературною оригінальністю, до речі, його автор теж не відомий, але він заслуговує на увагу не лише польської, адже йдеться про події у польській провінції, чи української громадськості, а й цілої Європи, бо демонструє справж-

ній колонізаторський характер росіян. «…Уявлення, якщо вже не про «російську натуру взагалі», то принаймні про якість і функції цієї чиновничої машини, за допомогою якої Росія «цивілізує», «звільняє», «ревіндикує» і «асимілює» різні провінції» [2, № 104, с. 2], – відчитує з контексту ідею твору Іван Франко. Публіцист робить вівісекцію національної свідомості росіянина-чиновника Блєднова і робить висновок, що імперські інтенції в нього не лише на ідейно-теоретичному рівні національної свідомості, тобто прищеплені бюрократичною машиною, а й на повсякденному: його інтереси, норма поведінки, система цінностей – все ґрунтується на проскрипції інородних національних інтересів. Сутичка Блєднова з гімназистами, які говорили польською мовою, яскраво ілюструє його «російський патріотизм» на буденному рівні, який, однак, менш загрозливий для польської національної ідентичності (гімназист-поляк обливає Блєднова чорнилом та тікає), ніж ліберальний асиміляціонізм Канєвського, ще одного героя повісті. Канєвський – обруситель на етнічно підсвідомому рівні, тобто його поведінка – це домінування «колективних уявлень» (за Е. Дюркгеймом), уявлень, засвоєних членом національної спільноти як типових взірців поведінки, що передаються у спадок та відображаються апріорі. «Канєвський, який в Росії є лібералом, чесною і порядною людиною, як тільки появляється на варшавському ґрунті, починає якось дивовижно викривляти своє моральне обличчя, починає мимохіть почувати себе обрусителем, тобто чимось вищим від поляків, людиною, яка має право щось у них відібрати чи чимось їх обмежувати, а принаймні принижувати їх у вічі і позаочі, бути по відношенню до них несправедливим» [2, № 106, с. 2], – так характеризує Іван Франко архетипи, притаманні російській ментальності. Архетипи стали основою формування імперського дискурсу як сукупності взаємопов'язаних компонентів: месіанство Росії, легітимність експансії, асиміляція як необхідність. Персонаж Канєвський, на якого звернув увагу Іван Франко, був носієм цього імперського дискурсу. Він не лише відчував свою вищість, місійність, а й був впевнений у легітимності експансії в польську ментальність. «А якщо в додатку до всього цей росіянин так, як Канєвський, вперто не хоче цього зрозуміти і настирливо напрошується на любов і повагу поляків, так би мовити, намагається з чобітьми залізти їм в душу, то складаються відносини нестерпні і прикрі, якась шпитальна атмосфера, просякнута випарами гнилизни, яку силоміць забивають запахом ладану» [2, № 111, с. 2],– яскраво характеризує Іван Франко становище гнобленого народу в умовах національного вихолощення. Сучасний дослідник літературного імперського дискурсу Росії М. Шкандрій вдало формулює виправдання своєї експансії росіянами: «Російські націоналісти часто заявляли, що всі малі й політично слабкі народи мають бути підпорядковані духовно та культурно вищій Росії, якій завдяки її розмірам та військовій силі судилося врядувати,

освічувати та асимілювати» [1, с. 39]. І якщо Канєвський – це тип ліберала-експансіоніста, то сам автор твору – це імперський філантроп. М. Покровський, на думку публіциста, розглядав асиміляцію поляків як закономірність, і ця асиміляція мала відбутися не на політичному та культурному рівні, а на рівні психічного складу етносу. «Він хотів би обрусіння гуманного, делікатного за формою, але тим більш ґрунтовного, такого, щоб навіть з глибини душі поляків вирвати почуття їхньої національності, щоб змінити все їх виховання в дусі асиміляції з росіянами. У цій асиміляції він бачить справжній, найвищий національний інтерес поляків, якого вони вперто не хотять розуміти» [2, № 111, с. 3], – характеризує справжні імперські схильності росіян Іван Франко. Імперіалізм глибоко вкоренився не лише на урядовому рівні, а й в національному характері пересічного росіянина. Публіцист пише, що уряд – це показник політичної культури суспільства, виразник його інтересів, а, отже, виразник проімперських позицій кожного росіянина. Іван Франко робить логічний висновок щодо рівня цивілізованості російського народу, адже лише люди далекі від цивілізаційних стандартів (окремо варто виділити свободу, вільний розвиток, міжкультурні комунікації) можуть насаджувати свої стереотипізовані проекти розвитку іншій культурі. Сьогодні спостерігаємо цю політику «обрусіння» на окупованих українських територіях, насильницьку імплементацію імперських наративів, вкотре пересвідчуємося не лише в цивілізаційному варварстві, а й у повній дегуманізації ментальності росіян. Візії Івана Франка щодо звихненої ментальності росіян знову на часі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шкандрій М. В обіймах імперії: Російська і українська література новітньої доби / Мирослав Шкандрій ; [пер. з англ. П. Таращук]. – К. : Факт, 2004. – 496 с.
2. Franko I. Blednow / Iwan Franko // Kurjer Lwowski. – 1892. – № 104. – S. 2–3; № 105. – S. 2–3; № 106. – S. 2–3; № 107. – S. 2–3; № 108. – S. 2–3; № 110. – S. 2–3; № 111. – S. 2–3.

Тетяна Слотюк
(к. соц. ком., доцентка)

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ТА НАПОВНЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ "РУБРИКА" – МЕДІА КОРИСНИХ РІШЕНЬ

Журналістика рішень як новий напрям роботи у медіа почав розвиватися відносно недавно. Internews-Україна як неурядова організація, що займається утвердженням європейських цінностей в Україні через становлення успішних медіа, зосереджує значну увагу на цей тип журналістики та його впровадження у редакції різних рівнів. Українська структура організації Internews декілька разів на рік оголошує ґрантові проєкти для незалежних редакцій та журналістів, які прагнуть писати у межах концепції журналістики рішень. Від початку війни на Сході України відкривалися нові можливості роботи у цьому напрямі журналістики для медіа саме з цих регіонів. Однак, в майбутньому, через повномасштабну війну Росії проти України, ймовірно, буде значно ширша географія для таких ґрантів. Також постане потреба не лише у журналістиці рішень, а й загалом у конструктивній журналістиці та в одному з її видів – відновних наративах.

Інтернет-видання «Рубрика: все по поличках» перше в Україні заявило про себе як таке, що працюватиме у форматі журналістики рішень (solution journalism). Редакція визначила основну стратегію своєї роботи у тому, щоб не лише повідомляти про проблеми, а й вказувати на те, як їх можна вирішувати на рівні держави, громади чи навіть однієї людини. Журналісти збирають історії, пояснюють, як і чому певні кейси працюють або не працюють, на які проблеми натрапили герої і які рішення спричинили значні результати, а які можна масштабувати. Гасло та мотивація цього медіа доволі прості, навіть дещо наївні: «Ми сподіваємося, що це допоможе нашим читачам самим ставати агентами змін у своєму житті, в Україні, у світі. Робимо матеріали, які мають бути корисними вам – нашим читачам. Інші медіа приносять вам проблеми. Ми приносимо рішення» [2]. Бажання спонукати аудиторію до активної дієвої позиції, а не мовчазного споглядання, – достатньо амбіційні і здебільшого «Рубрика» дотримується цього принципу.

Концепція видання полягає у тому, щоб не лише інформувати про проблеми, з якими має справу певна група людей, громада чи суспільство загалом, а подавати дієві приклади того, яку модель можна було б запозичити для вирішення конкретної проблемної ситуації.

Структура сайту містить декілька рубрик, наприклад: «Що відбувається»; «Корисності»; «Кейси»; «Небайдужа»; «Екорубрика»; «Урбан» та «еРубрика». Що ж стосується розділу новини, вона мало відрізняється тематичними підрозділами від інших мережевих видань:

«Політика»; «Економіка»; «Суспільство»; «Світ»; «Події»; «Освіта і наука»; «Екологія»; «Технології»; «Культура»; «Здоров'я»; «Спорт» та «Київ». Також структура інтернет-видання містить рубрику «Колонки» та «Спецпроєкти».

Після повномасштабного вторгнення Росії до України рубрика «Спецпроєкти» поповнилася такими темами: «Обличчя Оборони України», «Економіка воєнного і мирного часу», «#Викривачі», «Дипломатична нота», а також з'явилися спецтеми: «Російська загроза: що робити» та «Агресія РФ: актуальні новини».

Журналістика рішень стосується перш за все соціальних проблем, серед яких і тема екології, якій присвячена левова частка матеріалів, що слугують прикладами журналістики рішень. Зазвичай медіа повідомляють про новину, яка стосується, скажімо, екологічної тематики, подають аналітичну розвідку, але не пропонують варіантів вирішення цієї проблеми.

Архітектоніка матеріалів видання, в яких пропонуються рішення, доволі проста і своєрідна: «У чому проблема?», «Яке рішення?» і «Як це працює?». Наприклад, в одному з матеріалів на екологічну тематику – «Вітражі зі сміття: як на Житомирщині скляні відходи перетворюються на витвори мистецтва» подано проблему таким чином: «Сміття. З кожним роком його стає все більше. Залишки їжі, пластик, будівельне сміття після ремонту, непотрібні меблі, інші побутові предмети, відходи виробництва та сфери обслуговування… А ще — скло. Лише американці щороку продукують 10 мільйонів тонн скляних відходів на рік. І тільки третина цього обсягу потрапляє в переробку» [3]. Далі автор наводить приклад того, яке рішення прийняли у французькому місті Бордо та розповідає, як впорався зі скловідходами майстер з Житомирщини.

Інтернет-видання «Рубрика», окрім повідомлення статистичних даних, ставить питання «Яке рішення?» і дає на нього відповідь, а далі детально пояснює «Як це працює?». Герой матеріалу – майстер Олег Хромченко загадує, що задумувався про щось подібне ще з кінця 90-х років минулого століття. «Так майстер почав застосовувати ковальську техніку і з відходів скла народилися унікальні художні композиції – металовітражі» [3]. Через історію однієї людини подано вирішення глобальної проблеми – переробки скла.

Перед різдвяно-новорічними святами однією з основних тем теж була екологічна тематика, присвячена встановленню ялинок, їхня утилізація, альтернативні рішення у світі щодо запобігання вирубки дерев та створення різдвяного настрою й атмосфери.

Також напередодні свят видання подало огляд тематичних рекламних роликів, в яких порушено гострі соціальні питання (самотність старших людей на свята, екологічні проблеми, життя і здоров'я близьких, подолання страхів та ін.) і продемонстровано вихід із цих

ситуацій [4]. Також журналістка видання Вікторія Губарева підготувала матеріал про «Топ-10 інклюзивних рішень 2021 року: найкращі ініціативи українських активістів та іноземні інновації» [1], де подано найновіші розробки, які докорінно можуть допомогти змінити життя людей з інвалідністю.

До 24 лютого 2022 року топ-темами Інтернет-видання «Рубрика» були, наприклад: допомога дітям на окупованих територіях з оргтехнікою для навчання (Що робити зі старою технікою? Надати їй нового життя і цим займається волонтер, колишній АТОвець); створення скаутського табору на Донеччині (Дозволяє впроваджувати патріотичне виховання через гру, фізичний вишкіл та інтелектуальну роботу); діяльність майстерні у Львові для людей з аутизмом та синдромом Дауна (Як працює інклюзія після 18 років, коли держава більше не опікується такими людьми?) та ін.

Повномасштабне вторгнення Росії до України вплинуло на формування рубрик та наповнення як стрічки новин, так і на появу нових спецпроєктів у Інтернет-виданні «Рубрика». Автори медіапроєкту не лише подають новини з фронту, а й повідомляють про життя під час війни тимчасово переміщених осіб, поранених, тих, хто втратив свої домівки і т.д. Рубрика «Кейси» містить історії про різних людей і, як один із видів конструктивної журналістики, відновні наративи допомагають розкрити не лише суть проблеми, а й запропонувати рішення та показати, що люди знаходять у собі сили для боротьби, бо життя триває попри все, що вони пережили.

ЛІТЕРАТУРА

1. Губарева В. «Топ-10 інклюзивних рішень 2021 року: найкращі ініціативи українських активістів та іноземні інновації» URL https://rubryka.com/article/inclusive-solutions/ (дата звернення 14.06.2022).
2. Про «Рубрику» URL https://rubryka.com/about/ (дата звернення 14.06.2022).
3. Смагіна А. «Вітражі зі сміття» URL https://rubryka.com/article/vitrazhi-z-smittya/ (дата звернення 14.06.2022).
4. Смагіна А. Топ-12 найдобріших різдвяних реклам 2021. Як бренди змушують задуматися над важливими проблемами URL https://rubryka.com/article/christmas-videos-2022/ (дата звернення 14.06.2022).

Ігор Павлюк
(д. соц. ком., професор)

СУЧАСНИЙ ЛІТЕРАТУРНИЙ ПРОЦЕС В УКРАЇНІ[1]

Думати-говорити-писати про сучасний літературний процес, будучи його учасником, – все одно, що витягувати себе самого із болота за... чуба. Адже велику літературу, тобто ту, що має хоч якісь шанси стати релігією, видно-чути не лише з відносно великої відстані простору-і-часу.

Тому у цих коротких тезах прізвищ та текстів не називатиму: кожен поставить, як захоче, сам. Диференціацію-градацію, щоправда в дещо іншій формі, я запропонував ще у 1996 році у своєму дисертаційному дослідженні «Митець – Влада – Преса: історико-типологічний аналіз». А нині пропоную інший фокус зору:

1. Письменники-діди (60 і більше років):
а) апологети режиму, «професійні патріоти», флюгери
б) дисиденти-опозиціонери
в) емігранти
- *зовнішні*
- *внутрішні*

Найяскравіші із них (незалежно від приналежності до дисидентів чи комуністів) висять уже на Дошці пошани національної пам'яті і маргінесна свідомість вважає їх «священними коровами», а не провінційна, творча, віддає їм усім належне – кому за Твір, кому за позицію, кому за позу... Дехто з емігрантів-гуру і колишніх ярих прихильників режиму нагадує грінго – так називають іноземців зневажливо в Мексиці. Суспільство і брати по перу відчувають у них трагічну пожадливість останнього відчуття слави, влади, грошей... І лише одиниці з них, доживши до глибокої старості, ведуть себе достойно...

2. Письменники-діти (30-60 років)
а) органічні патріоти, «грунтівці»
б) грантоїди-глобалісти
в) емігранти
- *зовнішні*
- *внутрішні*

Вони медіуми історії не лише у глобальному сенсі, але й у поколіннєвому: на них тягар пошани до батьків і любові до дітей при всій латентній і відкритій конкуренції між собою. Неоромантичні. Легко іронічні. Наївно ділові. Як диявольський магніт їх взаємопритягально

1 Ширше ця тема представлена у статті автора «935 слів про сучасний літературний процес в Україні». – Режим доступу http://bukvoid.com.ua/column/2010/07/06/151915.html (дата звернення 03.03.2022). – Назва з екрана.

тягне до власть імущих, представниками яких часто є письменники-діди, адже їм самим все більше й частіше світять плоди зі сфери «мистецтво для мистецтва». Та депутатські привілеї-комфорти від «інженерії людських душ», «красного письменства» все далі і далі, як вони самі від народу, хоча дехто з них не обділений пафосністю та умінням робити площадну поезію, яка кличе на барикади, на війну, а не в корчму чи в ліжко... Незручні для батьків, які «ще можуть», і дітей, які «вже можуть» – така-от фройдівська любов-ненависть. Врешті-решт справжній митець завжди не-формат і для всіх незручний.

3. Письменники-внуки (20-30 років)

а) «ґрунтівці»

б) грантоїди

в) емігранти

- *зовнішні*
- *внутрішні*

Суєтно-активні, віртуально грамотні, реально прагматичні, жорстко іронічні. Знають мови. Експансивні. Внесли елементи спортивних ігор в літературу (конкурси, рейтинги, номінації тощо). Соромляться чесної бідності дідів і батьків. Гнучкіші, незалежніші, дикіші, сильніші – загалом, дрібніші – зокрема. Пишуть-кнопають (на «компіках») верлібри (їх же легко перекладає іншими мовами той же «компік», хоча в середовищі тих мов потрібні вони, як їжакові футболка) більше про плоть, про душевну плоть, ніж про плоть душі. Хоча винятки із правила (а вони мусять бути), які, як відомо, це ж правило підтверджують, і парадоксально мають найбільше шансів зостатися в історії літератури... Час підбере до їх легенд золотий ключик.

Як бачимо, між диференціаціями груп «діти» і «внуки» різниці практично нема − за біологічним «законом третього покоління» Ґрегора Менделя. Зрозуміло, що представники усіх цих умовних груп (від літературних клоунів, гламурних мажорів – до гімнотворців та творців квазіміфів на кшталт: «все у світі почалося з України, Христос – українець тощо) репрезентують різні жанри, стилі, напрямки літератури (від соціалістичного реалізму, магічного реалізму, модернізму – до постмодернізму, натуралізму, неоромантизму тощо), так чи інакше контактують із братами по духу зі своєї вікової групи та із репрезентантами інших груп, друкуються-оприлюднюються-тусуються в різних часописах та на Інтернет-сайтах, дехто активний у політиці (є навіть депутатами різних рівнів) і байдужі до неї, релігії, хочуть, щоби їх почули у світі. Хоча це вже тема окремого соціо-психологічного дослідження а-ля «Акцентуйовані особистості» Карла Леонгарда в національному контексті.

Процес сучукрліту триває в умовах війни. Це вже тема окремого дослідження.

Юлія Присяжна-Гапченко
(асистентка)

ЖУРНАЛ «ЖИТТЯ»: КОРОТКИЙ, АЛЕ ПОМІТНИЙ ШЛЯХ

У січні 1949 р. в Ауґсбургу вийшов перший номер журналу української родини за кордоном «Життя», який, як зазначалося у вихідних даних, «видає видавництво «Молоде життя» в порозумінні із Союзом Українських Пластунів та Об'єднанням Українських Жінок». Такий різдвяний подарунок супроводжувався змістовним вступним словом редакції і дирекції видавництва, а також статтею одного із провідних еміграційних публіцистів Миколи Шлемкевича, у якій він, зокрема, підкреслював: «Ми не маємо нашого дому, але українські родини, запалюючи свічки на чужині, житимуть уявою і вірою в домі нашого духа, в якому ясним світлом палає віра в близьку появу Бога правди в осквернênім світі. І в тій вірі українські родини, – як колись свята родина в єгипетськім скитальстві, – чекатимуть радісної вістки янгола: згинули вже ті, що наставали на ваше життя – йдіть спокійно додому».

Редакція часопису ставила перед собою шляхетне завдання – об'єднати і зберегти земляків, розсипаних по всьому світу, для України і усвідомлювала, що таку місію можна виконати тільки за умови збереження і плекання традиції і духу української родини, дбаючи, щоб вона була джерелом українського життя, української духовності і українського майбутнього. З цього огляду творці часопису подбали, щоб у першому числі з'явилася стаття «Вага традиції», автор якої зумів концентровано і зрозуміло наголосити на важливості збереження і примноження традицій на кожній ділянці родинного і національного життя. Бо саме завдяки цьому ми вигідно виділяємося в колі інших народів виразною національною ідентичністю.

Редакція дбала, щоб кожного місяця у домі з'являлося чтиво, яке б було цікавим для кожного члена сім'ї зокрема, а окремі публікації – для всіх сукупно. У статті «Консолідація душ» («Життя», Ч.2, С.3) публіцист і філософ М. Шлемкевич обґрунтовує потребу «широкої української амнестії», а конкретніше – «вимести з душевних комор гори сміття із минулих літ, багато нехіті, гніву й образ, винесених із внутрішньої громадянської війни» задля «глибшої сердечної консолідації». Автор підкреслює, що «таку амнестію мусить здійснити велика українська родина. Вона – політично консолідована – мусить забути і простити собі багато. Мусить позбутися всіх упереджень і зробити в душі своїй порядок, наче перед великим святом у хаті. М. Шлемкевич із притаманною йому філософською далекоглядністю пов'язує завдання сім'ї і української родини (еміграційної спільноти) в одну систему координат.

Зміст кожного числа «Життя» гранично насичений. Таке твердження спростуємо, гортаючи третій номер журналу. Атанас Фіголь у роздумах «Закордоном / еміграція й емігрантщина» визначає завдання політичного скитальця. Петро Надтисянський своїми нотатками «З важких днів Закарпаття» відзначив 10-у річницю Карпатської України. Спогадом «35 років тому – у Києві» про святкування 100-річчя Тараса Шевченка ділиться В.О. Органічно вписується у контекст номера подорожній нарис Л. Лимана «Запоріжжя, айстри і Дніпрельстан». Насичений актуальною інформацією двосторінковий розділ «Українці в світі». Еко (Едвард Козак) з притаманним йому почуттям гумору у нарисі «Еротика на Парижі» (розділ «Львівська богема») розповідає про Олексу Новаківського. В. Домонтович пропонує розвідку «Ревуха». Часопис подає звіт «В нашій «Alma Mater» – про відновлену роботу Українського Вільного Університету. Професор Олександр Кульчицький на замовлення редакції написав статтю «Сни кажуть правду», а Людмила Івченко подала продовження роману майбутнього «Рік 2245». У «Кутку філателіста» - чергова публікація Ю. Максимчука «Тарас Шевченко на поштових марках». Знайшлося у номері місце і для «Куткa розваги». Кожна публікація проілюстрована фотографіями, малюнками (Див.: Життя» (1949), Ч.3).

Головний редактор і видавець часопису Атанас Фіголь разом з групою ентузіастів детально розробили вдалу концепцію журналу української родини. Насамперед, як свідчить огляд, було вирішено запросити до співпраці вже відомих у середовищі діаспори журналістів, літераторів, публіцистів, представників академічної спільноти, громадських діячів. Серед авторів «Життя» – М. Шлемкевич, Юрій Шерех (Шевельов), М. Добрянський, І. Керницький, І. Чайківський, Р. Купчинський, О. Лятуринська, В. Домонтович (Петров), В. Янів, О. Кульчицький, Галактіон Чіпка, Г. Черінь, Л. Лиман, М. Зашківський (Коновалець) та ін. Вони творили неповторну атмосферу родинного часопису. Важливо й те, що до оформлення журналу доклали максимум зусиль кращі художники з числа скитальців Едвард Козак (Еко), Яків Гніздовський, Мирон Левицький. Вони малювали заголовки, рубрики, заставки, ілюстрації до окремих публікацій. Кожне число «Життя» завершувалося розділом «Пісні в образках» – Едвард Козак вперше увів у журнальну дизайнерську практику комікси на теми українських народних пісень.

Вийшло всього чотири номери журналу «Життя». Але слід підкреслити, що видання це залишило помітний слід в історії повоєнної української еміграційної перси як зразок досконалого часопису для родини, досвід якого варто врахувати під сучасну пору, формуючи репертуар друкованих видань.

Оксана Бабенко
(аспірантка)

КОНТЕНТ І ТЕНДЕНЦІЇ У МЕДІА ЕКУМЕНІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Військовий стан в Україні, період невизначеності і багатьох тривог у суспільному і буденному житті кожного громадянина спричинили свій вплив і на функціонування різноманітних медіа. Не стали винятком і медіа, які у своїх матеріалах мають дотичність до теми екуменізму, а також міжрелігійного та міжконфесійного діалогу зокрема. Цікавою тенденцією стало те, що як православні, так і католицькі кола широко заговорили про так звану Ostpolitik, яку впродовж багатьох років здійснював Ватикан стосовно Москви.

Зримим виявом цієї політики ще у 2016 році, вже коли Російська Федерація анексувала в України Крим, вдерлася на Донбас, була зустріч Папи Франциска та Патріарха Кирила у Ватикані [2]. Втім, заграючи із католицькими колами, у РПЦ часто говорили про "єресь екуменізму", переконували своїх вірян що католицизм є чимось поганим.

Легко знайти у Інтернеті, наприклад, статтю архімандрита Серафима (Алексєєва) про те чому православному християнину не можна бути екуменістом [3]. Однак, коли почалося повномасштабне вторгнення Росії до України, РПЦ, УПЦ МП широко використовують екуменізм у своїх цілях. Щоб "відбілити" себе.

Відтак, журналісти почали відкрито писати про те, що бездумний екуменізм, загравання з іншою конфесією заради певних політичних вигод, є досить небезпечним явищем, яке може загрожувати репутаційними втратами.

"Оптика Ostpolitik завжди розглядала Україну та її Церкви як troublemakers (порушників спокою), бо наша суб'єктність не вписувалася в москвоцентричні моделі, оскільки Росія не визнавала цієї суб'єктності. Як тільки у Ватикані зрозуміють, що замість задивленої на Загорськ східної політики необхідно виробити власну й адекватну «українську політику», то відразу ж там зможуть побачити ще й досі не виявлені можливості, які напевно допоможуть розв'язати багато проблем в сучасному екуменічному русі, в християнській Ойкумені та в цілому глобалізованому і, водночас, такому крихкому й неспокійному світі", – йдеться на сайті Релігійно-інформаційної служби України [1].

Водночас, сайт "Духовний фронт" відзначав у статті "У РПЦ забули за єресь екуменізму?" про те, що Російська Православна Церква використовує важелі екуменічного руху у своїх загарбницьких інтересах, немобви заграючи із католиками, щоб отримати в їхньому обличчі своїх "союзників".

"Ці спільні богослужіння РПЦ і римо-католиків прокоментував богослов архімандрит Романос Анастасіадіс. Він запропонував проросійському єрарху із Грецької Церкви митрополиту Пірейському, який виступав проти визнання ПЦУ і критикував Вселенський Патріархат за «єресь екуменізм», звернути особливу увагу на **богослужіння митрополита РПЦ із католиками**. Варто зазначити, що від РПЦ і наближених до неї єрархів лунають звинувачення на Вселенський Патріархат за «єресь екуменізму» через спільні молитви із римо-католиками" [4].

На відміну від Росії, в Україні, особливо у період повномасштабної війни, бачимо наглядний приклад здорового екуменізму, коли взаємодія між релігійними лідерами стає виявом плюралізму думок, патріотичного єднання і пошуку діалогу. Втім, важливим сигналом екуменічної єдності стали регулярні молитви очільників Церков та релігійних організацій у Софії Київській. Ці молитви за встановлення миру, стали своєрідною візитівкою цьогорічної повномасштабної війни і продемонстрували, що в Україні є дуже плюралістичне релігійне середовище, відкрите до того, аби чути та приймати іншого, аби спільно взаємодіяти задля добра Батьківщини.

До прикладу, публікацією такого штибу є замітка на сайті "Релігійно-інформаційної служби України" за 9 квітня 2022 року під назвою "У Софії Київській відбулася міжконфесійна молитва за Україну" [5].

Відтак, можна зробити висновок, що екуменічний контент не втрачає своєї ваги у пресі під час повномасштабної війни, але навпаки набирає обертів, нових сенсів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабинський А. Дещо про Ostpolitik. Релігійно-інформаційна служба України веб-сайт. URL: https://risu.ua/
2. Папа Франциск і російський патріарх Кирило проводять зустріч в аеропорті Гавани. Гал-інфо веб-сайт. URL: https://galinfo.com.ua/
3. Почему православному христианину нельзя быть экуменистом. Азбука, веб-сайт. URL: https://azbyka.ru/
4. У РПЦ забули про єресь екуменізму? Духовний фронт України, веб-сайт. URL: https://df.news/
5. У Софії Київській відбулася міжконфесійна молитва за Україну. Релігійно-інформаційна служба України, веб-сайт. URL: https://risu.ua/

Yuriy Zaliznyak
(associate professor)

COGNITIVE WARFARE IN UKRAINE AS A CHALLENGE FOR GLOBAL JOURNALISM STANDARDS MODERNIZATION

For decades, after their establishment in western democracies journalism standards have been well known and spread worldwide – despite some possible interpretations. Honesty, integrity, independence, accuracy, contextual truth/truthfulness, transparency, objectivity, impartiality, fairness, public accountability, respect and fairness – all these principles of profession are still being promoted in Ukraine as a part of post-Soviet part of the planet. Without any doubt, this profoundly studied and practically approbated framework allows any newsroom in general and every reporter in particular to cover their stories without useless doubts in ethical approach or moral reasoning of the produced content.

Fake news challenge partially revealed the existence of some possible problem here when not only audiences but even respected media were fooled with a harmful, manipulative or misleading content – stories that were looking pretty consistent and solid from the journalism standards perspective but were still fake. This problem became vivid especially in Ukraine after the Russian hybrid aggression and it is still actual during the hot phase of Moscow invasion. But as the impact of fake news was amplified by the development of social media, algorithms and especially by emerging mobile technologies, it also inspired the understanding of possibility to influence on separate target audiences in a different way with a different scale of result.

Unlike fake news cognitive warfare stands for not "what people think" modification but for "how people think". Due to some definitions, cognitive warfare may be explained as the "maneuvers in the cognitive domain to establish a predetermined perception among a target audience in order to gain advantage over another party" [2]. Cognitive warfare attempts to alter people's perceptions, which is the fundamental basis for action. And what if this audience, these people are journalists, media and newsrooms with their well-known standards and principles?

Cognitive warfare shapes and influences individual and group beliefs and behaviors to favor an aggressor's tactical or strategic objectives. The NATO officials have also understood the possible danger of cognitive warfare its extreme form, it has the potential to fracture and fragment an entire society, so that it no longer has the collective will to resist an adversary's

intentions [1]. In order to be effective in influence on broad audience within particular country or behind its borders any cognitive warfare actor may consider the possibility of using some proxies. The mediative role of professional media under the described circumstances seems to be the most suitable here.

And if the foundations of western journalism model are well known why not to exploit them against particular media markets or collective West as a whole? Especially since in digital age we are dealing with a visible penetration of news stories – because of existing information freedoms on Internet and the general model of agenda setting and media products consumption.

After the beginning of a new stage of Russian information offense against Ukraine in 2014 and other western states (for instance – the US during presidential election campaign in 2016) media literacy and fakes combating have become the popular trend in endangered communities. Key news agencies' and media outlets' representatives are sometimes still involved into these activities. But there are no strong guaranties that these well-educated and experienced professionals are invinsible for some cognitive manipulations.

The case of Jason Blair – a reporter for The New York Times may be a possible example here. The 2003 scandal exposed the vulnerability of particular media editors and other newsrooms in identifying compilated reports "from the second gulf war front" ordinally written on the American terrain. The content of Blair's articles was based on facts delivered by news agencies and other media but the way he made it up was trespassing for the industry [4].

Another, more recent and not so distant example from Ukrainian news market was provided by a journalism school student from Lviv. Working as intern for local online media she did not manage to get the comment from the representative of Lviv city council and made it up – based on previous articles on that account. The editor did not notice that and the actual hoax was reviled only by the "interviewed" official office [3].

Mentioned scandals, at least partially, became possible because both authors were professional enough to know industry's norms and standards to produce visibly adequate piece each. But something went wrong when their motivation met the reality.

Taking into consideration the vividly aggressive approach in spreading of disinformation and propaganda in the US, EU and other countries by media funded by current regime in Moscow, we must consider some adequate response – especially after a new phase of actual war started on February 24, 2022.

Conclusions

- The Russian cognitive warfare challenge Ukraine and other democratic governments in terms of war reporting as formally standard war reporting might be sometimes just a professionally constructed

cover for malicious disinformation – targeted at the toxic changes in audience's perception of reality.

- There is an urgent need for systematic and professional tracing of sometimes controversial markers of cognitive warfare in local and global conflict between Russia, Ukraine and collective West.
- Not only Ukrainian but also worldwide respected media, dedicated to all professional standards, covering the news, setting the agenda and sincerely backing people's right to know, are easily becoming an instrument of propaganda, misinformation, and disorientation of the audience.
- Without significant intellectual and critical development, journalism standards and modern media ethics might be incorporated into the arsenal of cognitive warfare means of unseen before manipulation.

ЛІТЕРАТУРА

1. Johns Hopkins University, Imperial College London, "Countering cognitive warfare: awareness and resilience", *NATO Review*, May 20, 2021, https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/05/20/countering-cognitive-warfare-awareness-and-resilience/index.html
2. Ottewell, Paul, "Defining the Cognitive Domain", *Over the Horizon*, December 7, 2020, https://othjournal.com/2020/12/07/defining-the-cognitive-domain/
3. "The trainee of the Lviv media made up the news. The editorial office will no longer accept trainees", *Detector Media*, January 13, 2022, https://detector.media/medialife/article/195533/2022-01-13-praktykantka-lvivskogo-vydannya-vygadala-novynu-bilshe-redaktsiya-ne-bratyme-studentiv-na-praktyku/
4. Uribarri, Adrian, "The Times and Jayson Blair", *Society of professional journalists*, Accessed May 9, 2022, https://www.spj.org/ecs13.asp

Nataliia Gabor *(associate professor),*
Yuliana Lavrysh *(associate Professor)*

JOURNALISM EDUCATION PLUS THE EUROPEAN OPPORTUNITY

Journalism education needs change. However, it is not enough to recognize the need for change, you need to have an opportunity to produce it. Such an opportunity for change in journalism education was provided by the Erasmus + KA2 DESTIN project («Journalism Education for Democracy in Ukraine: Development of Standards, Integrity and Professionalism»), **which brought together** twenty educational and media institutions and organizations, including **ten Ukrainian universities. For the Faculty of Journalism of the Ivan Franko National University of Lviv, the story began in 2018.**

Each stage of the project was valuable in its own way: the one when we examined the results of an anonymous survey of employers and students on education; the one when British colleagues reviewed and analysed our programs and educational plans and gave helpful comments; the one when the **DESTIN** participants studied in British, Polish, and Swedish schools of journalism; the one when each team worked on different tasks based on the materials of their faculty or department, discussing the results together in meetings; and even the one when, performing a SWOT-analysis of our curricula and learning conditions, we began to take a critical look at them and reconsider them. **The DESTIN project is interesting for its versatility of approaches to change in higher journalism education.**

It was during the project that we first used survey results as a tool for change. To understand the current needs of employers and to identify the wishes of students, the project participants from Kyiv conducted a survey of students and employers of the ten Ukrainian universities brought together by the project. The generalized results of the survey were provided to all participants. This result was undoubtedly useful, but we were interested in the feedback and ideas of our alumni and employers. Therefore, the LNU team together with the LNU Department of Career Development and Cooperation with Business[*], and Marketing and Development Centre[**] **conducted an additional clarification survey to find out what exactly our faculty graduates and employers are interested in, as well as what their take on specific changes is (such as the opportunity to obtain dual degrees under certain conditions) as well as on their own prospects with the education they received at the Faculty of Journalism in LNU.** And while the "average student surveyed" (of the ten

[*] https://work.lnu.edu.ua

[**] https://marketingcenter.lnu.edu.ua

universities involved in the DESTIN project) focused on the small range of elective courses and the lack of practical classes, Lviv bachelors, according to our survey findings, did not mind theoretical knowledge but wanted it to be presented in the context of contemporary media practice. The students also complained about the large number of historical subjects in the final year of the bachelor's degree course. Upon generalizing the students' responses, we came up with the following results:

	Education in general, %	Practice, %
Completely dissatisfied	4.3	13.0
Somewhat dissatisfied	21.7	21.7
Mostly satisfied	30.4	26.1
Completely satisfied	39.1	34.8
Hard to say	4.3	4.3

(the feedback from 2020 year's bachelor's degree students)

Assessing the level of satisfaction with various elements of the educational process, graduates of the Faculty of Journalism rate education in general somewhat higher (the share of satisfied and fully satisfied answers together amounts to 69.5%) than practice (60.9%). Also, the respondents rated the quality of their theoretical training slightly higher – 6.96 on a scale from 1 to 10 (where 1 is the minimum and 10 is the maximum indicator), while the quality of their practical training on the same scale is only 6.09.

In the evaluation of competencies and skills the highest-rated were the professional competencies of critical thinking and the ability to work in a team. The lowest-rated were competencies such as legal literacy (the share of «low» and «below average» responses amounted to 43.4%) and business literacy (52.1%). All these indicators were discussed and taken into account at the faculty.

They like to tell an old Soviet joke about studying at Ukrainian universities: when you first come to work, you are told «forget everything you have been taught, we will teach you». In this regard, another interesting indicator was the one that showed the share of graduates who had to be retrained.

Have you ever had to retrain or gain new knowledge at work?

Yes, for one week	5.9%
Yes, for a month	41.2%
Yes, from 2 to 3 months	11.8%
Yes, for more than 6 months	17.6%
No	23.5%

Even the highest indicator of 1 month can be interpreted as primary adaptation to a new job. Psychologists argue that adaptation in a new team can last from several weeks to six months [1].

In the future, the faculty will definitely use the results of such surveys. Although it is necessary to take into account possible errors. For example, last year's graduates expressed a desire to learn to draft and implement media projects, while the majority of this year's graduates showed no interest in the topic.

Another lesson we learned was that even though we had previously invited employers or partially involved them in the training process, they were mostly like a cherry on a cake — welcome guests. Now, stakeholders and their advice have become a variable accounted for in analysis and a tool for change.

The survey itself revealed some potential areas to tap so as to boost theenrolment in master's programs, because, unfortunately, this is where the number of applicantsis decreasing dramatically, especially giventhe quarantine and distance learning. Thus, the survey revealed that if the master's degree program gave the opportunity to obtain dual degrees, together with, for example, a program of the Polish University in Poznan, more than 60 per cent of those who do NOT PLAN to enrol in a master's program today would enter it. Therefore, this step – i.e. creation of dual programs –offers some long-term prospects and opportunities for faculties.

Another point I would like to focus on is the fact that probably each of us, teachers, has some insights, new ideas and considerations, which, however, are difficult to implement until verified through some friendly professional peer review, generating helpful commentsfrom those who have more experience. Besides, the **DESTIN** project contributed to the emergence of an informal association of like-minded people from ten Ukrainian universitiesunder the guidance of British researchers, who have their ten different experiences, which they eagerly share. This is one of the invisible but very valuable results of the Erasmus project.

This project has created a friendly professional environment for journalism educators who compete only during entrance exams, while being colleagues, partners, and like-minded people for the rest of the year with many similar problems that we should address together. We have formed a community of like-minded people who received an opportunity to communicate with each other not only during short round table or conference discussions but for a long time, discussing various issues in offline or online meetings and seminars. As a result, a group emerged within DESTIN aiming to create a Ukrainian Association of Media Researchers as a network for professional interaction and cooperation between universities and professional journalism organizations.It will

become one of the long-term results and a platform for further collaboration after the completion of our DESTIN project.

After the project is over it would be a great idea to start another stage. Our team see it as a continuation of the «education through research» project. Education has gone through stages from memorizing (1) and reproducing material (2) to creating projects and learning through research (3). We see and feel the need for stage 3, but we follow this path intuitively rather than based on a well-thought-out plan. It would be great if education through research could be our next area of cooperation.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковальчук Т. Адаптація в новому колективі: скільки триває та як полегшити / source: https://thepoint.rabota.ua/adaptatsiya-u-novomu-kolektyvi

Юліана Лавриш
(к. соц. ком., доцентка),
Андрій Мандрика,
Мар'яна Струк

НАВЧАЛЬНО-ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ КІТ-ЛАБОРОТАТОРІЇ ЯК МАЙДАНЧИК РОБОТИ З ТЕХНОЛОГІЯМИ НОВИХ МЕДІЙ

Лабораторія «Контент і технології» почала роботу на факультеті журналістики 1 вересня 2021 року. Навчальна КіТ-лабораторія (КіТ – Контент і Технології) при кафедрі нових медій факультету журналістики є структурним підрозділом Львівського національного університету імені Івана Франка, що розширює освітні можливості студентів факультету журналістики у сфері створення сучасного цифрового контенту та його просування. Лабораторію створено як результат співпраці Львівського національного університету імені Івана Франка з Bath Spa University (Об'єднане королівство Великої Британії та Північної Ірландії) у межах проєкту Erasmus+KA2 «Журналістська освіта заради демократії в Україні» (який триває з 2018 до 2023 року).

Лабораторія створена для того, щоб максимально наблизити умови навчання майбутніх журналістів до умов роботи з сучасними цифровими виданнями, сформувати в них вміння працювати з мультиплатформним контентом.

Основні завдання та функції, які ставимо перед собою у роботі лабораторії:

- Забезпечити підвищення якості навчального процесу на факультеті журналістики, надаючи студентам всіх кафедр доступ до сучасних засобів створення цифрового контенту для поглибленого опанування навичок роботи зі створення та просування інноваційного контенту для інтернет-засобів масової комунікації (VR-технології, ігрова (геймерська) журналістика) відповідно до вимог медіаринку.
- Створити інноваційне освітнє та професійне журналістське середовище для студентів та викладачів кафедри нових медій факультету журналістики.
- Надавати доступу і права безоплатного користування обладнанням лабораторії іншим працівникам факультету чи Університету, які реалізовують спільні проекти на базі факультету журналістики.
- Співпрацювати з працівниками інших факультетів Університету, які б сприяли створенню новітніх начально-професійних програм для роботи на медіаплатформах.
- Сприяти реалізації державних освітніх та наукових проєктів та програм за визначеними пріоритетними тематичними напрямками досліджень факультету загалом та кафедри нових медій зокрема.
- Залучати студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених до освітніх та освітньо-професійних проєктів.

Технічне обладнання Лабораторії придбане на основі проєкту Erasmus+KA2 «Журналістська освіта заради демократії».

Лабораторія у межах своїх повноважень співпрацює зі структурними підрозділами Університету для розширення освітніх можливостей студентів факультету журналістики. КіТ-лабораторія є майданчиком для зустрічей з онлайн-журналістами, блогерами, дослідниками нових медій. Так за неповний рік роботи вдалося організувати низку зустрічей та майстер-класів з священиком-тіктокером Кипріаном (Лозинським), громадянськими журналістами Ольгою Шалайською та Людмилою Євсєєнко, командою журналістів «VoxUkraine». Також працівники Лабораторії взяли участь у проєкті стартапів «Інноваційна весна», який відбувався в Університеті з квітня до травня 2022 року. Команда представила стартап «Роботизована журналістика» перед шведськими, американськими та голландськими інвесторами. Основна ідея – створити інформаційну систему, яка б шукала, фільтрувала і верифікувала інформацію для веб-ресурсів.

Нещодавно Школа практичної журналістики «The Ukrainians» продовжила співпрацю з колегами з факультету журналістики та Лабораторією «Контенту і Технологій» і пропонує студентам опанувати

специфіку журналістської професії на базі редакції. Упродовж такого навчання студенти матимуть реальну можливість зануритися у роботу онлайн-редакції, навчитися писати новини за стандартами журналістики, а також долучитися до роботи медійної екосистеми «The Ukrainians» – написання інтерв'ю, репортажів, створення подкастів, фото та відео, SMM.

Зустрічі з цікавими спікерами у межах Лабораторії та залучення студентів у різноманітні креативні та наукові проєкти – це прекрасна нагода для студентів мати простір для різнобічного навчання на основі практичних кейсів.

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

ФЕНОМЕН ТРАНСМЕДІЙНОСТІ У НОВИХ МЕДІА

Нові медіа дедалі частіше запозичують методи наративу у сучасної мистецької продукції. Зокрема веб-журналістика активно впроваджує різноманітні засоби інтерактивності, в яких користувач отримує можливість активно взаємодіяти з контентом і впливати на нього, отримуючи своє власне прочитання тексту.

У науковому дискурсі це явище доречно розглянути у концепції *трансмедійності*, яку подекуди плутають із *кросмедійністю* та *мультимедійністю.* Незважаючи на багато спільних ознак, ці поняття мають суттєві відмінності. Щоправда, величезна кількість дефініцій і тлумачень терміну «трансмедіа» значно ускладнює наукове осмислення цього явища.

Українська дослідниця Ольга Хворостина визначає поняття трансмедійность («трансмедійний наратив») як *комунікаційний формат, який становить сукупність взаємопов'язаних елементів цілісної картини світу, розміщених на багатьох медіаплатформах, до того ж на основі унікального змісту цих елементів виникає синергетичний ефект* [2; 131].

Дослідники Індрек Ібруса та Карлос Сколарі пояснюють це явище формулою «кросмедіа + наратив = трансмедіа». Тобто трансмедійність завжди включає в себе поняття кросмедіа, оскільки передбачає поширення історії за допомогою різних медіаплатформ. Натомість кросмедіа не завжди містить наратив, який дає змогу розповідати одну історію за допомогою різних медіаплатформ таким чином, щоб кожне медійне середовище робило власний унікальний внесок у розгортання історії [3; 8].

Для зручності виділимо та узагальнимо згадані явища у контексті створення медіапродукту у дещо спрощених формулюваннях:

Мультимедійність – створення контенту шляхом поєднання різних медійних форм (текст, відео, фотографія, анімація, аудіо тощо) в одному матеріалі, розміщеному на одній медіаплатформі.

Кросмедійність – створення одного матеріалу для розміщення на різних медіаплатформах. Формат матеріалу може суттєво змінюватися відповідно до особливостей цих платформ (ТБ, радіо, веб-портали, соцмережі, месенджери тощо).

Трансмедійність – створення однієї великої історії, яка складається із кількох або багатьох інших «маленьких» історій, об'єднаних однією темою. Кожна «маленька» історія є завершеною, але у синергетичному ефекті вони дають значно ширше уявлення про велику історію.

У маскультурі трансмедійність можна проілюструвати прикладом, зокрема, «Гаррі Поттера» Джоан Роулінг або «Піснею льоду і вогню» (відомою більшості за серіалом «Гра тронів») Джорджа Мартіна. Це історії, які не просто були екранізовані та ігрофіковані, а отримали багато доповнень до основної сюжетної лінії, включно із фанатськими, адже трансмедійність значною мірою передбачає взаємодію із користувачем.

Цей принцип є характерним не тільки для художнього трансмедійного наративу, але й будь-яких інших форм сторітелінгу, зокрема й журналістського.

Наприклад, авторка «Детектору Медіа» Альона Вишницька в рецензії на онлайн-курс із трансмедійного сторітелінгу Державного університету Сіднею, пояснює принцип трансмедіа на прикладі казки про Червону Шапочку: *«Є історія про дівчинку, її бабусю, вовка, світ, у якому вона живе. Є події, які відбуваються: пиріжки, злий вовк у бабусиному одязі тощо. І є все, про що ми не знаємо: хто ще живе в лісі крім цих персонажів, що відбувається за двадцять метрів і т.ін. І підхід трансмедіа полягає в тому, щоб не розповідати одну й ту ж історію про Червону Шапочку в різних засобах масової інформації, а охопити оцей більший світ. Наприклад, розказати про дитинство Вовка»* [1].

Трансмедійні механіки оповіді в сучасних документальних проектах можна умовно розділити за технічним форматом на три основні типи:

1) Інтерактивні лонгріди.

2) Інтерактивні документальні фільми.

3) Новинні ігри.

Незалежно від формату, в основі трансмедійного наративу лежить сюжет, що пропонує користувачеві так званий «навігаційний бар»: своєрідний інтерфейс, в якому користувач може обрати в який послідов-

ності буде ознайомлюватися з історією, які деталі для нього цікаві, а які можна пропустити.

Яскравим прикладом такого трансмедійного наративу є мультимедійний проект «Welcome to Pine Point» [4], побудований на спогадах мешканців колишнього гірськодобувного містечка Пайн Пойнт на північному сході Канади. Завдяки гармонійному поєднанню фотографій, музики, звукових ефектів, відеовставок проект нагадує водночас книгу мемуарів, документальний фільм та сімейний альбом, занурюючи користувача у минуле містечка, яке занепало на початку 90-х минулого століття і нині його немає на мапі. Проект містить «навігаційний бар», у якому можна вільно обирати послідовність перегляду. Історії мешканців передано як у тексті, так і у колажах із світлин та домашніх відеозаписів, нарізок із тодішніх газет, уривків щоденників та випускних альбомів. Сюжет пропонує переглядати його у встановленій авторами послідовності, але водночас надає можливість вибіркового ознайомлення з її частинами, залежно від зацікавлення користувача. Тобто проект передбачає велику варіативність поєднання різних сегментів мультимедійної історії.

Отже, завдання трансмедійного документального матеріалу – залучити користувача у структуру оповіді, розкривши її не у традиційній послідовності вступ-факти-коментарі-висновки, а у довільній, яка більше до вподоби користувачу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вишницька А. Як навчитися створювати трансмедійні історії. Огляд онлайн-курсу від Coursera. *Детектор Медіа.* 08.08.2017. URL: https://ms.detector.media/how-to/post/19422/2017-08-08-yak-navchytysya-stvoryuvaty-transmediyni-istorii-oglyad-onlayn-kursu-vid-coursera/
2. Хворостина О. Трансмедійний контент. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія.* Київ, 2017. С. 130–138.
3. Ibrus I., Scolari C. Crossmedia Innovations. *Texts, Markets, Institutions.* Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang, 2012. 319 p.
4. «Welcome to Pine Point». Web documentary project Paul Shoebridge, Michael Simons. URL: https://pinepoint.nfb.ca/

Ірина Шарова
(аспірантка)

ФОРМАТИ ТА ЖАНРИ ПРОСУВАННЯ ВИДАВНИЧОГО КОНТЕНТУ В ТІК ТОК

Соціальна мережа для відео Tik Tok стала «феноменом» у книжковій спільноті у 2021 році. Відео про такі книги як «These Violent Delights», «They Both Die at the End», «Lipstick on the Afterimage», «The Song of Achilles», «We Were Liars» зібрали сотні мільйонів переглядів. Така віральність позитивно вплинула на впізнаваність, а також продажі тиражів.

Вплив соціальної мережі на реальні продажі книг назвали «феноменом книжкового Tik Tok» або «феноменом BookTok». Пояснити маркування цієї події як «феноменальної» можна тим, що поки що жодна соціальна мережа не давала таких значних органічних результатів в просуванні UGC (User Generated Content) та продажі книг. Такому результатові однозначно посприяв формат соціальної мережі та алгоритмічна стрічка.

Технологія алгоритмічної стрічки є стандартом у галузі соціальних мереж вже 10 років — від перших випробувань Facebook у січні 2012 року [1]. У кожної соціальної мережі є власна технологія алгоритмічної стрічки, та для звичайного користувача вони всі — «чорні скриньки», принцип роботи яких невідомий. Хоч алгоритмічна стрічка Tik Tok і вважається серед професіоналів однією з найкращих (за рівнем релевантності контенту до інтересів користувачів), навести фактичні докази цьому складно. Відтак простіше довести, що саме формат соціальної мережі — короткі відео — стали однією із причин виникнення «феномену».

Відео до 1 хв (а з осені 2021 року — до 5 хв) змушують творців не розважального, а саме описового контенту висловлюватися точніше, швидше та емоційніше [2]. Така потреба у креативному підході розвинула декілька жанрів відео у BookTok:

- переказ сюжету (як власної інтригуючої історії, через атмосферні кліпи-картинки, під трендові звуки);
- постановка діалогу між дійовими персонажами книг (під оригінальні чи трендові звуки);
- «ворожіння» на наступну книгу до читання: за попереднім читацьким досвідом, улюбленим типажом персонажів, бажаною атмосферою/часом/місцем подій сюжету або досвідом, який переживуть персонажі тощо;
- емоційне невербальне відео-відгук;
- швидкий перегляд обкладинок на певну тему чи жанр;

- «знайомство» із книжковими полицями (цей піджанр існував ще до BookTok) тощо.

Цей перелік жанрів не є вичерпним. Спільнота книжкового Tik Tok наразі налічує понад 39 мільярдів переглядів під найбільшою кришміткою #BookTok станом на лютий 2022 року. Цей показник показав ріст у 115% за останні 5 місяців.

При цьому формат відео до 1 хвилини часу залишається найпопулярнішим. Хоча офіс соціальної мережі ввів формат відео до 5 хв завдяки підвищеній залученості аудиторії [2], все ж короткі відео залишаються найбільш переглядуваними.

З цієї точки зору зрозуміло, чому «феномен BookTok» вдався: аудиторія отримала можливість дізнатися різносторонню інформацію про книги з різних джерел у надшвидкому форматі. У випадку, якщо глядач/ка робить емоційні покупки, то вистачить принаймні одного відео, яке може «закохати» у книгу. Якщо ж глядач/ка є раціональним покупцем, що збирає максимум інформацію про товар, то чим більше інформативних відео – тим швидше станеться покупка. З цієї точки зору соціальна мережа Tik Tok «перемагає» ринок і якісним, і кількісним підходом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Eslami, M., Rickman, A., Vaccaro, K., Aleyasen, A., Vuong, A., Karahalios, K., Sandvig, C. «I always assumed that I wasn't really that close to [her]» Reasoning about Invisible Algorithms in News Feeds. In Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems. 2015. pp. 153-162.
2. More Tok on the Clock: Introducing longer videos on TikTok. Newsroom of Tik Tok. 2021. Режим доступу до ресурсу: https://newsroom.tiktok.com/en-us/longer-videos

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

НОВІ ВИКЛИКИ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ РОСІЇ В УКРАЇНІ

Уночі 24 лютого 2022 р. розпочалась нова, енна фаза війни кремля проти України, цього разу більш зухвала, агресивна, цинічна, масштабна. Ракетами «Іскандер» та іншими засобами масового враження загарбники вдарили одночасно по українських аеродромах, системах протиповітряної оборони, портах на Азові, десантувалися під Києвом, рушили в Україну танками та іншою бронею з півночі, сходу та півдня. Час, що минув від початку агресії (понад два місяці), дозволяє побачити як неймовірний героїзм українських воїнів (зокрема, оборонців Маріуполя, льотчиків-камікадзе, що скеровували палаючі машини на ворожі колони), єднання українського народу і жертовність волонтерів, так і виявити гнилизну пост-совка у вигляді колабораціонізму (зрадники-мери, депутати, прокурори, судді, поліцейські, попи РПЦ МП). Війна в Україні, війна рашистів проти України, війна дикого Сходу проти цивілізованого Заходу спершу поділила світ, загострила болючі питання – навіть Папа Римський Франциск постав у ненайліпшому світлі, однак згодом, в умовах лідерства США, Великобританії, Польщі, світ все-таки об'єднався проти путінської росії. Якщо наприкінці зими наші партнери і союзники не вірили у спроможність України себе боронити і пропонували Президентові України почесне місце в екзилі, то зараз звучить інша теза – про послаблення московського режиму настільки, щоб він ні на кого в найближчому майбутньому і не думав нападати.

Подане вище – загальне розуміння геополітичних процесів. Формування конкретних наративів неможливе без інформаційної складової. У кожної сторони є свої аргументи і контраргументи, правда, напівправда, пропаганда, у кремлінів – ще й масова маніпуляція, яка триває десятиліттями і має назву «переможний телевізор». Ми повинні розуміти, що в часи президентства в. путіна російська преса та електронні ЗМІ спершу втратили незалежність, тобто стали державними (рупорами кремля), а з 2014 р. є складовою інформаційних військ рф (відповідно до їхнього законодавства). Фактично ці т. зв. медіа вийшли на новий, більш цивілізований, інформаційно оснащений рівень відомого вислову щодо чеченців, яких путін наказував «мочіть в сортірє». Тепер їхні, прости Господи, ЗМІ, провадять політику необхідності т. зв.

захисту «російськомовних» (тобто русскіх). Авантюри божевільного (анексія Криму, захоплення частин Донбасу) на тлі західної риторики щодо стурбованості тільки додали снаги військовому злочинцю, новому фюреру рашистів. Він зрозумів, що меж його хворих фантазій не існує. І одразу почав підготовку до знищення непідконтрольної України. Після нас він планував нові війни, щоб, як казав колись кремлівський україноφоб в. жіріновскій, «російський солдат одночасно помив свої чоботи в чотирьох океанах». Схоже, тут путін прогадав, бо не очікував рішучого опору українців та об'єднання проти росії Заходу.

У цій ситуації пригадую постійну антиукраїнську риторику у кримській, донецькій, луганській пресі, безкарність висловів і закликів щодо зміни конституційного ладу, федералізації України, колабораціонізм як явище, надумані дискусії щодо російської мови. Без перебільшення, проти нашої країни триває постійна війна від 2003 р., коли мала місце спроба північним сусідом захопити о. Тузла в Керченській протоці, з загостренням – через приниження як «недодержави» на Бухарестському саміті НАТО (2008 р.). Перед тим були помилки і щодо відмови від ядерної зброї (на користь рф), і бездумне скорочення українського війська, і знищення систем ППО, і фактично ліквідація військової авіації. Окремо фахівці та судді вестимуть мову і про передачу українських боєприпасів, у т. ч. й ракет, якими сьогодні росія обстрілює Україну, в обмін за енергоносії (понад 20 років незалежності – від часів Л. Кучми до П. Порошенка). У цих умовах зовнішньої загрози необхідно було рішуче змінювати державну політику з нейтральності та багатовекторності, а не тільки дискутувати, навіть за участю московських і пропутінських політиків. У медіапросторі національні інтереси та справжні цінності були замінені квазідемократією та олігархізацією суспільства.

Сьогодні пожинаємо плоди. У медіашколах України прискореними темпами відбулось мавпування чужих, нехай і західних, але не завжди найкращих моделей журналістики. Ми надто багато уваги приділяємо запозиченням на кшталт «факт-чекінг» (перевірка інформації), медіаграмотності (ми ж не викладаємо для всіх факультетів, де немає журналістики, щоб це пояснювати!), журналістські стандарти (не скрізь вони однакові, навіть в певних редакційних колективах різняться!), масовій та соціальній комунікації. Через це втрачається якість підготовки сучасного журналіста, який замість стати носієм національних цінностей, поповнити еліту, перетворюється на безпринципного денацифікованого інформатора, що будь-що ладен дотримуватись навіть безглуздих стандартів, наприклад, дотримання балансу думок. Він був би доречним, якби медіа прагнули з'ясувати істину, продукували здорову полеміку, а не тільки формально дотримувались правила надати однакову друковану площу чи ефірний час різношерстим респондентам. Хіба консолідують суспільство нескінченні дис-

кусії про УПА, НАТО, європейські цінності з носіями протилежних поглядів, антиукраїнцями (представники КПУ, всілякі ківи, колаборанти з ОПЗЖ тощо)?

Шкідливою виявилась і практика війни в прямому ефірі (феномен CNN). Подаючи завчасу відео обстрілів, журналісти іноді мимоволі стають корегувальниками ворожого вогню і піддають ризику життя інших. Тому Науково-методичній комісії з журналістики треба розробити принципово новий підхід до підготовки сучасного українського журналіста. Акцент має бути зроблено на журналістиці і журналістській практиці на україноцентричній основі.

Інша складова успішного впровадження і розвитку українського інформаційного простору – по-перше, започаткування за кордоном багатьох редакційних бюро (окремих прикладів деяких телеканалів недостатньо), навіть державним коштом, щоб українці мали адекватну картину світу з перших вуст і щоб ми були ретрансляторами наших цінностей у світі, по-друге, відкриття не спеціалізації, а спеціальності «Міжнародна журналістика». Це, як показує життя, вкрай необхідно.

Тетяна Хоменко
(к. філол. н., доцентка)

КУЛЬТУРОЗБЕРІГАЮЧІ ТА КУЛЬТУРОТВІРНІ ФУНКЦІЇ ЗМІ

Засоби масової інформації сьогодні чутливо реагують на порухи суспільної думки, спрямовуючи свої зусилля не лише на задоволення інформаційних потреб спільноти, але й на формування концептуальної картини світу людини. Звісно, основним завданням журналістської спільноти, окрім виконання своїх професійних обов'язків, є дотримання стандартів подання інформації. Але інформація задля інформації в сучасному медійному дискурсі лише фрагментує інформаційний простір, тоді як вдумлива авдиторія потребує інформаційної цілості, логічної послідовності її формування і відповідної об'єднуючої основи. Такою основою завжди був духовний та інтелектуальний простір культури. ЗМІ живилися культурою, формували її.

Чимало, звісно, у цих процесах залежить від редакційної політики, коли редакція пропонує/обирає тематику або підтримує тему, яку пропонує журналіст, адже контент рубрик, присвячених культурній тематиці, також може і має бути різноманітним: від історії, класики – до масової культури, модерного мистецтва, від широкого огляду до прицільного висвітлення якоїсь специфічної теми, пов'язаної з куль-

турним явищем, твором мистецтва, літературою, музикою, життям і діяльністю кращих представників культури та ін. У цьому ж переліку також і критика: літературна, мистецька, кінокритика і критика театральна, музична. Адже ЗМІ мають всі механізми формування цілісної духовної картини світу, світоглядних позицій, культурних комунікативних локацій і, відтак, спроможні формувати високу духовну культуру суспільства.

У цьому культуротвірному процесі варто акцентувати увагу на якості створюваного медійного продукту, добре продумувати його призначення, спрямованість, резонування та подальше вартісне вживання у соціум, особливо в комунікативну сферу, яка й забезпечує обіг інформації, її трансформацію і ретрансляцію у сферу нових знань, а отже переносить на вищий рівень нагромадження і осмисленого збереження та функціонування набутих знань у майбутньому.

Так, ЗМІ можуть формувати певні культурні стереотипи через узагальнення вартостей культурних, моральних, соціальних, духовних. Але якщо торкнутися питання соціокультурної динаміки, то варто зауважити, що ці стереотипи часто нестійкі, оскільки залежать від багатьох умов, обставин, явищ, вподобань. І цю мінливість також активно висвітлюють ЗМІ. Почасти це сприяє творенню того культурного простору, що «є мозаїкою смислів, яка залежить від техніко-інформаційного наповнення соціальної інтеракції» [2 ; 44]. Про це, зокрема, пише О. Шершньова, аналізуючи теорію «мозаїчної культури» А. Моля.

Але сьогодні українські ЗМІ передовсім мають говорити про потребу збереження цілості культури в її історичному, духовному і мовному вияві. (Чи не цілість й усетривалість культури прочитується і в Шевченковому «І мертвим, і живим, і ненародженним…»). І тут чимало залежить від того, на якій знаково-символічній структурі культури акцентують увагу медіа.

Адже людська особистість занурена у знаковий світ мови і культури, як про це пише С. Кримський, а «знаки національного менталітету і художню картину світу… ще потрібно засвоїти нашому сучаснику» [1 ; 21]. У цьому філософ вбачає потребу зауважувати «не тільки джерела національного минулого, а й прозріння майбутнього» [1 ; 29].

Це відкриває широке поле для роботи українських ЗМІ через долучення до культуротвірної (сьогочасної) функції культури функції культурозберігаючої (скерованої, власне, на активацію та актуалізацію минулого в теперішньому задля «прозріння майбутнього» через фіксацію у пам'яті поколінь). Тому звичайного новинного інформування, часто атракційного, сьогодні вже замало. І культурозберігаючі, і культуротвірні зусилля ЗМІ мають бути спрямовані не лише на ретрансляцію, але й на освіту, на вживлення знаків, символів і смислів національного культуротворення у цілісне уявлення і знання про Україну, її історію

та культуру, на те, що «формує нас як націю... дає нам усвідомлення того, хто ми є, хто наш ворог, а хто – друг» [3].

Це також те, що завдяки ЗМІ України розширить знання про інформаційну добу і наповнить її новою інформацією, новими сенсами і знаннями, створить духовний простір, в якому відбувається обмін інформацією про культуру й взаємодія медіа та авдиторії на рівні цінностей.

Тож сьогодні вкрай важливо дбати про збереження того інформаційного ресурсу і потенціалу, який на рівні стратегії розвитку національної культури в контексті культури світової збагатить сучасне суспільство і стане рушійною силою його подальшого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кримський С. Під сигнатурою Софії / С. Кримський – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 367 с.
2. Шершньова, О. Формування нової моделі культурного простору (на прикладі громад Рівненщини): монографія / О. Шершньова; Український культурний фонд. – Острог, 2019. – 344 с.
3. Ярмоленко Ю., Голубчик К. «Вони – крадії». Музикант Євген Маляревський повертає українські пісні, вкрадені росіянами / Ю. Ярмоленко, К. Голубчик. 10.05.2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrainian.voanews.com/a/muzykant-yevhen-maliarevsky/6564454.html

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

ТЕОРІЯ ВІЛЬНОГО РИНКУ ІДЕЙ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРАВА НА СВОБОДУ СЛОВА

У 2021 році Нобелівську премію миру отримали журналісти – «за їхні зусилля щодо захисту свободи слова, які є передумовами демократії і тривалого миру». Рішення Нобелівського комітету традиційно спричинило суперечки, особливо, щодо одного з лавреатів – росіянина Муратова і його вдаваної опозиційності. Метою високої відзнаки журналістам, очевидно, було привернення уваги до долі вільної журналістики в умовах авторитарних режимів. Утім, про загрози свободі слова говорять і у демократичних державах у контексті боротьби за соціальну справедливість, політики ідентичності та низки явищ, які зазвичай окреслюють поняттям «постправда». Саме тому право на

вільне висловлення думок і шкідливість цензури потребують актуалізації і обґрунтування ідейних і ціннісних основ незалежно від політичних обставин.

У дебатах довкола важливості принципу свободи слова чи не найвідомішою і найвпливовішою залишається теорія вільного ринку ідей. Вона базується на аналогії із економічним ринком товарів і послуг, а також припущенні, що ринкова конкуренція допоможе визначити, яка з ідей правдива, а яка – ні. Її не лише обґрунтовували впливові теоретики, на кшталт Джона Стюарта Мілла, але й використовували під час ухвалення судових рішень, як це зробив суддя Олівер Голмс у класичній справі «Абрамс проти Сполучених Штатів». Привабливість теорії вільного ринку ідей пов'язана із успіхами вільного ринку як такого, особливо у протистоянні із командно-адміністративною економікою. На цьому контрасті ринок став ледве не універсальною метафорою свободи, зокрема й вільного обміну інформацією, який призводить до віднайдення правди.

У класичному есеї «Про свободу» Мілл розглядає вільні від диктату держави або іншої сили дебати як дієвий засіб проти ілюзії непогрішності і догматичного мислення. Свобода слова створює середовище, в якому погляди та ідеї проходять випробування вільною дискусією і яке з більшою ймовірністю дозволить з'ясувати істину, аніж будь-які обмеження. Відповідно до своїх утилітаристських переконань, Мілл вважав вільний ринок найбільш доречним засобом відсіювання помилок. Відтак, перешкоджання його функціонуванню, навіть якщо забороняють явно помилкові ідеї, зупинить увесь процес, у якому істина зміцнюється у своєму протистоянні із хибою. Втручання, звісно, можливе, якщо хтось із учасників обміну поглядами закликає до здійснення фізичного насильства. Утім, сучасні дискусії про «мову ненависті» демонструють, що насильство має не лише явно виражений у діях вимір, а тому запропонований Міллем виняток не є таким однозначним.

Теорія Мілла, незважаючи на свою впливовість, неодноразово зазнавала критики. Як висловився сучасний британський філософ Найджел Варбуртон, «Міллева модель арени, на якій відбуваються дискусії, є чимось на кшталт ідеалізованого академічного семінару з думками, які спокійно висловлюють, та істиною, яка виходить переможною і сильнішою завдяки зіткненню з помилкою. Суть цього розширеного семінару полягає в тому, щоб наблизитися до істини з будь-якого питання, і, де це необхідно, учасники будуть грати в адвоката диявола, щоб перевірити ідеї до їхньої межі. Але життя – це не семінар» [3; 17]. Концепція вільного ринку, очевидно, ще з часів Адама Сміта передбачала не лише механізм обміну, але й цінності, які робили його справедливим. Функціонування ринку можливе, якщо усі його учасники визнають правила гри і дотримуються їх. Як афористично

висловився американський історик Тімоті Снайдер, «якщо інституції хочуть процвітати, то їм необхідні чесноти». Однак навіть побудований за правилами ринок, на думку економіста Джоела Валдфоґеля, не гарантує максимального різноманіття або уникнення того, що Мілтон Фрідман називав «тиранією більшості» [1]. Про проблеми зростання нерівності у контексті ринкової економіки пишуть у своїх резонансних працях такі автори, як Тома Пікетті та Джозеф Стіґліц.

Свобода слова може процвітати на вільному ринку, однак це не гарантує з'ясування правди. Конкуренція ідей та поглядів справді може призвести до плідного результату, але щодо фактів вона може бути навіть небезпечною. Факти навряд чи можна з'ясувати шляхом ринкового змагання. Для цього існує спеціальна процедура верифікації, яка не залежить від попиту. Як висловилась свого часу Ханна Арендт, факти деспотичні за своєю природою. Вони нічого не втрачають, якщо їх не підтримують, і не здобувають, якщо стають популярними. Ринок не допоможе підтвердити або спростувати їхньої фактичності. Крім того, численні сучасні дослідження у сфері когнітивних наук підтвердили давнє спостереження про те, що пересічна публіка нехтує достовірною інформацією, особливо, коли йдеться про соціальну солідарність або відчуття групової ідентичності. Теорія вільного видається доречною, коли йдеться про твердження, які містять якісну оцінку чи є вираженням смаку. Однак, як стверджує філософ Гаррі Франкфурт, оцінні судження не варто радикально відокремлювати від фактів, адже вони часто на них базуються [2]. Таким чином, основним викликом для теорії вільного ринку ідей є механізм втручання і контролю, особливо, якщо йдеться про пошук такого особливого «товару» як правда.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вальдфогель Д. Тиранія ринку. Київ: Темпора, 2011. 288 с.
2. Frankfurt H. On Truth. Alfred A. Knopf, 2006. 112 p.
3. Warburton N. Free Speech: A Very Short Introduction. Oxford UP, 2009. 115 p.

Ольга Квасниця
(к. соц. ком., доцентка)

ІСТОРИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПЕРСПЕКТИВИ І ВИКЛИКИ ЧАСУ

Постановка питання зумовлена останніми подіями новітньої історії України, зокрема російсько-українською війною, яка розпочалася 2014 року і перейшла у повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року. І слід розуміти, що війна ведеться не лише за майбутнє, війна ведеться і за минуле, не лише на полі бою, а й в свідомості громадян, як інформаційна складова гібридної війни, де події, факти, імена та їх інтерпретація формують/деформують історичну свідомість народу. Як зауважив історик і ведучий Олександр Зінченко, «Історія дуже важлива для майбутнього. Джордж Оруел свого часу написав: той, хто контролює минуле, той контролює і майбутнє. Тому важливо, щоб у нашому минулому не було замазаних, вирваних сторінок. Бо ці пропуски в розумінні нашого минулого дуже часто народжують не найліпше майбутнє. І те, що ми зараз переживаємо в Україні – я маю на увазі російську агресію – це частково проблеми пов'язані з неопрацьованою історією в Москві. Адже для Путіна Сталін – ефективний менеджер, найбільша геополітична катастрофа XX століття – це розпад Радянського Союзу. Він у своїй діяльності виходить із таких світоглядних засад. І через те, що цією конкретною людиною не була опрацьована ця засекречена історія, загинуло уже багато людей. При тому, що ця людина, як колишній працівник КДБ, була долучена до укривання цієї історії. Ось такий приклад цієї оруелівської мАксими, того, як минуле впливає на майбутнє» [1]. Відтак роль ЗМІ і соціальних комунікацій тут провідна.

Тому не риторичним будуть запитання, чи виконала свою функцію українська історична журналістики? Хто її провадив? Які медіапроєкти існували? Які історичні наративи/міфи вони поширювали? Яку історичну пам'ять вибудовували? Які цілі переслідували? На яку цільову аудиторію працювали? Пошук відповідей триватиме, головне, аби не повторити допущених помилок. Адже без власної історії, без формування і плекання історичної свідомості як «особливої форми суспільної свідомості, що включає: соціальну пам'ять; історичні (науково-історичні) факти; історичні процеси та уявлення про закономірності їх перебігу; соціально-історичне прогнозування, а також суспільні ідеали (ідеали суспільного розвитку), які взаємодіють між собою і зумовлюються відповідними матеріальними й ідеальними чинниками життєдіяльності суспільства» [2], зокрема засобами освіти і масової інформації, модерної держави, яка знає ціль свого історичного розвитку, не побудувати. Відтак ми, освітня, академічна і журналістська спіль-

ноти, повинні вкотре переглянути підходи до викладання історії та її популяризації на якісних дискусійних, зокрема масмедійних, майданчиках серед масової аудиторії. Тому алгоритм роботи в міждисциплінарній царині саме на часі.

По-перше, хто має цим займатися? Журналісти? Історики? Гадаю, однозначної відповіді тут нема. Все вирішує компетентність й інтенція до праці і співпраці журналістів істориків, наукових редакторів.

По-друге, які українські ЗМІ працюють в руслі історичної журналістики? Які з них є загальнонаціональними виданнями, а які вузькогалузевими?

По-третє, які з них є конвергентними? Адже мультимедійні платформи це відповідь на один із викликів цифрової доби, спосіб повернути аудиторію традиційних ЗМІ, яку перехопили соціальні мережі.

Так, серед газет флагманом є всеукраїнська щоденна газета «День» з рубрикою «Історія та Я» (редактор відділу Ігор Сюндуков), спецпроєкт «Україна Incognita» та видання «Бібліотеки газети День». Феномен «Дня» в розбудові історичної свідомості українського народу зусиллями головного редактора Лариси Івшиної – це окрема наукова розвідка. Серед журналів вирізняються «Український тиждень» та «Країна» з рубрикою «Історія». Серед інтернет-видань це «Історична правда» – суспільно-історичне, науково-популярне видання, що є дочірнім проектом «Української правди», програма «Історична Свобода», яку веде журналіст Дмитро Шурхало на «Радіо Свобода» та «Локальна історія» мультимедійна онлайн-платформа, яка з 2018 року почала видавати перший в Україні науково-популяний однойменний глянець. На Суспільному телебаченні це проєкт «Розсекречена історія», яку веде історик Олександр Зінченко, на Еспресо – «Історична правда» з Вахтангом Кіпіані, на 5 каналі – «Машина часу» з Олегом Криштопою, який також є автором проєкту на Ютуб-каналі «Історія для дорослих».

Чи цього достатньо для сорокамільйонної нації? Ні. Інакше, ідеї «русского міра» і псевдоісторичних концепцій так званих братніх народів не мали б можливості проростати у свідомості українських громадян.

Чи має перспективи історична журналістика? Відповідь – однозначно так. Аудиторія стабільно цікавиться історією. І роль історичної журналістики в обговоренні, дискусії і формуванні українського історичного наративу тут одна з провідних, що у підсумку дозволить Україні як державі гідно відповідати на культурно-цивілізаційні та геополітичні виклики, задаючи власну систему координат бачення себе та свого місця в світовій історії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Історик Олександр Зінченко: Правда не шкодить // UA: ПЕРШИЙ : Режим доступу: https://tv.suspilne.media/news/channel/82001
2. Історична свідомість // Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди; [редкол.: В. І. Шинкарук (голова) та ін.]. – Київ: Абрис, 2002. – VI, 742 с.

Марта Стельмах
(аспірантка)

ІСТОРИЧНА ПУБЛІЦИСТИКА ЕННН ЕПЛБАУМ

Енн Еплбаум – історикиня та журналістка, відома українській аудиторії працями «Історія ГУЛАГу» та «Червоний голод: війна Сталіна проти України». Книга про Голодомор в Україні у 1932-1933 роках викликала чималу дискусію в суспільстві: одні проводять паралель між Е. Еплбаум та Волтером Дюранті (Василь Марочко), інші ж порівнюють важливість книги історикині з роботою Роберта Конквеста «Жнива скорботи: Радянська колективізація і Голодомор» (Станіслав Кульчицький). Однак, Енн Еплбаум є автором багатьох публіцистичних текстів, у яких розглядає історичні події та їх вплив на сьогодення.

Публіцистка вивчає не лише минуле східноєвропейських країн, але й аналізує світові політичні тенденції крізь історичну призму, вплив сучасної пропаганди та маніпулювання історичними подіями, а також пише про авторитаризм та клептократію, які розвиваються сьогодні. Енн Еплбаум досліджує новітню історію та підкреслює небезпеку пасивного ставлення до вивчення минувшини. Наприклад, у статті «Напад на минуле Росії – це також напад на майбутнє» вона зазначила, що «диктатори спотворюють минуле, тому що хочуть ним скористатися: щоб утриматися при владі, знущатися над опонентами, переконати людей вчинити акти масового насильства» [1]. Вона також вважає, що сьогодні світовій спільноті варто ще раз перечитати працю Ханни Арендт «Джерела тоталітаризму», адже переконана, що багато викликів та проблем, які ми сприймаємо як нові, насправді вже траплялись у минулому. Публіцистка проводить аналогію між сьогоденням та ХХ століттям і наголошує: «У світі, де всі нібито «пов'язані», самотність та ізоляція знову придушують активність, оптимізм і бажання брати участь у громадському житті. У світі, де «глобалізація» нібито зробила нас подібними, нарцисичний диктатор все ще може розпочати неспровоковану війну зі своїми сусідами. Тоталітарна мо-

дель XX століття не була вигнана; її можна повернути в будь-якому місці і часі» [3].

До того ж, Енн Еплбаум досліджує російсько-українські відносини, зокрема історичний контекст причин агресії Російської Федерації проти України. Ще до початку повномасштабної війни Росії проти України, Е. Еплбаум писала про те, що світові лідери не усвідомлюють російської політики, вони вважають, що дипломатія, договори чи репутація можуть зупинити російських лідерів і не допустити війни. «Зараз ми на порозі того, що може стати катастрофічним конфліктом […]. Але цей жахливий момент є не просто провалом демократії, він також відображає провал західної уяви; відмова дипломатів, політиків, журналістів та інтеліґенції протягом покоління зрозуміти, якою державою стає Росія, і підготуватися до цього. Ми відмовилися бачити представників цієї держави такими, якими вони є. Ми відмовилися говорити з ними у спосіб, який міг би мати значення. Тепер може бути надто пізно» [2], – так Енн Еплбаум оцінювала сили дипломатії та усвідомлення загрози російського вторгнення майже за два тижні до початку повномасштабної війни Росії проти України. Аналізуючи у своїх працях минуле Української держави, боротьбу за незалежність, витоки українських революцій, а також історію агресії Росії проти України впродовж тисячоліть, публіцистка переконана, що сьогодні українці повинні перемогти. Адже це означатиме перемогу демократії та верховенства права.

У 2020 році вийшла книга Е. Еплбаум «Сутінки демократії. Звабліва принадність авторитаризму», у якій авторка розглядає сучасні події та історичні зміни, які впливають на світ і свідчать про занепад лібералізму й демократичних принципів. Публіцистка зауважує розквіт автократії та наголошує на тому, що сьогодні все частіше до влади приходять неліберали, а також аналізує причини, що спонукають до цього. У своїх публіцистичних працях вона розглядає як історію попередніх століть, так і новітню; авторка намагається крізь історичну призму глибше поглянути на сучасні виклики. Крім цього, Енн Еплбаум акцентує увагу на небезпеці вибіркового переосмислення минулого та ігноруванні сучасних політичних тенденцій, які свідчать про ріст автократії та популізму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Applebaum A. The Attack on Russia's Past Is Also an Attack on the Future. *The Atlantic*. URL: https://www.anneapplebaum.com/2021/12/08/the-attack-on-russias-past-is-also-an-attack-on-the-future/ (date of access: 29.04.2022).

2. Applebaum A. Why the West's Diplomacy with Russia Keeps Failing. *The Atlantic*. URL: https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/02/lavrov-russia-diplomacy-ukraine/622075/ (date of access: 29.04.2022).
3. Applebaum A. Why We Should Read Hannah Arendt Now. *The Atlantic*. URL: https://www.anneapplebaum.com/2022/03/17/why-we-should-read-hannah-arendt-now/ (date of access: 29.04.2022).

Наталія Більовська
(асистентка)

ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАТЕКСТІ

Завданнями сучасної прагматики є інтерпретація наміру мовця та встановлення закономірностей використання у комунікації лінгвістичних засобів для цілеспрямованого впливу на реципієнта: побудова моделі гіпотетичного адресата, моделювання відносин із адресатом, прогнозування його реакцій. Так, на думку Р. Савчук, «прагматичний аспект мовлення ЗМІ передбачає вдале вживання лексико-фразеологічних одиниць та стилістико-синтаксичних прийомів для ефективного досягнення комунікативних інтенцій» [1; 253].

Науковці розглядають медійний дискурс як когнітивно-прагматичне середовище, фактори якого стосуються отримувача, зворотного зв'язку, способів кодування і декодування тексту [2; 90]. Це сукупність мовленнєвих дій, що здійснюються для досягнення певної комунікативної мети, через це для її забезпечення прагматичний намір автора виявляється у різних композиційних формах, а прагматичний потенціал медіатексту реалізується через відповідний зміст повідомлення та спосіб його мовного вираження. Тому автор добирає ті мовні одиниці, які мають необхідне предметно-логічне і конотативне значення [3; 234].

Прагматичний потенціал медіатексту є результатом вибору змісту повідомлення і способу його мовного вираження. Відповідно до свого комунікативного наміру автор відбирає для передачі інформації мовні одиниці, що мають власне значення – і предметно-логічне, і конотативне, – і організує висловлювання так, щоб встановити між цими двома сторонами значення необхідні смислові зв'язки. Як наслідок, створений текст набуває прагматичного потенціалу, тобто здатності справляти певний комунікативний ефект. Прагматичний потенціал тексту об'єктивується в тому сенсі, що його визначає зміст і форма сповіщення і що він зреалізований окремо від творця тексту.

Оскільки прагматичний потенціал мовних одиниць зумовлений значенням цього компонента (подекуди контекстним), то вони мають змогу впливати на ментальну та емоційну сферу читача. Такі елементи є особливо важливими, позаяк вибір мовних одиниць нерозривно пов'язана з реалізацією певної прагматичної мети, яка стосується світогляду автора медіатексту, його системи цінностей та мовної картини читача.

Аналіз експресивних та модальних властивостей слова та емоційно-оцінних компонентів його значення дасть уявлення журналіста в тому, про що він пише, про його ставлення до дійсності, зміст повідомлення та адресата. Це дозволяє з'ясувати, чи дає слово можливість уявити певний факт як істинний чи хибний, позитивний чи негативний, чи таке уявлення є об'єктивним чи воно відображає суб'єктивну позицію автора. Вивчення прагматичного аспекту поєднання слів не буде повним без виявлення функцій, які виконує слово у тексті, без визначення прийому, тактики, стратегії мовного впливу, що базуються на використанні цього слова.

ЛІТЕРАТУРА

1. Савчук (Ріжко) Р. Лінгвістичні засоби експлікації прагматичного значення у заголовках сучасних ЗМІ (за матеріалами регіональних інтернет-видань). *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика.* 2018. Вип. 43. С. 252–261.
2. Мірошниченко І. Стислий текст в українському медійному дискурсі і його основні лінгвальні ознаки. *Лінгвістичні та лінгвокультурологічні аспекти навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах України: матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (Дніпропетровськ, 31 березня – 2 квітня 2016 р.).* Дніпропетровськ, 2016. С. 90–93.
3. Писарюк О. Прагматичні компоненти публіцистичного дискурсу. *Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес [Текст]: матеріали Міжнародної наукової конференції 24–25 листопада 2004 року.* Чернівці: Рута, 2004. С. 233–235.

Христина Дацишин
(к. філол. н., доцентка)

МОВНІ МАРКЕРИ СТЕРЕОТИПІВ У НАЗВАХ ОСІБ СТАРШОГО ВІКУ

Сучасні медіа активно впливають на формування стереотипів; одними з мовних маркерів стереотипів є назви представників різних соціальних груп. Значна частка таких номінацій, що стосуються осіб старшого віку, глибоко закорінена в повсякденне слововживання; усвідомлення значень цих номінативних одиниць є важливим з огляду на те, що в сучасному українському суспільстві «стереотипу… старості… надається явно негативне забарвлення [5; 27]; «у нас спрацьовують

стереотипи, що ми старі, вже не можемо подорожувати, вже нікому не потрібні» [3].

Український переклад запропонованої Всесвітньою організацією охорони здоров'я вікової класифікації визначає такі назви осіб старшого віку: 60-75 років – похилий вік; 75-90 років – старечий вік; особи, які досягли 90 років – довгожителі [2]. В інших офіційних документах, наприклад, в *Законі України «Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні»* переважно використовують словосполучення «похилий вік» на позначення всіх осіб віком понад 60 років [4]. Значення слова «похилий» – «який похилився, опустився, похилений»; «який опустився, зігнувшись, перекосившись під вагою, натиском чого-небудь, від часу і т. ін.», «який схилився, зігнувся від старості, хвороби, недолі і т. ін.»; «з понуреною, похиленою головою»; «похмурий»; «який наближається до глибокої старості (про вік)», «який досяг такого віку» [6, т. 7; 446] зумовлює формування негативного стереотипу старшої людини.

Номінації «стара людина» можуть бути властиві позитивні конотації, пов'язані зі сприйняттям такої особи як активного члена суспільства з великим життєвим досвідом: «герой, його минуле – це боротьба, протистояння з жорстоким світом, яка не увінчується перемогою, але не свідчить про капітуляцію», «реаліст, бо має великий життєвий досвід». Однак у більшості контекстів «стару» людину характеризують як нездатну до активних дій, таку, що потребує захисту, викликає емоцію жалю: «хвора людина», «невиліковно хвора людина, перебуває в хосписі», «немічна людина, гіпертонік», «сумує за минулим, сонце для неї потухло, не гріє так, як колись», «самотня, безпорадна людина», «знедолена, стражденна людина», «пам'ятає кращі часи», «помирає». Пейоративність слова у деяких значеннях стосовно неістот певною мірою може бути спроектована і на значення, що стосуються особи; виникають асоціації з тим, що вже минуло, відійшло, перестало бути актуальним, протилежне до нового.

Назву «старша людина», яка містить прикметник «старий» у вищому ступені порівняння, можна використовувати для порівняння двох осіб за віком [6, т. 9; 665], це своєрідний евфемізм, адже старшим за віком може бути навіть хтось молодий. Контекст виявляє позитивні якості старшої людини, яка «може навчатися, здобувати нові знання», «цінна для суспільства, має досвід, прораховує дії наперед, бачить перспективу», «може радіти життю, навчатись, дбати про своє здоров'я», «може бути цінною для молодих, хоча й потребує їхньої допомоги», «пройшла довгу дорогу».

У назвах «літня людина, людина літнього віку» закладено значення «який починає старіти; немолодий», тобто літньою є людина, яка тільки входить у старший вік [6, т. 4; 530]. Таку номінацію використовують у позитивному контексті: «золотий фонд країни», «може бра-

ти активну участь в економічному, соціальному, культурному житті, впливати на політику» «може вести активне життя», «може творчо розвиватися». Тільки позитивні конотації має словосполучення «людина (особа) поважного віку». Слово «поважний» означає, зокрема, «який заслуговує, вартий поваги»; «який користується повагою, відомий своєю роботою, заслугами, посадою і т. ін.», «немолодий», «який відзначається вдумливістю, серйозністю (про людину)», «авторитетний, значний», «який має неабияке значення»; «важливий, значний»; «повільний, не швидкий» [6, т. 6; 632]. Слова «бабуся, дідусь» у значеннях «стара за віком жінка» [6, т. 1; 75], «чоловік похилого віку» [6, т. 2; 300] вживають у позитивному контексті, такі люди «активні», «беруть на себе забагато всього, роблять уроки (з внуками), допомагають (дітям) матеріально», «користуються Інтернетом, комп'ютером, фотоапаратами». Для називання осіб старшого віку використовують також слова «пенсіонер», «людина пенсійного віку», «людина третього віку», «довгожитель». Одним із синонімів є слово «сеньйор» [1; 105], яке, однак, в аналізованих медіатекстах не виявлене.

Пошук засобів називання осіб старшого віку є актуальним, зокрема, в польських медіа. Польський дослідник Н.Пікула зауважує, що «суспільства бояться визначення, що хтось є «старим», можна бути «молодим», але не старим, бо це погано звучить, має негативні асоціації, пейоративний відтінок. Тому віддаємо перевагу визначенням на зразок: сеньйор, особи старші… пізньої дорослості, осені життя тощо. Ці терміни мають позитивне забарвлення, теплі асоціації, тому добрим тоном є використовувати їх як в реальному, так і в віртуальному житті» [8; 203]. Наприклад, слово «сеньйор» в польській мові «означає найстаршого за віком члена сім'ї чи роду, а також особу пенсійного віку і стосується широкої і різноманітної вікової групи людей» [7].

Отже, різні назви осіб старшого віку можуть бути мовними маркерами позитивних чи негативних стереотипів. Словосполучення «людина похилого віку», яке є офіційним терміном, має негативні конотації і, відповідно, формує образ старшої особи як пасивного члена суспільства; медіа прагнуть уникати цього словосполучення, що не завжди можливо зробити з огляду на його офіційний статус. Натомість номінації «старша людина», «літня людина», «бабуся і дідусь», «людина поважного віку», «сеньйор» є нейтральними або мають позитивні конотації, що може сприяти формуванню позитивного стереотипу старшої людини як соціально активної особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / заг. ред. О.Сербенської. – Львів: Апріорі, 2017. – 304 с.

2. Визначення віку, з якого особа може вважатися особою похилого віку: огляд міжнародного досвіду та національні практики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.prostir.ua/wp-content/uploads/2018/12/Огляд-міжнародного-досвіду.pdf
3. Виртосу І. «Нумо, бабусю!» або Як в Україні люди похилого віку наповнюють життя новими смислами / І.Виртосу // День – 2016. – 30 вер.
4. Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3721-12#Text
5. Романова Н.Ф., Тимошенко Н.Є. Спілкування з людьми похилого віку / Н.Ф.Романова, Н.Є.Тимошенко. – К., 2018. – 152 с.
6. *Словник української мови: в 11 тт.* / за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980.
7. Jarema D. Zrozumieć seniora – potrzeby i emocje osób starszych https://www.doz.pl/czytelnia/a12239-Zrozumiec_seniora_-_potrzeby_i_emocje_osob_starszych
8. Pikuła, N. G. Obraz osoby starszej w przestrzeni medialnej // Studia Socialia Cracoviensia 8. – 2016. – nr 2 (15). – S. 199–212.

Анатолій Капелюшний
(к. філол. наук, доцент)

ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕВІАТОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ ВПЛИВУ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ТЕКСТУ НА ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ТОНУСУ СУСПІЛЬСТВА

1. В час російської агресії в українських ЗМІ зростає відповідальність за підтримування належного емоційного тонусу суспільства. Важлива роль в Україні щодо цього належить саме телебаченню. Девіатологічний контроль суспільства послаблений, тому більшу увагу тут мають приділяти фахові організації, самі журналісти, медійники і робити це завчасно, до виходу в етер.

2. Оскільки йдеться про ефективність девіатологічного контролю впливу телевізійного тексту на формування емоційного тонусу суспільства, то насамперед варто мати на увазі феноменологічний інструментарій цього впливу. Останнім часом дедалі ширше піл час аналізу журналістських текстів з погляду ефективності їх упливу на масову авдиторію застосовується феноменологічний інструментарій.

3. Найбільшою мірою методи феноменології засвідчують свою ефективність тоді, коли йдеться про різні аспекти спонтанного мовлення, репрезентантом якого у мас-медіа є телевізійне мовлення наживо. Додаткові емоційні сенси виникають під час мовлення у прямому етері саме за нестачі часу для їхнього розуміння. Через це емоційні відтінки, а часто й загалом емоційне тло, яке складається, на перший погляд, невідомо з чого, виникає мимоволі, всупереч бажанню автора. Найчастіше так мимовільно й усупереч авторському задумові виникає нізвідки негативне забарвлення й негативне емоційне тло, а інколи й небажана інтенція тексту. Таким чином, не йдеться про створення позитивного емоційного тла в суспільстві. Ба більше – не йдеться навіть про емоційно нейтральне, з елементами об'єктивності сприйняття дійсності.

4. Водночас у випусках новин виникають фрази з невластивим українській мові змістом, а відповідно й із несподіваним для авторів емоційним забарвленням. Не менш промовистими є й деякі випадки хибного використання таких міжмовних омонімів, що наближаються до випадків невдалого обрання синонімів у межах однієї (звісно, української) мови.

5. Незвичне поєднання слів, кожне з яких містить своє експресивне забарвлення, створює несподіване емоційне тло, призводить до своєрідних і зовсім невідомих наперед авторові ефектів. Часто причина полягає саме в незвичному для публіцистичного тексту вживанні лексичного елемента. На це інколи накладається ще одне незвичне (хибне!) поєднання словоформ. Що підштовхує реципієнта до того, аби ще раз призупинити сприйняття й повернутися на якусь мить до з'ясування попереднього слова з його незвично сильною як для інформаційного репортерського тексту емоційністю. До того ж сюди нерідко додається й значна частина іронічного, глузливого, пародійного відтінку в експресивному забарвленні фрази, враження того, що автор відсторонюється від свого тексту й ніби з боку його оцінює, вносячи ще й такі модальні відтінки.

6. З метою вдосконалення мовлення в живому етері таке застосування феноменологічних методів у оцінюванні тексту з девіатологічного погляду має відбуватися ще на якомусь ранньому етапі, до виходу в етер, а може й передувати його (тексту) виголошенню.

Любов Конюхова
(к. філол. н., доцентка)

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В СТРУКТУРУВАННІ НОВИННИХ ЗАГОЛОВКІВ У ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Донедавна вважалося, що основна ознака заголовка – це яскравість та лаконічність. Дослідники заголовків у ЗМІ І. Лебедь та Х. Білограць зауважують, що для зацікавлення аудиторії журналісти вживають тут стилістично забарвлену лексику, вдаються до гри слів, активно використовують порівняння, епітети, метафору; якщо ж автори не використовують лексичних засобів та пропонують занадто довгі (два-три речення) заголовки, то це утруднює їх сприйняття [1]. Однак єдиних правил для написання заголовків немає. Поняття про якість заголовка з часом може змінюватися. У період російсько-української війни журналісти, безперебійно інформуючи про перебіг подій, запропонували нові підходи до оформлення заголовків. Важливо з'ясувати, чи доцільно змінювати дещо усталені тенденції. Тому питання про особливості структурування новинних заголовків періоду війни є актуальним.

Мета нашого дослідження – проаналізувати новинні заголовки інтернет-видань періоду російсько-української війни: звернути увагу на їхню змістову насиченість та вказати на особливості їх структуризації.

За нашими спостереженнями, у воєнний період заголовки в ЗМІ можна поділити на такі основні тематичні групи: 1) заголовки до матеріалів про напад ворога, 2) заголовки до повідомлень про втрати ворога, 3) заголовки до розповідей про населення територій, де ведуться бойові дії (про перебування людей в місцях воєнних дій, про евакуацію з небезпечних місць, про біженців), 4) заголовки до публікацій про підтримку України різними державами, 5) заголовки до прогнозів щодо закінчення війни та щодо майбутнього України.

Ми зауважили, що, повідомляючи про воєнні дії (про напад ворога й про втрати ворога), журналісти намагаються сконцентрувати в заголовку весь зміст новини, як-от:

Російські війська завдали чотири ракетні удари по Рівненщині. Три з них вдалося відбити;

Російські військові обстріляли авто з цивільними в селі на Запоріжжі. Є поранені. Серед них – діти;

В Одеській області збили три крилаті ракети, які летіли на мирні міста;

Холодноярська піхота знищила російський танк Т-80 на Сумщині;

ЗСУ у Чорнобаївці ліквідували російського генерала Якова Рєзанцева.

Ці заголовки, в структурі яких є одне або більше речень, – це логічно завершені повідомлення. Вони містять назви населених пунктів, прізвища, подають цифрову інформацію. У них повністю відтворено зміст новини. Їх вважаємо повноінформативними.

Повноінформативні заголовки спостерігаємо й у новинах про населення територій, де ведуться бойові дії та в повідомленнях про підтримку України різними державами. Ось приклади:

Львівська родина прихистила в трьох кімнатах одразу п'ять родин;

Україна виплачуватиме переселенцям по дві тисячі гривень;

В ЄС попередньо схвалили виділення Україні додаткових 500 мільйонів гривень;

Канада надасть Україні 120 млн доларів кредиту для протистояння Росії.

Також є заголовки, які лише окреслюють зміст повідомлення, якот:

Підсумки 30 дня війни: наші перемоги і втрати;

Фосфорні бомби: що відомо про боєприпаси, якими Росія бомбить Україну.

Вони контактні: не подають повної інформації, а спонукають читати текст далі.

Щодо заголовків до повідомлень-прогнозів, то вони, здебільшого, є цитатами або мають вказівку на джерело повідомлення. Це пояснюємо тим, що інформація, поміщена під цими заголовками, може мати суб'єктивний характер, може містити припущення, тобто вона не є офіційною чи абсолютно достовірною. Аналіз доводить, що майже всі відомості про можливий розвиток воєнних дій, про варіанти закінчення війни, про життя після війни журналісти подають під заголовками-цитатами. Ось приклади:

«*Корейський сценарій». Путін може спробувати нав'язати Україні розділ країни – ГУР;*

Арестович: Фаза на знищення і витурення окупантів з України може тривати ще 1 – 2 місяці. Вороги гинутимуть від наших ударів;

Євген Чолій: НАТО має діяти зараз або може зіткнутися з жахливими наслідками пізніше.

Заголовками до повідомлень-прогнозів часто слугують і питальні речення:

Чи може війна в Україні охопити всю Європу?

Коли закінчиться війна і де відбудеться суд над Путіним?

Що зупинить Путіна?

У текстах цих повідомлень, як правило, подано припущення відомих людей, екстрасенсів, астрологів, нумерологів, мольфарів.

Проаналізований матеріал доводить, що основна тенденція в оформленні заголовків полягає в тому, що заголовок повинен якомога

повніше проінформувати реципієнта. Більшість заголовків – це прості динамічні фрази. Тут в пріоритеті короткі слова та компактні синтаксичні структури, що складаються з одного або двох-трьох речень, які дозволяють сконцентрувати в собі всю інформацію. Тому більшість заголовків – це повноінформативні структури. Частина заголовків (вони стосуються, здебільшого, текстів аналітичного характеру, текстів-роздумів, текстів-описів) має лише контактний характер: спонукає читача прочитати всю публікацію. Тобто в період війни журналісти структурують заголовки так, щоб за допомогою них відповідати на запити реципієнта: роблять все для того, щоб той якомога швидше ознайомився з актуальною інформацією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лебедь, Х. Білограць Заголовки публікацій у ЗМІ на прикладі газети «День» і журналу «Країна» // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Вип. 4. 2020. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка». – С. 63–67.

Богдан Маркевич
(асистент)

ВІЗУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ В ЛОНГРІДАХ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАКОРДОННИХ ВИДАНЬ)

Попри те, що текст залишається ключовим елементом лонгрідів, мультимедійні засоби відіграють визначальну роль у їхній структурі. Візуальний контент допомагає залучити читачів до журналістського матеріалу і полегшити сприйняття комунікативних інтенцій автора. Як зазначає Марія Яцимірська, візуальний текст «є впливовим засобом на мотивацію масової аудиторії, її поведінку, погляди, переконання. Зображення являють собою самостійний інформаційний жанр і, як і текст, є продуктом творчого мислення з глибоким сенсом, ідеєю та чином» [1; 368].

Для створення ефективного лонгріду дуже важливим є вміння органічно поєднати візуальні компоненти з текстовими блоками так, щоб вони доповнювали текст і разом творили структурну цілісність. Засоби мультимедіа в текстах широкого формату мають не просто ілюструвати історію, а бути повноцінною частиною журналістського твору. Переглядаючи такий матеріал, авдиторія не тільки читає текст,

а й взаємодіє з іншими інтерактивними елементами: анімацією, відеофрагментами, інфографікою тощо.

Зараз більшість українських і закордонних видань має постійні рубрики «Long Read». Часто такі видання публікують щорічні підбірки найкращих матеріалів. Вартим уваги є лонгрід *The Telegraph* «The iconic pictures of 2021. A year of angry protests, emotional farewells, famous victories... and more Covid» [2]. Тут видання згадує про всі найважливіші події року за допомогою світлин. Особливістю цієї публікації є те, що візуальні елементи у ній переважають над текстовими. Окремі фотографії про ту чи іншу подію супроводжує лише короткий коментар. Важливіші події доповнюють більші за обсягом тексти. Всього цей матеріал містить понад 80 світлин з коментарями до них і розрахований на довге читання.

Найпоширенішим візуальним компонентом лонгрідів, який допомагає доповнити історію і посилити вплив на читачів, є зображення, передусім фотографії. Дослідники поділяють їх на **континуальні** (які стосуються всього матеріалу) та **локальні** (які ілюструють окрему його частину). З-поміж континуальних у більшості лонгрідів переважають панорамні фотографії на всю ширину екрана. Такі світлини відразу привертають увагу і часто виконують функцію титульної сторінки, як наприклад, у публікаціях *The Guardian* [3]. Рідше в лонгрідах як титульну сторінку використовують анімацію [4] та колажі [5].

Серед локальних візуальних елементів у лонгрідах також найпоширенішими є фотографії. Вони не просто ілюструють текст, а створюють певне емоційне тло, як приміром, у матеріалі *HB* «Дуже далекий світ. Як живе Афганістан за талібів» [6]. Крім того, у текстах широкого формату застосовують інші мультимедійні елементи. Прикладом такого лонгріду може бути публікація *BBC* «Why has Russia invaded Ukraine and what does Putin want?» [7]. Для цього матеріалу характерне глибоке опрацювання теми. Тут є короткий відеосюжет про ситуацію на фронті, фотографії, карти, інфографіка – всі ці елементи разом доповнюють аналіз подій.

Хоча лонгріди успішно розвиваються на платформі українського інтернет-простору, контент-аналіз провідних видань українського сегмента інтернету дає підстави стверджувати, що вони, на відміну від закордонних, ще не повною мірою використовують весь доступний мультимедійний інструментарій. Значна частина матеріалів, які онлайн-видання позиціонують як лонгріди, має стандартну верстку (довгий текст і фотографії, рідше – відео). Водночас в окремих вебвиданнях можемо помітити тенденцію до створення якісних мультимедійних історій (наприклад, лонгріди сайту *Liga.net* [8]). Такі публікації, як свідчить кількість переглядів (понад 200 тисяч), мають значну популярність в авдиторії. Ця статистика підтверджує, що вміле поєднання

мультимедійних елементів із текстом відроджує цікавість до великих за обсягом матеріалів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Яцимірська М. Г. Візуальні тексти в соціальних мережах (рефлексії, концепти, емоції). *Вісник Львівського університету.* Серія Журналістика. Вип. 40. С. 361–369. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5819/5831 (дата звернення: 31.03.2022).
2. Kelly G. The iconic pictures of 2021. A year of angry protests, emotional farewells, famous victories... and more Covid. *The Telegraph.* 28 груд. 2021 р. URL: https://www.telegraph.co.uk/news/2021/12/28/review-2021-iconic-photographs-news-roundup-things-will-get-better/ (дата звернення: 31.03.2022).
3. Press E. Life after Deepwater Horizon: the hidden toll of surviving disaster on an oil rig. *The Guardian.* 6 груд. 2022 р. URL: https://www.theguardian.com/news/2022/jan/06/life-after-deepwater-horizon-the-hidden-toll-of-surviving-disaster-on-an-oil-rig (дата звернення: 31.03.2022).
4. Dolamore K., Hiralal S., Waugh R. Will robots change business for the better? *The Telegraph.* 21 жовт. 2021 р. URL: https://www.telegraph.co.uk/business/ready-and-enabled/artificial-intelligence-companies-transformation/ (дата звернення: 31.03.2022).
5. Jung A. So teuer wird das Wohnen – was auf Mieter und Eigentümer zukommt. *Der Spiegel.* 28 січ. 2022 р. URL: https://www.spiegel.de/wirtschaft/immobilien-und-klimaschutz-so-teuer-wird-das-wohnen-was-auf-mieter-und-eigentuemer-zukommt-a-37037c1c-57f7-470b-be5b-b75e6f052036 (дата звернення: 31.03.2022).
6. Духніч О. Дуже далекий світ. Як живе Афганістан за талібів. *НВ.* 13 листоп. 2021 р. URL: https://nv.ua/ukr/world/countries/afganistan-pid-vladoyu-talibiv-reportazh-viyskovogo-korespondenta-foto-ostanni-novini-50195231.html (дата звернення: 31.03.2022).
7. Kirby P. «Why has Russia invaded Ukraine and what does Putin want?» // *BBC.* 30 берез. 2022 р. – URL: https://www.bbc.com/news/world-europe-56720589 (дата звернення: 31.03.2022).
8. Смірнов Ю. «Генерал тіней». *Ліга.net.* 16 січня 2022 р. URL: https://project.liga.net/projects/burba_ua/ (дата звернення: 31.03.2022).

Марія Ріпей
(к. філол. н., асистентка)

ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА (НА МАТЕРІАЛАХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»)

У структурі газетного тексту заголовок відіграє важливу роль. Його називають зовнішнім індикатором тексту, ядром ідеї твору [3, с. 59–60]. Завдання заголовка – небагатослівністю і графічною оригінальністю привернути увагу читачів.

Дослідники [2] зазначають про таку особливість подання заголовків у щоденній всеукраїнській газеті «День», що є одним з найпопулярніших видань у рейтингу загальнонаціональних медіа, як використання графічного знака «три крапки» всередині заголовка.

Ставили за мету розглянути публікації «Дня» в архіві електронної версії за грудень 2020–січень 2021 року, щоб проаналізувати використання графічного знака «три крапки» всередині заголовків.

Читаючи матеріали «Дня», звернули увагу на такі заголовки із «трикрапкою» всередині: *Лише у Луврі, Варшаві і... Вінниці* (29.01.2021); *Кадри вирішують усе... В Україні також?* (26.01.2021); *Снігові... експонати* (19.01.2021); *Два кілограми... Місяця; Надрукувати... себе* (18.12.2020); *За піснею – в... бібліотеку* (14.12.2020); *Справа Боржави на контролі... Європи* (11.12.2020); *Грета Тунберг на... печиві* (09.12.2020); *Час Різдва за... шибками; Ярмарка для... ізольованих* (04.12.2020); *За крок до... Місяця; Театр у... смартфоні* (03.12.2020); *INSO-LVIV зіграє концерт... без диригента* (02.12.2020).

Як можемо зауважити, завдяки «трикрапці» всередині заголовка вирізняються окремі слова, привертаючи увагу читачів. Такі заголовки спрямовані «заінтригувати, здивувати читача, примусити його прочитати статтю» [4].

Серед виокремлених науковцями трьох важливих функцій заголовка («допомагає швидко знайти потрібний матеріал у друкованому виданні; з нього читач дізнається, про що йдеться й чи буде цікава для нього ця тема; він притягує увагу» [1, с. 7]), на нашу думку, «трикрапка» всередині заголовка зупиняє погляд читача, притягуючи і зацікавлюючи.

Усі вищенаведені заголовки мають підзаголовки, які доповнюють їхній зміст, допомагаючи читачеві краще орієнтуватися в матеріалі.

Зокрема, у заголовку *Лише у Луврі, Варшаві і... Вінниці* зосереджується увага на «Вінниці» і викликає цікавість дізнатися, що ж там таке є. Про це повідомляє підзаголовок: «Зберігаються репліки портрета Станіслава Фелікса Потоцького з синами, які написав у 1791 році

королівський художник Лампі Старший». Як зазначається у публікації, таких реплік є лише три, одна з них – у музеї у Вінниці.

Привертає увагу заголовок *Снігові... експонати* із підзаголовком *Жителі столиці Іспанії Мадрида прикрасили вулиці копіями відомих картин і скульптур.* Виявляється, що, незважаючи на аномальні снігопади, які паралізували іспанську столицю, жителі Мадрида радіють примхам погоди. Вони публікують фотографії снігових скульптур, які роблять їхнє місто схожим на музей. Наприклад, світлина снігової Венери Мілоської набрала в Twitter понад 220 тисяч лайків.

А із заголовка *Два кілограми... Місяця* цікаво дізнатися, про який місяць йдеться. Як читаємо у публікації, на Землю повернулася китайська місячна капсула із зразками гірських порід Місяця, першими за 40 років в історії космічних експедицій.

Цікавий заголовок *За піснею – в... бібліотеку.* Щоб дізнатися, що відбувається у бібліотеці, треба прочитати публікацію. Бо із підзаголовка лише відомо, що йдеться про містечко на Волині. Виявляється, щоб заохотити читачів, раз у тиждень на сторінці районної бібліотеки у соцмережі виставляють сучасне виконання пісень на слова письменників. Пісні обов'язково супроводжує коротка інформація про автора тексту.

Також привертає увагу заголовок *Грета Тунберг на... печиві.* Із підзаголовка дізнаємося, що у Швеції триває традиційний конкурс імбирної випічки. Серед пряникових див – смартфони, що демонструють соціальне дистанціювання, і навіть кліматична активістка Грета Тунберг протестує біля аеропорту «Арланда». А у заголовку *INSO-LVIV зіграє концерт... без диригента* завдяки «трикрапці» виокремлюються слова «без диригента». Як дізнаємося із публікації, на сцені Львівської національної філармонії відбудеться креативний Бетховенський проєкт, лунатиме концерт для скрипки, віолончелі та фортепіано.

Отже, як можемо підсумувати, використання такої графічної особливості подання заголовків, як знака «три крапки» всередині, зацікавлює читача, заохочуючи прочитати всю публікацію. На це важливо звертати увагу студентів-журналістів, акцентуючи на доцільності індивідуального підходу в мовному та графічному оформленні заголовкового комплексу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ануфрієва Н. Д. Структурно-семантична специфіка газетних заголовків. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія.* 2019. № 38. Т. 3. С. 7–9.
2. Канюс Д. Р. Графічні особливості оформлення англомовних газетних заголовків. *Вісник національного технічного університе-*

ту. Київ, 2017. № 10. С. 69–74. URL: http://visnyk.fl.kpi.ua/article/viewFile/131449/13545
3. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посіб. Київ, 2008. 423 с.
4. Лісовий І. Заголовок як засіб зацікавлення читача. *Державність, мораль і ЗМІ:* Матеріали наук.-практ. конф. 7–9 серп. 2000 р. Луцьк, 2000. С. 98.

Андрій Яценко
(к. філол. н., доцент)

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА ПОДВІЙНОГО ДИПЛОМУ «НОВІ МЕДІА І КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Нову освітньо-наукову програму подвійного диплому «Нові медіа і комунікаційні технології» відкрито на факультеті журналістики разом з Університетом імені Адама Міцкевича (м. Познань, Польща) в рамках проєкту Європейського Союзу DESTIN «Journalism Education for Democracy in Ukraine: Developing Standards, Integrity and Professionalism» («Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм»). Перший набір здійснюватимемо під час вступної кампанії у 2022 році. Вступити на навчання зможуть усі охочі випускники бакалаврату. Тривалість – 1 рік і 9 місяців (1 і 3 семестр на факультеті журналістики, а 2 і 4 семестр на факультеті політичних наук і журналістики Університету імені Адама Міцкевича). Після успішного завершення навчання студенти отримають дипломи магістрів журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка і Університету імені Адама Міцкевича.

Варто наголосити, що в Україні це єдина освітньо-наукова програма для магістрів із таким західним партнером, який з-поміж інших польських вишів завжди займає провідні позиції у міжнародних рейтингах (**CWUR 2018–2019** – 5-те місце серед польських вишів та 741 серед університетів світу; **Webometrics** – 6-те місце серед польських вишів та 676 у переліку вишів усього світу; **GRAS Shanghai Ranking 2021 –** 8–10-те місце у Польщі, 901–1000 у світі). Щороку у Польщі Університет імені Адама Міцкевича посідає 3-тє або 4-те місце в національному рейтингу.

Навчаючись на цій освітній програмі, здобувачі матимуть можливість оволодіти новими компетентностями, адже у програму введено нові освітні компоненти («Технології нових медіа», «SMM-журналістика», «Арт-журналістика», «Локальні медіа» тощо). Студенти отримають практичний досвід у мас-медіа Польщі. Оскільки програма освітньо-наукова, то після закінчення відкриються перспективи зреалізувати себе не лише в практичній журналістиці країн Європейського Союзу, а й продовжувати здобувати ступінь доктора PhD.

Важливим зараз є промоційний компонент, над яким успішно працює польсько-українська робоча група [1], [2], [3].

Відкриття такої програми на факультеті журналістики та успішна реалізація призведе до того, що:

- факультет журналістики матиме не одну освітню програму;
- збільшиться кількість вступників у магістратуру на спеціальність 061 «Журналістика» (за результатами внутрішнього опитування серед цьогорічних випускників бакалаврату, понад 70 відсотків студентів виявили бажання продовжити навчання на такій магістерській програмі);
- розшириться відповідно коло роботодавців, у тому числі й закордонних, які співпрацюватимуть з Львівським національним університетом імені Івана Франка;
- активізується можливість запрошувати гостьових лекторів з Університету імені Адама Міцкевича для викладання на суміжних освітньо-професійних і освітньо-наукових програмах («Бакалавр», «Магістр», «Доктор філософії»);
- збільшиться публікаційна активність науковців факультету журналістики (маємо на увазі спільні публікації із закордонними науковцями в міжнародних наукометричних базах).

ЛІТЕРАТУРА

1. «Нові медіа і комунікаційні технології»: нова освітньо-наукова програма подвійного диплому. URL: https://lnu.edu.ua/novi-media-i-komunikatsiyni-tekhnolohii-nova-osvitno-naukova-prohrama-podviynoho-dyplomu (Дата звернення: 01.03.2022.)
2. Гонченко Т. «Освіта повинна розвиватися ще активніше, ніж у мирний час»: як працює факультет журналістики Львівського університету Франка під час війни. URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/osvita-povynna-rozvyvatysia-shche-aktyvnishe-nizh-u-myrnyy-chas-iak-pratsiuie-fakultet-zhurnalistyky-lvivskoho-universytetu-franka-pid-chas-viyny/
3. Подвійний диплом. URL: https://www.youtube.com/watch?v=BHe2ILnL-cM

Марія Яцимірська
(к. філол. н., професорка)

МАЛОЗНАНІ ІМЕНА ЛЕКСИКОГРАФІВ XIX СТОРІЧЧЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ЇХНІХ ПРАЦЬ ДЛЯ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ПРАКТИКИ

Лексикографічна спадщина XIX сторіччя є безцінним джерелом знань для сучасної журналістської практики, особливо в царині культури слова та стилістики української мови. З лінгвістичних досліджень відомо, що перші енциклопедичні спроби викласти відомості про Україну започатковані в XVII-XVIII сторіччі: "Синопсис", який приписують І. Гізелеві (1674, 1678, 1680 і до 30-ти пізніших видань), далі – праці П. Симоновського "Краткое описаніе о козацком народе" (1765), С. Лукомського "Собраніе историческое" (1770), В. Рубана "Краткая летопись Малой Россіи" (1776), О. Шафонського "Топографическое описаніе Черниговскаго наместничества" (1786) та ін. Згодом з'являються праці з історії України Д. Бантиш-Каменського, М. Маркевича, П. Куліша, зокрема, його славетні "Записки о Южной Руси" у двох томах (1856-1857), численні праці М. Костомарова, публікації історичних та фольклорних пам'яток у "Запорожскій Старині" І. Срезневського, А. Максимовича, П. Лукашевича, А. Метлинського, у московських "Чтеніях" за редакцією О. Бодянського та багато інших.

У Центральній і Східній Україні в другій половині XIX сторіччя українознавчі матеріали друкують здебільшого у журналі "Киевская старина", що виходив з 1882 року. Винятково наукову цінність має ґрунтовна праця за редакцією Павла Чубинського "Труды Этнографическо-Статистической Экспедиции в Западно-Русский край" (7 т., 9 частин), яка вийшла в 1872-1878 рр. У матеріалах та оглядах зображено не тільки побут українського народу, а й його мову, правничу свідомість, демократичні засади, історичне минуле тощо. Однак деякі імена українських лексикографів XIX сторіччя сьогодні малознані, оскільки їхні праці тривалий час були заборонені для вивчення. Це насамперед Каленик Шейковський, Михайло Левченко, Фортунат Пискунов та ін.

Каленик Шейковський (1835-1903) – лексикограф, етнограф, перекладач, ініціатор створення українських недільних шкіл у Києві, бібліотеки для учнів, автор навчальних посібників. Закінчив Київський університет св. Володимира. Лексикографічна діяльність Каленика Шейковського орієнтована на живу народну мову, творчість українського селянства: пісні, казки, повір'я, легенди, прислів'я, приповідки, загадки тощо. У 1861 році вийшов перший том його безцінної праці під назвою «Опытъ южнорусскаго словаря: В четырех томах. А-З. А-Б. Том первый, выпуск первый. Оригінал збережено в Національній бібліотеці Чеської Республіки. Царська Росія, як відомо, знищувала будь-

які зусилля українців зберегти свою мову. Це відчув на собі і Каленик Шейковський. У результаті пожежі знищено його картотеку, але Каленик Шейковський продовжив працю над словником. «Ніщо так не підносить народний дух, як друкований словник народної мови. У словнику будь-якої мови найлегше явити усе моральне багатство народу від перших проблисків його розвитку, таких проблисків, про які ніщо інше, крім мови, не може нам навіть натякнути, до останнього фазису розвитку» – писав Каленик Шейковський у листі до редакції часопису «Киевская старина».

Після циркуляру Валуєва 1863 року змушений залишити Україну. Спочатку переїхав на Орловщину, а згодом до Бобруйська, де викладав у місцевій гімназії «древні мови». Водночас провадив наукову та літературну діяльність. У 1871 році вийшли друком «Руські народні казки й приказки, брехеньки й побрехеньки, билиці й небилиці, приклади й нісенітниці. Праця і кошт Каленика Шейковського».

К. Шейковський зазнав жорстоких репресій, його відправили в Уфимську губернію (Мензелінськ) на двадцять років заслання. Там він написав етимологічні нариси про слово «Русь», прозову версію «Слова о полку Ігоревім», мемуари, сатиричну прозу, рецензію на працю І. Верхратського «Знадоби до словаря южноруського» (Львів, 1877). Помер на засланні в 1903 році.

Михайло Левченко (1830-1892) – український лексикограф, етнограф. Народився в місті Конотопі Чернігівської губернії. Після закінчення Конотопського повітового училища служив у Полтавському кадетському корпусі, а потім вступив до Дворянського полку в Петербурзі. То був своєрідний військовий навчальний заклад, в якому готували молодших офіцерів для царської армії. Після закінчення військової служби поселився у своєму маєтку в Херсонській губернії, а потім – у Києві. З 1870 року глибше вивчає історію Півдня України, українську мову та культуру. У 1874 році видає працю «Опытъ русско-украинского словаря». Як написала Г. Д. Мрозек, «цей словник був важливим здобутком української лексикографії, оскільки з'явився після Валуєвського циркуляра 1863 року, в період шалених утисків української мови. Робота над словником, матеріали якого Автор збирав з української народної мови та творів українських письменників, тривала більше десятиліття». Словник позитивно оцінили відомі діячі української культури: Агатангел Кримський, Михайло Комаров, Михайло Грушевський та інші.

Фортунат Піскунов – український лексикограф, етнограф, літературознавець, автор праці «Словниця української (або Югової-Руської) мови» (Одеса, 1873). Це перша лексикографічна робота, що з'явилася після Валуєвського циркуляру 1863 року, в якому стверджувалося, що української мови не було і бути не може. Ф. Пискунов (прізвище діда Пискун) подав українську абетку, 12 додатків, написав Перед-

мову. У першому додатку – «Національні імена українців», у другому – «Національні імена українок», в інших – уривки з пісень і віршів. Одеський видавець «Словниці» – Є. П. Распопов. Друге видання Словника, перероблене й доповнене, вийшло під назвою «Словник живої народної, письменної і актової мови руських югівщан Російської і Австро-Венгерської цесарії» (К., 1882). У 1876 році Ф. Пискунов видав альманах «Чайка: український (або юго-руський) альбом пісень, дум, казок, байок, віршів тощо». На жаль, біографічні відомості про талановитого українця не збережено, його ім'я тривалий час було вилучене з пам'яті про видатних світочів XIX століття.

Сучасні науковці повертають лексикографічну спадщину в школи та Університети України. «Друга половина XIX ст. в Україні, незважаючи на всі урядові заборони і цензурні утиски, ознаменувалася піднесенням національної свідомості, відродженням української літературної мови, зростанням українського книговидання і періодики. Завдяки зусиллям представників української інтелігенції серед яких – професори Університетів, викладачі гімназій, письменники, вдалося відстояти право української мови на існування і подальший її розвиток. В 1859 році було засновано в Києві першу українську громаду, що брала активну участь у культурно-національному русі. Майже одночасно виникли українські громади в Петербурзі, Чернігові, Одесі, Харкові. Головні завдання цих громад – відродження української нації, освіта народу, розвиток мови та літератури, вивчення історії та етнографії. Незважаючи на великі перешкоди і труднощі, які планомірно створював російський уряд, розвиток української мови йшов вперед. Найбільшим досягненням розширення українського культурного мововжитку стали словники, які допомогли зберегти народові свою національну самобутність, підтримували духовність, утверджували повноправність рідної мови...» [1].

ЛІТЕРАТУРА

1. Мрозек Г. Д. «Опыть русско-украинского словаря» Михайла Левченка в колекції Музею книги і друкарства України // URL: http://vuam.org.ua/uk/704
2. Енциклопедія українознавства. Т. 4. Київ. 1996. С. 1271.
3. Чикаленко Є. Спогади. 1861-1901. Українська вільна академія. Нью-Йорк. 1955. С. 206-207.
4. Яцимірська М. Г. Українська лексикографія. Текст лекцій. Львів. 2004. 46 с.

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

РЕЦЕДИВИ ПОСТПРАВДИ В ЕЛЕКТРОННИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Поняття «постправда» схарактеризовано в «Оксфордському словнику» англійської мови. У цій дефініції ідеться, що постправда «стосується або позначає обставини, у яких об'єктивні факти меншою мірою впливають на суспільну думку, ніж апелювання до емоцій та особистих переконань» [1].

Суть постправди полягає в тому, що емоції заміняють раціональне мислення. Особливість префікса «пост-» у цьому слові не означає часовий вимір «після» правди, як, наприклад, «постмодерний» час, «посттравматичний» стан. Префікс «пост-» не має стосунку до того, що йде «після», а позначає радше зневажливе ставлення до чогось. Тобто, правда, як така, не існує, вона має другорядне значення, а визначальною є постправда, головним інструментом якої в оцінці фактів, подій, явищ є емоції, а не об'єктивний, критичний, всебічний аналіз, осмислення їхньої сутності в історичному і сучасному суспільно-політичних процесах. Сприйняття реальності ґрунтується, зазвичай, не на розсудливих, а на візуальних чинниках, які збуджують душевні переживання людини і відображають ситуативне ставлення до навколишнього світу і до себе самої.

Серед деяких журналістів і навіть окремих науковців побутує думка, що постправда – це та ж брехня, але в більших масштабах, бо підсилена найновішими інформаційними технологіями. Але це трактування є хибним. Погоджуюся з твердженням, що «опускання поняття «постправда» до звичного «брехня» є типовою спробою примітивізації поняття. Бо суть постправди в тому, що вона не є брехнею, а інтерпретацією правди. Спектр таких інтерпретацій настільки великий, що вони можуть, як злегка коригувати факти, так і цілковито їх деформувати (саме цей аспект помилково асоціюється з брехнею)» [2]. Негативна психологічна сила впливу постправди на людину підступна, маніпулятивно вразлива; її досить важко виправляти, спрямовувати світоглядний розвиток людини у русло Правди, Істини.

Під час теперішньої широкомасштабної російсько-української війни, яку рашист Путін лукаво називає «спеціальною військовою операцією», постправда переплелася з потужною брехнею, популізмом і набрала рис антиукраїнського, антилюдського інформаційного терору.

На відкритому полі постправди маніпулюють міфами, створюючи віртуально-фейковий світ. Найпоширенішим нині є міф, «народжений» ще імператрицею Катериною ІІ, про існування «триединого русского народа» (великороси, малороси і білоруси), на засадах якого функціонує антиукраїнська ідеологія і політика. У московських енциклопедіях писали, що «малороссы, малоруссы (иногда называемые южноруссами), представители одного из трех восточнославянских народностей, вместе именуемых русскими».

Цей отруйно живучий міф пропагував не лише на Донбасі, а й по всій Україні, журнал «Русское слово», засновником якого «Движение Владимира Мономаха «Русь», у місті Красний Луч Луганської області. У числі 11 (92) за листопад 2010 року на першій сторінці обкладинки журналу великими літерами написано, що «русские, украинцы, белорусы – единый народ русский». Назва статті «Культура общерусская, а не украинская» на сторінці 28 також підрізала українське етнонаціональне коріння, психологічно готувала населення Донецької і Луганської областей до створення так званих «днр» і «лнр».

Інтегральний міф-постулат, що українці і росіяни – один східнослов'янський народ, у якого, мовляв, одна і та сама мова, культура, віра, історія, територія, є наріжним каменем імперської ідеології і політики путінської Російської Федерації. Адже кримінальний злочинець Путін є психологічним віддзеркаленням моксельців-московитів, а від 1721 року – росіян. Саме тоді Петро І украв назву нашої давньоукраїнської держави «Русь» (уже 838 року «Русь» була розвиненою на той час європейською державою) і назвав Московію «Российским государством» – Росією.

Нині по всій Європі, Америці, Азії і навіть Африці московські ідеологи-маніпулятори лицемірно тиражують вислів Путіна, в якому органічно переплелися постправда, брехня і популізм, що російські війська не вбивають свій слов'янський народ на своїй історичній території, а воюють з нацистами, фашистами, бандерівцями, новітніми мазепинцями і петлюрівцями, які внаслідок націоналістичного перевороту захопили владу по всій Україні, а тепер зневажають, принижують, переслідують росіян, російськомовних українців, забороняють їм спілкуватися рідною російською мовою.

Важко знайти точні слова, щоби описати звірства російських солдатів в Маріуполі, Харкові, Чернігові, Сумах, Мелітополі, Києві та інших містах і містечках і багатьох селах. Хіба масові вбивства дітей, суцільне руйнування Волновахи, Маріуполя… – це боротьба з фашизмом і нацизмом?! Лицемірство новітнього Гітлера-Сталіна рашиста Путіна не має меж. Маніакальна мета навіженого фюрера Путіна і його біснуватих, несамовитих поплічників – відродити російську імперію під назвою СРСР. Постулат «мета виправдовує засоби» очманілі ро-

сійські солдати, офіцери, генерали щоденно, щогодинно, щохвилинно, щосекундно заливають шляхетною українською кров'ю.

Тому насамперед потрібно розвінчувати міф про однокорінність українців і росіян. Десятки наукових досліджень безальтернативно стверджують, що нинішні «русскіє» ніколи не були слов'янами. Моксельці-московити-москалі-росіяни – це нащадки заліських диких племен: чудь, весь, меря, мурома, черемиси, мордва, перм, печера, ям, замигола, корсь, нарова та інші. Філософ М. Ільїн писав (подаємо в оригіналі), що «Россия – самая паскудная страна во всей мировой истории. Методом селекции там вывели чудовищных моральных уродов, у которых само понятие Добра и Зла вывернуто наизнанку». М. Булгаков так характеризував росіян: «Не народ, а скотина, хам, дикая орда душегубов и злодеев». Ці вбивчі слова підтверджують нині звірства російських солдатів на даній Богом українській землі. Логічно: русини=українці та московити=росіяни не одного роду-племені, це різні етноси, і спадкоємицею Русі=Київської Русі є Україна, а не Московія=Росія.

Отже, явище постправди в органічній єдності з брехнею і популізмом у російській маніпулятивній пропаганді – це зловорожа, людиновбивча пандемія. На наш погляд, найефективнішим способом розвінчування, нейтралізації, позбавлення емоційної отруйної енергії вірусу постправди, яка спотворює факти, події, явища, є професійне, доброчинне утвердження Правди, Істини в усіх куточках земної кулі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Oxford Dictionaries word of the year 2016 is Post-Truth [Electronic resource] // Oxford Dictionaries. – November 16, 2016. – Mode of access: https://www.oxforddictionaries.com/press/news/2016/12/11/WOTY-16 (Last accessed: 25.03.2022). – Title from the screen.
2. Піддубний О. Що таке постправда? [Електронний ресурс] – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.piddubny.com/scho-take-postpravda/ (дата звернення 26.03.2022)

Оксана Білоус
(к. соц. ком., доцентка)

АНТИУКРАЇНСЬКІ НАРАТИВИ В КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ

Вісім років варварської агресії Росії проти України, яка з 24 лютого 2022 року переросла у неймовірно руйнівне, жорстоке, широкомасштабне знищення української нації, також вплинули на характер дискусії про сутність інформаційно-психологічної війни. Український дипломат і комунікатор Дмитро Кулеба вважає, що «воюють не інформацією, а баченням світу, світоглядними концепціями, міфами про народи та товари, зашитими у складні комунікативні стратегії й тактики. Інформація – це зброя на війні й, за певних обставин, мета війни, а не сама війна. Тому це не інформаційна, а комунікативна війна» [2, с.23].

Дослідник комунікації, професор Георгій Почепцов наголошує, що у центрі інформаційного простору дані, а у центрі комунікативного простору – сенси. «Саме в комунікативному просторі відбувається битва цивілізацій, культурні війни і таке інше…Комунікативний простір бореться за увагу споживача, оскільки інформації сьогодні більш ніж потрібно, оскільки людина вже фізіологічно не здатна її охопити» [4]. Аналізуючи російську, антиукраїнську агресію, письменниця, публіцистка Оксана Забужко зазначила, що «це війна, яка іде за те, хто продасть світові правдивішу і переконливішу історію» [1].

Безсоромно маніпулюючи історичними і сучасними фактами, подіями, явищами, московські медіа створювали в головах росіян та прихильників партій «Опозиційна платформа – За життя», Шарія, Пальчевського та інших членів проросійської п'ятої колони особливу антиукраїнську медіареальність. Під фальшивими гаслами боротьби з фашизмом, нацизмом, українським буржуазним націоналізмом, путінські ідеологи «формували порядок денний» («agenda settings»), теорію якого розробили М.Маккомбс і Д.Шоу. Мета цього порядку денного – остаточне вирішення українського питання не лише у Європі, а й у цілому світі, тобто знищення демократичної, соборної Української Держави і перетворення українців у безмовних, безнаціональних, слухняних кремлівських рабів.

Ідеологи-маніпулятори рашиста Путіна на всю потужність застосовують аморальний постулат «мета виправдовує засоби», який також наповнений антиукраїнськими дезінформаційними наративами. У Вікіпедії зазначено, що наратив (від латинського narrare – розповідати, пояснювати) означає сукупність пов'язаних між собою реальних чи вигаданих фактів, подій або вражень, які складають оповідний текст. А також процес повідомлення такого тексту (нарація) і метод впорядкування дискурсу. Спираючись на окреслене Д.Кулебою поняття «ко-

мунікативна війна», привертаємо увагу до сенсу, змісту сутності наративів в комунікативному просторі гібридної війни, де триває гостра боротьба за серця і розум людей, їхню свідомість, морально-духовні цінності й переконання.

Російськими антиукраїнськими наративами наповнений комунікативний простір «русского мира» не лише в Росії, Україні, а також в європейських країнах, на американському, азійському і навіть африканському континентах. Йдеться насамперед про масове тиражування наративу, що Україна випадково позначена на мапі світу. Наприклад, на саміті НАТО в Бухаресті (2008 р.), коли мова зайшла про Україну на засіданні ради «Росія – НАТО», Володимир Путін розлютився і, звертаючись до Джорджа Буша сказав: «Ти ж розумієш, Джордже, що Україна – це навіть не держава! Що таке Україна? Частина її території – це Східна Європа, а частину, і значну, подарували ми!» [4, с.236]. В інтерв'ю Яніні Соколовій (26 березня 2022 р., 5 канал) колишній прем'єр-міністр Польщі, політичний діяч Дональд Туск сказав, що не один раз під час офіційних зустрічей В.Путін говорив, мовляв, Україна якесь недорозуміння, потрібно частину України зі Львовом віддати Польщі, частину – Угорщині, а вся центральна, східна, південна і північна Україна – це історично російська земля. Найновіше «відкриття» несамовитого «історика» Путіна: Українську державу, мовляв, створив Ленін. Крім цих маразматичних тез російські ЗМІ нав'язують думку, що Україна – недолуга недодержава, або Україна – це нацистська держава, якою управляють «американські агресори».

У московських ЗМК і телеканалах України «ZIK», «112-Україна», «NewsOne», «НАШ», «Інтер» не розповідали, що Росія напала на Україну і розв'язала жахливу війну, а систематично нав'язували думку, що у Донецькій і Луганській областях природно виникла громадянська війна за «соціальну справедливість». І Крим, мовляв, ніхто не анексував, а населення його добровільно повернулося в історично рідне російське лоно. Жодним словом ніхто не згадував і не згадує, що російська імперія у 1783 р. ліквідувала незалежність Кримського ханства і захопила його територію. Широкомасштабну агресію проти України 24 лютого 2022 р. московські імперіалісти «обґрунтовували» тим, що Україна хотіла напасти на так звані «ДНР» і «ЛНР».

Медіа повняться повідомленнями, що не було в Україні ніякої Революції Гідності, а під час Майдану, мовляв, здійснено націоналістичний переворот і розгорнуто переслідування росіян і російськомовного населення. Московські батюшки на чолі з Кірілом і проросійська п'ята колона не сприйняли відродження Православної Церкви України і надання їй Томосу, мовляв, відбулося аморальне розкольництво у православному світі. У всіх бідах, які спіткали Україну, звинувачували Петра Порошенка і систематично нав'язували тезу, що Україну порятує від іноземного поневолення єднання з Росією і, мовляв, єдиною «світ-

лою державницькою» надією є В.Медведчук. Антиукраїнські наративи постійно набувають нових психологічних відтінків.

У сучасних умовах жорстокої російської агресії проти України дуже важливо прислухатися до порад Вселенського Архиєрея Папи Франциска, який під час зустрічі 13 грудня 2018 р. з керівниками, працівниками, друзями італійської католицької телерадіокомпанії «Telepace» закликав присутніх бути «антенами духовності», творити журналістику «від людей до людей», пропагувати «журналістику миру». Отже, місійне покликання українських журналістів – допомагати громадянам України і зарубіжних країн розрізняти наративи справжніх, правдивих, гуманістичних національних цінностей від проросійських, фейкових, дезінформаційних антиукраїнських наративів, які є потужною інформаційно-психологічною зброєю російської гібридної війни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Забужко О. Українське суспільство сьогодні позбавлене орієнтирів. Тиждень. 2017. 9 серпня. URL: http://tyzhden.ua/Culture/197877
2. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правди і спільнот. Київ: Книголав, 2019. 384 с.
3. Лизанчук В. Геноцид, етноцид, лінгвоцид української нації: хроніка. Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2008. 258 с.
4. Почепцов Г. Коммуникативная безопасность в противовес безопасности информационной. Хвиля. 2016. 28 серпня. URL: http://hvylya.net/analytics/society/georgiy-pocheptsov-kommunicativnaya-bezopasnost-v-protivoves-bezopasnosti-informatsionnoy.html

Ярослав Табінський
(асистент)

ЖАНРОВІ ДОМІНАНТИ ФОТОГРАФІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Сучасна фотографія в Україні, як явище у візуальній комунікації та документалістиці, потребує ґрунтовного осмислення, вивчення розвитку технологічного процесу, нового досвіду застосування та порівняння із закордонними тенденціями. Саме жанрові ознаки є важливими пунктами для наукового опрацювання тематики щодо функцій фотографії в медійній системі. Враховуючи постійні трансформаційні зміни, науковцям доводиться виявляти вплив візуальних форм на ре-

ципієнтів, з'ясовувати роль фотоілюстрацій, які виконують функцію документування. Наприклад фото з важливої суспільної події може передати набагато більше інформації та миттєво вплинути на людину, аніж декілька сотень рядків тексту.

Сьогодні все частіше більд-редактори обирають якісні та важливі за змістом фотоілюстрації для друкованих та інтернет-видань. Відповідність ілюстративного матеріалу щодо жанрової палітри фотожурналістики є особливо важливою, адже певний жанр формує зміст та візуальне обличчя редакції. Через розвиток мультимедійних цифрових технологій жанри фотожурналістики перебувають у процесі внутрішньої асиміляції (отримують деякі суміжні ознаки й уподібнення) та трансформації (зміни й перетворення однієї форми в іншу).

Зважаючи на стрімкі технологічні процеси у медіа, необхідно детальніше вивчати саме жанрові системи, їхню взаємодію та застосування на практиці. Досліджень генологічних питань щодо класифікації жанрів фотожурналістики є небагато, проте єдиної спільної системи науковці досі не впровадили. Репортери, для яких важливе практичне застосування та зміст фотографії, найчастіше описують власні репортажі, новинні світлини, художнє, документальне чи стріт-фото. На відміну від практиків завданням науковців-теоретиків є створення чіткого жанрового поле, у якому фоторепортери зможуть знайти форми, що використовують найчастіше – тобто домінантні жанри.

Дослідниця візуальної комунікації Ганна Цуканова звертає увагу на нові можливості цифрової фотожурналістики. Сучасні мультимедійні інструменти сприяють появі нових форматів представлення візуального контенту. Проте не варто говорити про виникнення абсолютно нових жанрів, адже мультимедійні засоби хоч і поширюють інформацію для споживачів, однак саму жанрову класифікацію зображальної журналістики вони не розширюють [3].

Натомість польський професор Казімєж Вольний-Зможинський описує деякі нові візуальні форми передачі інформації, зокрема – прес-фотографію, фотоесей, фотокаст й інші [4]. Традиційної класифікації за принципом єдності слова і зображення дотримується й професор Сергій Горевалов. Він виокремлює самостійні й допоміжні жанри [1].

Насамперед науковці вивчають фотографію як об'єкт фотожурналістики. Інколи у ширшому значенні йдеться про візуальну журналістику, яка сьогодні визначає процес переходу медійного змісту до домінування образності та включає явище прогресивної конвергенції медіа.

Польська дослідниця Уршула Кузнік вважає, що зараз уже немає чіткого поділу на інформаційні і публіцистичні фотожанри, адже немає конкретної межі, хіба спільна риса, яка є важливою для всіх жанрів – інформування суспільства. Форму і функції фотографії визнача-

ють можливості документації відзнятого, адже різниця полягає в тому, що фотографія в журналістиці показує поточну подію, а документальне фото відображає стан справи, як соціологічний образ реальності [4]. Саме тому в європейських медіа найважливішим є ефект впливу на реципієнта, що, власне, й визначає будову і риси певного жанру фотожурналістики.

Відомо, що сучасний український медійний простір за своїми ознаками тяжіє до західного стилю інформування суспільства. Тобто за візуальним сприйняттям більшість матеріалів українських авторів є достатньо наближеними до публікацій у європейських медіа. Цьому сприяє тісний зв'язок із закордонними редакціями, розвиток фріланссерської журналістики, а також російська воєнна агресія і пропаганда. Варто лише звернути увагу на спецпроєкти десятків українських медіаресурсів, серед яких – Reporters, Бабель, Ukraïner, Куншт, Твоє місто та інші. Вважаємо, що для детального вивчення жанрової системи фотожурналістики необхідно осмислити взаємозв'язки між напрацюваннями теоретиків і авторськими публікаціями в медіа, виокремити впливи технологій та простежити зміни форм і засобів, які є актуальними до потреб реципієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горевалов, С.І., Зикун, Н.І. та Стародуб, С.А. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації: єдність слова і зображення: *Навчальний посібник, Київський міжнародний університет.* Київ, 296 с.
2. Табінський Я. Трансформація жанрів у фотожурналістиці: теоретичний та генологічний аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. Львів, 2020. Вип. 47. С. 77–87.
3. Цуканова, Г. (2015), «Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа», доступно за адресою: https://tinyurl.com/yxb59gau (дата перегляду 20 січня 2022).
4. Wolny-Zmorzyński, K., Morawiecki, J., Urbaniak, P. Gatunki dziennikarskie w Europie. Wstęp do genologii porównawczej, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, 2017, s. 180.

Леся Борис
(асистентка)

АВТОРСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ПОПУЛЯРНИЙ НАПРЯМОК ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ

Виникнення та розвиток надсучасних технологій, стали приводом до модернізації традиційних каналів комунікації і створення таких медіаплатформ, які максимально залучають реципієнтів до комунікативного процесу. Ще донедавна популярним видом екранного діалогу з глядачем було телебачення. Сьогодні ж, воно стало невід'ємною складовою інтернет-журналістики й першочерговим ресурсом формування телевізійного бренду. Основна частка глядацької аудиторії сконцентрувала свою увагу на всемережжя, адже там відбувається інтерактивне спілкування і глядач відчуває себе учасником комунікаційного дискурсу.

Масмедійники докладають максимум зусиль заради конкурентноспроможності, а їхні рейтингові показники зростають завдяки позитивному іміджду їхнього телеканалу. Основною особливістю завоювання довіри та уваги глядача, є наявність контенту власного виробництва, який вирізняється з-поміж безлічі пропонованої інформації індивідуальним оригінальним стилем подання матеріалу. Власне, авторські програми завдяки «ведучому-творцю» мають свій характерний «індивідуальний дискурс, активну авторську позицію та впізнаване авторське я» [1; 170]. Від задуму до створеного кінцевого продукту, на всіх етапах виробництва, відповідальним є його творець.

Авторські телепрограми, як приклад авторської журналістики, привертають увагу масового глядача саме харизматичною постаттю ведучого [2] та його творчим амплуа через самопрезентацію в ефірі. Його особисте ставлення до тієї чи іншої події проявляється крізь призму зображально-виражальних засобів, притаманних лише йому: манера висловлюватися, акцентувати увагу, іноді, навіть, "театралізувати" події суспільного, політичного чи культурного життя. Повний спектр жанрово-змістових особливостей, об'єднаних в авторському проєкті, можна "вважати окремим телевізійним форматом" [1; 170], втіленим крізь призму авторського задуму, що забезпечує успіх та високий рейтинг телеканалу.

Не менш важливим компонентом авторської програми є ефект діалогічності, інтерактивність та багатоканальність комунікації (аналітика у студії, репортажність, прямий зв'язок) [3]. Саме такий інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії у телеефірі називають телевізійним дискурсом. Проявом цього можемо обрати кілька авторських програм, які виходили в ефір ще до початку російсько-української війни на українських телеканалах або продовжують виходити в інтернет-про-

сторі на різноманітних платформах. Науковиця Лісневська пропонує виокремити такі види авторських програм:

1) інформаційно-аналітичні («Факти тижня» з Оксаною Соколовою та Сергієм Кудімовим, «ТСН тиждень» з Аллою Мазур);

2) суспільно-політичні («Право на владу» з Наталією Мосейчук, «Свобода Слова» з Вадимом Карп'яком);

3) пізнавально-просвітницькі «Історична правда з Вахтангом Кіпіані», «Культові українці: позначені гривнею» з Лізою Цареградською);

4) розважально-інформаційні («Світське життя з Катериною Осадчою», «Світ навиворіт з Дмитром Комаровим»);

5) студійні телебесіди («Рандеву з Яніною Соколовою», «В гостях у Гордона») [3].

Персоніфікація авторської програми через особистість ведучого одразу формує цільову аудиторію і творить бренд телеканалу та популяризує його на тих інтернет-платформах, де завантажені проєкти можна як переглядати так і залучати глядачів до інтерактиву.

Як бачимо, телевізійний дискурс у авторських програмах, безперечно, взаємодіє з поняттями стилю, індивідуальністю виражальних засобів ведучого, мовленнєвими особливостями, які віддзеркалюють громадянську позицію як творця передачі так і телеканалу в контексті національно-мовленнєвої, соціальної і духовної культури [4].

ЛІТЕРАТУРА

1. Венгер І. Авторські програми в контексті комерційного телебачення / І. Венгер // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 13. – С. 169-175.
2. Ковтун Т. В. Авторська програма на телебаченні // Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Авторська_програма_на_телебаченні (дата звернення: 31.03.2022).
3. Лісневська А. Л. Робоча програма з «Створення авторських телевізійних програм» для студентів зі спеціальності 8.18010019 медіакомунікації, галузі знань 1801 Специфічні категорії (освітньо-кваліфікаційний рівень «магістр»). URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Felibrary.kubg.edu.ua%2Fid%2Feprint%2F12294%2F1%2FA_Lisnevska_SATP_GI.pdf&clen=1024371&chunk=true&pdffilename=A_Lisnevska_SATP_GI.pdf (дата звернення: 31.03.2022).
4. Романюк О. С. Телевізійний дискурс як інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії / О. С. Романюк // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. – 2018. – Вип. 1. – С. 86-89. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuufilol_2018_1_19

Андрій Калинів
(асистент)

НОВИНИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ТЕМАТИКА, ІНФОРМАЦІЙНО-ЕМОЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Пандемія коронавірусної інфекції COVID-19 трансформувала сучасне інформаційне поле. Відбулось перенасичення інфопростору повідомленнями про коронавірус, зараження медіа тривожними новинами про загрозу здоров'ю та життю, що актуалізувало феномен тривожного інформаційного виру. Відтак спостерігалось масове поширення страху, депресії, істерії, постійне очікування негативу, зокрема на тлі соціальної ізоляції та дефіциту інформації про хворобу. Медіа адаптувались під нову соціальну реальність, тематичний фокус змістився на висвітлення тем, пов'язаних з коронавірусом, що часто компенсувало нестачу традиційних інфоприводів. Природно, змін зазнав контент регіональних ЗМІ. Водночас, зріс попит на локальну інформацію.

Інтерес регіональних мовників до коронавірусної інфекції зростав під час поширення нових хвиль пандемії, виявлення нових штамів вірусу, проведення кампанії з вакцинації від covid-19. Проте найбільшим він був саме на початку, оскільки світова спільнота постала перед одним з найбільших викликів XXI ст.: «пандемія спричинила не тільки глобальні трансформаційні процеси у всіх галузях суспільного життя, але й викликала емоційну трансформацію» [1;9]. Регіональні мовники присвячували коронавірусу цілі випуски, в яких розглядали різні аспекти життя регіону в умовах пандемії та проблеми, спричинені нею. Серед новин про covid-19, зокрема на львівських регіональних каналах, за тематикою можна виокремити такі категорії:

- оперативна місцева інформація;
- темпи поширення коронавірусу; карантинні зонування;
- ковідна статистика (інформація про хворих на коронавірусну хворобу, зокрема: їх чисельність, смертність, персоналії (виявлення коронавірусу в публічних осіб);
- про вірус, поміж інших: намагання «розкрити» його походження та причини виникнення, шляхи та засоби поширення, структуру, форму та розмір, геном та штами коронавірусу;
- описи симптомів, способи лікування та протидії хворобі;
- протиепідемічні заходи та обмеження у країні та в регіоні: карантинні обмеження, посилення контролю за дотриманням протиепідемічних обмежень;
- соціальні та економічні наслідки пандемії для світового устрою та/або регіону, у тому числі інформація про готовність приймати хворих чи наповненість лікарень і шпиталів, стан лікарень зага-

лом; медичні закупівлі тощо [3]; вплив пандемії на різні сфери соціально-економічного та суспільного життя Львівщини, культуру, туризм, освіту (дистанційне навчання, проведення ЗНО); ситуація на ринку праці, безробіття, поради як «вижити бізнесу», поради психологів тощо;
- дії органів влади;
- розробка вакцини, вакцинація, ковідні сертифікати, «ковідна» тисяча;
- спецтема, «коронавірусні» історії крізь призму людських доль.

Попри коронавірусну тематику, зокрема в «негарячий» ковідний період, регіональні мовники активно висвітлювали й інші традиційні теми – суспільно-політичні, соціальні, економічні, культурні, спортивні, теми надзвичайних новин, війни, комунальних проблем тощо.

Актуальною у новинному дискурсі є синергія інформаційного та емоційного аспектів, адже «оприлюднений журналістом соціально важливий факт інтерпретується у підсвідомості телеглядача, а відтак, належно оцінений, на свідомому рівні реалізується у помислах, діях, вчинках та існує як самодостатня одиниця в сукупності з іншими інформаційними повідомленнями» [2; 190]. Отже, емоція − це теж інформація. Емоційність досягається завдяки візуальним образам, музичному оформленні, вербальним маркерам. Не менше значення мають і екстралінгвальні чинники, зокрема, інтонація, експресивне мовлення.

Показовими в контексті негативного емоційного забарвлення є лексеми *«смерть», «трагедія»: «смертельний обвал», «фатальний ремонт», «страшна трагедія», «смертельна ДТП»*, які вплетені у назви матеріалів. Журналісти у своїх сюжетах про коронавірус, самі ведучі підвищували рівень тривожності: *«Українці починають заражати коронавірусом одне одного» (*ZAXID.NET, Головні новини Львова, 20.03.20); «*Розпочинаємо випуск з тривожних новин коронавірусного фронту», «Якщо ви вперто не цікавитесь ковідною статистикою, вона може зацікавитись вами*» (ZAXID.NET, 30.09.21); *«Давидів у самоізоляції: десятки інфікованих, в'їзди до села обмежені*» (НТА, Правда. Наживо, 1.05.20); «*Львівщина серед антилідерів з подолання захворюваності на covid-19*» (НТА, 9.07.20); «*На Львівщині померла 20-річна з коронавірусом*» (НТА, 17.07.20); *«Українські міста втрачають мерів через коронавірус*» (НТА, 18.12.20); «*Жахи львівських ковід-шпиталів», «Львів семимильними кроками наближається до червоної зони*» (НТА, 25.10.21); «*Страх, паніка, відчай: як лікують «ковідних» пацієнтів в львівській лікарні швидкої допомоги»* (Перший Західний, Очі. Новини, 12.10.21) (в цьому випадку показовими є візуальні образи, емоційні кадри, коментарі людей); «*У перший тиждень нових обмежень в Україні «влітаємо» з рекордними показниками летальності»* (Перший Західний, 23.10.21); «*переповнені морги», «місць в реанімаціях нема», «гра з вірусом страшніша, аніж гра в кальмара*» (Перший Західний, 25.10.21).

Щоправда, медійники намагались виправдовувати запити суспільства на позитивний контент та насичувати інфопростір добрими новинами та позитивною інформацією. Зокрема, Перший Західний, Суспільне Львів регулярно робили сюжети про унікальні операції, трансплантації органів, що проводили львівські лікарі, в т.ч. разом зі своїми українськими та закордонними колегами, які повертали людям здатність ходити, чути, вільно дихати, врешті – жити. Показовими в цьому контексті є висвітлення щирих емоцій як пацієнтів, їхніх родичів, так і медиків, які обіймаються і радіють успішним операціям. Пригадуємо, як цілою країною збирали кошти маленькій львів'янці зі СМА Вікторії Полюзі для боротьби з недугою, і як щиро раділи, коли на початку цього року дівчинка отримала рятівний укол. Примітними є новини про одужання від коронавірусу, благодійні ініціативи, надихаючі історії як приклади конструктивної журналістики тощо: «*У Львові з лікарні виписали чоловіка, що поборов covid-19»* (НТА, 24.04.20) «*Перемога над covid-19: 14-річний пацієнт, який був у важкому стані, одужує*» (НТА, 19.12.20); «*Надихаючі історії: як змінити вид діяльності на карантині»* (НТА, 17.07.20); «*Як львів'яни підтримують медиків під час пандемії*» (НТА, 9.07.20); *«Життя після 60 тільки починається, вважають засновники українського Університету людей 3 віку «Протон»* (Перший Західний, 12.10.21); *«Акція «Одягни ближнього»* (ZAXID.NET, 31.01.22). Такі новини покликані зміцнити ментальне здоров'я українців, їхній моральний стан, зменшити панічні настрої в суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балюн О., Проданчук О. Особливості формування позитивного контенту в соціальних мережах під час домінування панічних настроїв населення [Електронний ресурс] / О. Балюн, О. Проданчук // Обрії друкарства : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – №1(9). – 2021. – С. 6–20. – Режим доступу: http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/240544/247730
2. Дворянин П. Новини на регіональному телебаченні: українськоцентрична парадигма : дисертація на здобуття наукового ступеня канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / П. Дворянин; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. − Львів, 2016. – 214 с.
3. Назаренко К. Регіональні медіа в період пандемії COVID-19 [Електронний ресурс] / К. Назаренко // Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи : матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, Тернопіль, 15 квітня 2021 р. – С. 46–47. – Режим доступу: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/35886/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D1%82%D0%B5%D0%B7-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97_2021_1.pdf

Назарій Волянський
(аспірант)

МАНІПУЛЯЦІЯ ІСТОРИЧНИМИ ФАКТАМИ, ПОДІЯМИ І ЯВИЩАМИ В РОСІЙСЬКИХ ЗМІ

Маніпуляція, пропаганда і викривлення фактів. Все це притаманне кремлівському керівництву. Методи, які використовують росіяни зовсім не нові. Їх запозичили у нацистській Німеччині, фашистській Італії і в своїх попередників із СРСР. Ціль усієї пропаганди була і залишається досі – піднесення культу держави – могутньої та потужної.

Муссоліні у своїх промовах наголошував: «Все у межах держави! Нічого поза державою! Нічого проти держави!». Тим часом Адольф Гітлер: «Один народ, одна держава, один вождь». Тепер його наслідник Путін сформував правління за таким самим принципом.

«Для Кремля історія – це не щось, що треба вивчати і пам'ятати. А щось, чим треба керувати, аби виправдати сучасні дії Росії». Такий вислів належить Раймонді Міглінайте з Оперативної групи зі стратегічних комунікацій Європейського Союзу, яка системно протидіє російським дезінформаційним атакам.

Наведу кілька прикладів, як Росія маніпулює історичними подіями та фактами.

1. 29 вересня в Україні вшановують жертв Голокосту. 29-30 вересня 1941 року, німці розстріляли єврейське населення у Бабиному Яру. Загинули майже 34 тисячі людей. За два роки нацистської окупації – мінімум 70 тисяч осіб.

Російські пропагандистські інструменти до роковин розстрілів у Бабиному Яру почали дискредитаційну кампанію проти України. Українців вони назвали антисемітами та звинуватили в розстрілах євреїв. Такі ж тези повторили кілька антиукраїнських ЗМІ всередині України.

2. «Росія – єдина наступниця Київської Руси».

Російські історики часто вказують, що назва «Київська Русь» є історичною маніпуляцією, адже Київ не одразу став частиною цієї держави і згодом позбувся статусу головного міста. Далі російська історична пропаганда стверджує, що лише Росія є втіленням оригінальної культурної та релігійної спадщини Руси – на відміну від України та Білорусі, які після захоплення іншими державами нібито втратили свою самобутність, потрапивши під вплив католицької та уніатської церков. Росія також реанімує міф про «Давньоруську державу» і «давньоруську народність», який виник ще за сталінського режиму. Згідно з працями радянських вчених, унаслідок зближення і злиття багатьох східнослов'янських племен за часів Київської Руси сформувалася етнічна й мовна єдність – давньоруська народність, яка мала спільну те-

риторію, мову і спільні культурні та психологічні особливості. У своїх промовах Владімір Путін дуже часто апелює до того, що Київська Русь чи Давньоруська держава та Росія – це одне поняття.

3. «Украинцы – это русские».

Таку тезу Путін щоразу використовує, аби наголосити, що українці і росіяни – один народ. З такої думки глузує увесь світ, адже більшість світових істориків спростовують наративи Кремля.

У 2013 році дослідження російських вчених показало, що росіяни з північної частини Росії за походженням є «фіно-угро-татари», а не «східні слов'яни», і не мають відношення до українців та білорусів. Лише представники кількох популяцій центральної частини європейської Росії мають певну схожість з популяціями з центрально-східної Європи. Тобто навіть генетично українці та росіяни є різними етносами.

Як би Росія не переписувала історію, змушувала українців змінювати паспорти, примусово вивозила за кордон - не зможе вона зруйнувати історичну пам'ять та наш український народ. Це вже продемонстрували наші військові, які майже два місяці захищають і боронять нашу землю. Ненависть до всього російського в Україні тепер на дуже високому рівні. Орди в Україні не буде! Смерть ворогам!

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 медіакомпанії 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 відповідість статуту до реального стану справ бралися такі дослідники, як *Л. Кертіс, Т. Бун,*

Д. Фернандез-Беллон, Дж. Фонґ, Д. Лі, В. Дженіґ, П. Шлезінґер, 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 ВВС, 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, ВВС не намагалась демонізувати ірландських лідерів. Через це уряд Марґарет 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 ВВС 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 відгукнулась 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 повчитись 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 картинки до звуку та методів сторітеллінгу, щоб фільм став справді драматичною і емоційною мандрівкою...*». [3] ВВС створює дуже кінематографічну документалістику про природу. З іншого боку, багатьом документальним фільмам ВВС на інші теми дуже бракує кінематографічності.

Якщо говорити про форму документального контенту Netflix, то ці спеціалісти і тут зуміли перевершити ВВС, 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.

Вкінці 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

Іван Крупський. УКРАЇНСЬКА ПРЕСА НАДДНІПРЯНЩИНИ ПІСЛЯ РЕВОЛЮЦІЙНОГО ПІДНЕСЕННЯ 1905-1906 рр. 3
Михайло Присяжний. ПРИЧИНКИ ДО БІОГРАФІЇ ЖУРНАЛІСТА ЗЕНОНА ПЕЛЕНСЬКОГО 5
Юрій Васьківський. СУЧАСНИЙ СТАН РІВНЯ СВОБОДИ ПРЕСИ В УКРАЇНІ ОЧИМА МЕДІАЕКСПЕРТІВ 8
Ігор Скленар. ЧАСОПИС «ХРИСТИЯНСЬКИЙ ГОЛОС» (МЮНХЕН) В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД (1940-1950-ті рр.): ШТРИХИ ДО ІСТОРІЇ, РЕДАКТОРИ І ЗНАКОВІ ПУБЛІЦИСТИ 13
Мирослава Рудик. АКТИВНА І ПАСИВНА КОМУНІКАЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 16
Наталія Гадьо. КАТОЛИЦЬКА ЖУРНАЛІСТИКА ЕПОХИ ОНЛАЙНУ (ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ) 18
Наталія Войтович. ГЕЙМІФІКАЦІЯ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ: ПЛЮСИ ТА МІНУСИ 20

ПІДСЕКЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Степан Кость. ДО ПИТАННЯ ПРО ІДЕАЛЬНУ МОДЕЛЬ ЖУРНАЛІСТИКИ І ЖУРНАЛІСТА 23
Олег Романчук. ДЕРЖАВА і ВЛАДА: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ 25
Галина Яценко. ІМПЕРСЬКІ НАРАТИВИ РОСІЇ В РЕЦЕНЗІЇ ІВАНА ФРАНКА НА КНИГУ М. ПОКРОВСЬКОГО «БЛЄДНОВ» 27
Тетяна Слотюк. ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ТА НАПОВНЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «РУБРИКА» – МЕДІА КОРИСНИХ РІШЕНЬ 30
Ігор Павлюк. СУЧАСНИЙ ЛІТЕРАТУРНИЙ ПРОЦЕС В УКРАЇНІ ... 33
Юлія Присяжна-Гапченко. ЖУРНАЛ «ЖИТТЯ»: КОРОТКИЙ, АЛЕ ПОМІТНИЙ ШЛЯХ 35
Оксана Бабенко. КОНТЕНТ І ТЕНДЕНЦІЇ У МЕДІА ЕКУМЕНІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ 37

ПІДСЕКЦІЯ НОВИХ МЕДІА

Yuriy Zaliznyak. COGNITIVE WARFARE IN UKRAINE AS A CHALLENGE FOR GLOBAL JOURNALISM STANDARDS MODERNIZATION 39
Nataliia Gabor, Yuliana Lavrysh. JOURNALISM EDUCATION PLUS THE EUROPEAN OPPORTUNITY 42
Юліана Лавриш, Андрій Мандрика, Мар'яна Струк. НАВЧАЛЬНО-ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ КІТ-ЛАБОРОТАТОРІЇ ЯК МАЙДАНЧИК РОБОТИ З ТЕХНОЛОГІЯМИ НОВИХ МЕДІЙ 45
Павло Александров. ФЕНОМЕН ТРАНСМЕДІЙНОСТІ У НОВИХ МЕДІА 47
Ірина Шарова. ФОРМАТИ ТА ЖАНРИ ПРОСУВАННЯ ВИДАВНИЧОГО КОНТЕНТУ В ТІК ТОК 50

ПІДСЕКЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Мар'ян Житарюк. НОВІ ВИКЛИКИ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ РОСІЇ В УКРАЇНІ 52
Тетяна Хоменко. КУЛЬТУРОЗБЕРІГАЮЧІ ТА КУЛЬТУРОТВІРНІ ФУНКЦІЇ ЗМІ 54
Андрій Мельник. ТЕОРІЯ ВІЛЬНОГО РИНКУ ІДЕЙ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРАВА НА СВОБОДУ СЛОВА 56
Ольга Квасниця. ІСТОРИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПЕРСПЕКТИВИ І ВИКЛИКИ ЧАСУ.....59
Марта Стельмах. ІСТОРИЧНА ПУБЛІЦИСТИКА ЕНН ЕПЛБАУМ.....61

ПІДСЕКЦІЯ МОВИ ЗМІ

Наталія Більовська. ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАТЕКСТІ 64
Христина Дацишин. МОВНІ МАРКЕРИ СТЕРЕОТИПІВ У НАЗВАХ ОСІБ СТАРШОГО ВІКУ.....65

Анатолій Капелюшний. ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕВІАТОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ ВПЛИВУ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ТЕКСТУ НА ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ТОНУСУ СУСПІЛЬСТВА 68
Любов Конюхова. НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В СТРУКТУРУВАННІ НОВИННИХ ЗАГОЛОВКІВ У ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 70
Богдан Маркевич. ВІЗУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ В ЛОНГРІДАХ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАКОРДОННИХ ВИДАНЬ).....72
Марія Ріпей. ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА (НА МАТЕРІАЛАХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»).....75
Андрій Яценко. ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА ПОДВІЙНОГО ДИПЛОМУ «НОВІ МЕДІА І КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 77
Марія Яцимірська. МАЛОЗНАНІ ІМЕНА ЛЕКСИКОГРАФІВ ХІХ СТОРІЧЧЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ЇХНІХ ПРАЦЬ ДЛЯ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ПРАКТИКИ.....79

ПІДСЕКЦІЯ РАДІОМОВЛЕННЯ І ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Василь Лизанчук. РЕЦЕДИВИ ПОСТПРАВДИ В ЕЛЕКТРОННИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ 82
Оксана Білоус. АНТИУКРАЇНСЬКІ НАРАТИВИ В КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ.....85
Ярослав Табінський. ЖАНРОВІ ДОМІНАНТИ ФОТОГРАФІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ.....87
Леся Борис. АВТОРСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ПОПУЛЯРНИЙ НАПРЯМОК ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ 90
Андрій Калинів. НОВИНИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ТЕМАТИКА, ІНФОРМАЦІЙНО-ЕМОЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ 92
Назарій Волянський. МАНІПУЛЯЦІЯ ІСТОРИЧНИМИ ФАКТАМИ, ПОДІЯМИ І ЯВИЩАМИ В РОСІЙСЬКИХ ЗМІ 95
Володимир Антонов. ПОРІВНЯННЯ СТРАТЕГІЙ СТВОРЕННЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА BBC ТА NETFLIX.....96

Наукове видання

Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства

Збірник матеріалів звітної наукової конференції
за 2021 рік (секція «Журналістики»)

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