

ISSN 2078-2551

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК

ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

Серія «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

ВИПУСК 13

Заснована 2009 року.

Харків–2018

У віснику розглядаються актуальні проблеми соціальних комунікацій на широкому матеріалі українського та зарубіжного інформаційних просторів.

Для науковців, студентів і всіх, хто цікавиться проблемами соціально-комунікаційних процесів.

Збірник є фаховим виданням у галузі «Соціальні комунікації» (Наказ МОН України № 374 від 13.03.2017 р.).

Затверджено до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 13 від 17 грудня 2018 р.)

Редакційна колегія:

Хавкіна Л. М., д. наук із соц. ком., проф., відп. ред. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Нечаєва Н. В., к. філол. наук, доц., відп. секр. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Балаклицький М. А., д. наук із соц. ком., доц. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Безхутрий Ю. М., д. філол. наук, проф. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Блажеєвська Ю. М., к. наук із соц. ком. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Бондаренко Т. О., к. наук із соц. ком., доц. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Борзенко О. І., д. філол. наук, проф. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Бутиріна М. В., д. наук із соц. ком., проф. (Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара);
Василик Л. Є., д. наук із соц. ком., проф. (Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича);
Гостеніна В. І., д. соц. наук, проф. (Брянський державний університет);
Грицюта Н. М., д. наук із соц. ком., доц. (Київський національний університет імені Тараса Шевченка);
Давидова І. О., д. наук із соц. ком., проф. (Харківська державна академія культури);
Зражевська Н. І., д. наук із соц. ком., доц. (Український католицький університет, м. Львів);
Копилова Л. А., к. наук із соц. ком. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Короченський О. П., д. філол. наук, проф. (Белгородський державний національний дослідницький університет);
Кузнецова Т. В., д. наук із соц. ком., проф. (Національний університет «Одеська юридична академія»);
Набитович І., д. філол. наук, проф. (Університет імені Марії Кюрі-Склодовської в Любліні, Польща);
Подпруднікова О. П., к. наук із соц. ком. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Річчарді-Фолвелл Ш. Р., PhD, проф. (Університет Індіани, м. Індіанаполіс, США);
Снурнікова Ю. М., к. філол. наук, доц. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна);
Стародубцева Л. В., д. філос. наук, проф. (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна).

Адреса редакційної колегії:

кафедра журналістики, кімн. 11-11, тел. (057) 707-52-30,
філологічний факультет,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022.
e-mail: journ@univer.kharkov.ua

Статті друкуються в авторській редакції.
Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21567–11467Р від 08.09.2015.

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, оформлення, 2018.

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ	4
<i>Бенькевич Г. А.</i> Витоки емоцій (екскурс в античність): соціокомунікаційний аспект	4
<i>Блавацький С. Р.</i> Специфіка висвітлення НДМ УНР на Паризькій мирній конференції (1919–1920 рр.) (за матеріалами української франкомовної преси в Європі).....	9
<i>Василенко В. Ю.</i> Сучасний стан дослідження процесу формування іміджу закладу вищої освіти: теоретичний аспект.....	20
<i>Остапчук С. С.</i> Гендерні аспекти мовлення: на прикладі сучасних україномовних друкованих ЗМІ	27
<i>Шевченко Г. О.</i> Методологічні проблеми вивчення крос-медіа.....	32
ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, СТРУКТУРИ ТА СТИЛІСТИКИ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ	40
<i>Гусева Е. А.</i> Антивоєнна публіцистика Ернеста Хемінгуей.....	40
<i>Кушнір Г. О.</i> Публіцистика Євгена Сверстюка у рецепції його сучасників	47
<i>Федоренко В. П.</i> Роль громадянської позиції ведучого в авторських програмах.....	53
МЕДІАКУЛЬТУРА І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ	62
<i>Полумисна О. О.</i> Інформаційно-комунікаційні ресурси для людей з інвалідністю.....	62
<i>Соколова Н. В.</i> Соціальні мережі як нові джерела отримання інформації в телевізійних новинах.....	70
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ	76
<i>Рязанов А. С.</i> Меми в українській інтернет-журналістиці.....	76
<i>Хлестова С. В.</i> Реалізація інформаційної функції коміксу на прикладі «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство».....	81
<i>Чемеріченко Н. С.</i> Інтернет-комунікація довкола музейної тематики в контексті туризму (на прикладі Києва, Львова і Харкова).....	87
THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF MASS COMMUNICATIONS	99
<i>Butyrina M., Temchur K.</i> Hate speech as a sociolinguistic phenomenon	99
<i>Kurban O.</i> Theoretical and methodological bases of modern hybrid conflicts.....	105
<i>Zinenko O.</i> Role of culture events in shaping discourse of independent journalism in Ukraine in 1991–2018	114
<i>Temchur K.</i> Sources of forming the author's position in Benjamin Franklin's «The Silence Dogood Letters».....	121
РЕЦЕНЗІЇ	129
<i>Балаклицький М. А.</i> Студія про стратегічну роль книжкової комунікації в суспільстві	129
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	132

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 27.00.01

Г. А. Бенькевич

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

Витоки емоцій (екскурс в античність): соціокомунікаційний аспект

Бенькевич Г. А. Витоки емоцій (екскурс в античність): соціокомунікаційний аспект. У статті розглянуто різноманітні трактування такого поняття, як емоції. Також йде мова про похідні поняття. Це такі поняття, як почуття, пристрасті та емоційний інтелект – в історичній ретроспективі. Показано спільний контекст цих понять. Проаналізовано вияв емоцій у поведінці людини. Доведено зв'язок емоцій, уміння спілкуватися та досягнення успіху. Розглянуто еволюцію понять «емоції», «почуття» та «пристрасті». Епікур говорить про відчуття та почуття. Демокрит стверджує, що емоції з розумом регулюють людську поведінку. Сократ ставить розум домінуючим над емоціями, бо вважає емоції руйнівними та не вартими уваги. Платон у певний період то надавав ваги емоціям, то вважав у інший період, що людським життям керує розум, а не емоції. Стоїки дотримувалися думки, що емоції є джерелом нещастя і помилок, а почуття в поєднанні з прагненнями вони називали афектами. У Арістотеля емоції супроводжують процес пізнання у формі афектів і почуттів. Л. да Вінчі та Ф. Шиллер говорили, що почуття в поєднанні з розумом творять людину. Р. Декарт аналізує пристрасті й емоції. Пристрасті у нього є матеріальними і проявляються у переживаннях суб'єкта, а емоції – духовними. Підтверджено, що під час комунікації людина навчається правильно проявляти емоції та почуття, розпізнавати їх в інших, досягати мети, налагодити діалог, обговорити теми, поділитися інформацією, отримати знання, висловити думку, підвищити рівень інтелекту. Описано трактування емоцій у працях філософів і вчених, їхній прояв у почуттях та пристрастях.

Ключові слова: людина, мова, комунікація, емоції, почуття, пристрасті, емоційний інтелект.

Бенькевич Г. А. Истоки эмоций (экскурс в античность): социокommunikационный аспект. В статье рассмотрены различные трактовки такого понятия, как эмоции. Также идет речь о производных понятиях. Это такие понятия, как чувства, страсти и эмоциональный интеллект – в исторической ретроспективе. Показано общий контекст этих понятий. Проанализировано проявление эмоций в поведении человека. Доказана связь эмоций, умение общаться и достижения успеха. Рассмотрена эволюция понятий «эмоции», «чувства» и «страсти». Эпикур говорит о ощущениях и чувствах. Демокрит утверждает, что эмоции с умом регулируют человеческое поведение. Сократ ставит ум доминирующим над эмоциями, так как считает эмоции разрушительными и не стоящими внимания. Платон в определенный период то придавал значение эмоциям, то считал, что человеческой жизнью руководит разум, а не эмоции. Стоики придерживались мнения, что эмоции являются источником несчастий и ошибок, а чувства в сочетании со стремлениями они называли аффектами. У Аристотеля эмоции сопровождают процесс познания в форме аффектов и чувств. Л. да Винчи и Ф. Шиллер говорили, что чувства в сочетании с умом творят человека. Р. Декарт анализирует страсти и эмоции. Страсти у него являются материальными и проявляются в переживаниях субъекта, а эмоции – духовными. Подтверждено, что во время коммуникации человек учится правильно проявлять эмоции и чувства, распознавать их в других, достигать цели, налаживать диалог, обсуждать темы, делиться информацией, получать знания, высказывать мнение, повышать уровень интеллекта. Описаны трактовки эмоций в трудах философов и ученых, их проявление в чувствах и страстях.

Ключевые слова: человек, язык, коммуникация, эмоции, чувства, страсти, эмоциональный интеллект.

Benkevych H. Origins of emotions (excursion into antiquity): communication aspect. The article deals with various interpretations of such a concept as emotions. It also concerns the derivatives of the given concept. These are such concepts as feelings, passions and emotional intelligence in their historical retrospect. The common context of these concepts has been shown. The revelation of emotions in human behaviour has been analyzed. The connection of emotions, communication skills in ability to succeed has been proved. The evolution of concepts of «emotions», «feelings» and «passions» has been studied. Epicurus speaks about sensations and feelings. Democritus claims that emotions together with intelligence regulate the human behaviour. Socrates puts the mind over emotions, because he considers that emotions are devastating and not worthy of attention. Plato at first used to attach the importance to emotions but later he claimed that the human life is governed by the mind, not emotions. The Stoics held the idea, that emotions are the source of misery and mistakes, and the feelings combined with aspirations they called affects. Emotions, according to Aristotle, are accompanied by the process of cognition in the form of affections and feelings. L. da Vinci and F. Schiller have said, that feelings, combined with the mind, create a person. R. Descartes analyzes passions and emotions. His passions are material and appear in the experiences of the subject, and emotions are spiritual. It has been confirmed that during the communication people learn to correctly manifest emotions and feelings, recognize them in others, reach the goals, establish a dialogue, discuss topics, besides share information, gain knowledge, express opinions, raise the level of intelligence. The interpretation of emotions in the writings of philosophers and scientists, their revelation in the feelings and passions has been described.

Keywords: person, language, communication, emotions, feelings, passions, emotional intelligence.

Людина з давніх-давен і досі має потребу перебувати та діяти у суспільстві. У соціумі

проявляються знання, вміння, власне «Я», можливості та міжособистісна взаємодія.

Фундатори американської соціальної психології Джордж Мід (1886–1931) і Герберт Блумер (1900–1987) вважають, що люди комунікують через символи. Для передачі інформації при цьому використовується система знаків у вигляді мови. У лінгвістиці це відображається через художні засоби: метафори, алегорії, експресивну фразеологію. Процес мислення філософи трактують як оперування символами, які люди постійно створюють і обмінюються ними. Ці знання передаються від однієї людини до іншої, так само передаються духовні цінності, зразки поведінки.

Мова стала найбільш універсальним засобом комунікації. Це всеосяжна знакова система, найпотужніший засіб формування думки. Мова як система фонетичних знаків за лексичним і синтаксичним принципами є основою вербальної комунікації. Засобами мови кодується і декодується інформація: комунікатор через мовлення передає інформацію, а реципієнт слухає її і сприймає. Допмагають у спілкуванні невербальні засоби: міміка, жести.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У спілкуванні присутні емоції. Вони визначають людську поведінку, ставлення оточення до нас. Всі взаємодії в суспільстві супроводжуються вираженням емоцій. Філософи у різні часи по-різному трактували емоції, їхній прояв у почуттях та пристрастях. Епікур говорить про відчуття та почуття. Демокрит стверджує, що емоції з розумом регулюють людську поведінку. Сократ ставить розум домінуючим над емоціями, бо вважає емоції руйнівними та не вартими уваги. Платон у певний період то надавав ваги емоціям, то вважав у інший період, що людським життям керує розум, а не емоції. Стоїки дотримувалися думки, що емоції є джерелом нещастя і помилок, а почуття в поєднанні з прагненнями вони називали афектами. У Арістотеля емоції супроводжують процес пізнання у формі афектів і почуттів. Л. да Вінчі та Ф. Шиллер говорили, що почуття в поєднанні з розумом творять людину. Р. Декарт аналізує пристрасті й емоції. Пристрасті у нього є матеріальними і проявляються у переживаннях суб'єкта, а емоції – духовними. Оскільки існують суперечності у різних трактуваннях емоцій, їхньої трансформації в почуття, пристрасті та

емоційний інтелект, то вони потребують детальнішого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження емоцій проводили Демокрит, Арістотель, Р. Декарт, І. Кант, К. Ізард, Е. Ільїн й ін. Почуття розглядали Епікур, Арістотель, Л. да Вінчі, Ф. Шиллер й ін., а пристрасть – Зенон Кітійський та З. Фрейд. Дослідники емоційного інтелекту – Б. Лемберг, Д. Гоулман та ін. Витоки емоцій від античності до сучасної епохи розглянуто вперше.

Метою дослідження є трактування в історичній ретроспективі такого поняття, як емоції, похідних від емоцій понять – почуття, пристрасті та емоційний інтелект. Для досягнення мети поставлено такі завдання: визначити поняття емоцій, почуттів, пристрастей, емоційного інтелекту; показати їхній спільний контекст; підтвердити присутність емоцій у поведінці людини; показати зв'язок емоцій, уміння спілкуватися та досягнення успіху; розглянути еволюцію емоцій, почуттів, пристрастей.

Виклад основного матеріалу. Успіх і якісні міжособистісні стосунки складаються в людини, яка вміє спілкуватися. У спілкуванні виробляється здатність досягати бажаного результату. Під час спілкування триває навчання й виховання, засвоюється соціальний досвід, норми і правила поведінки, традиції і звичаї. Через спілкування встановлюються та розвиваються контакти, триває обмін думками, почуттями, інформацією.

Комунікація як складова спілкування допомагає людині вирішити питання, налагодити діалог, обговорити теми, поділитися інформацією, отримати знання, висловити думку, підвищити рівень інтелекту. У процесі комунікації відтворюється досвід поколінь, культура, підвищується мовленнєва компетенція. Комунікуючи, розуміємо себе і свої потреби, співставляючи із соціумом.

У соціальній системі поведінка людини базується на емоціях. Під час комунікації людина навчається правильно виражати емоції та почуття, розпізнавати їх в інших. Емоції проявляються у поведінці. Вони спонукають до прийняття рішення, роблять людину самодостатньою. В емоціях відображені потреби та інтереси, виявляються воля і характер [8]. Емоції виступають у якості факторів, що мотивують людську активність. Соціальна роль, яка стимулює позитивні емоції, закріплюється.

Емоції – це оціночна реакція людини на ситуації. Емоції підтримують життєві функції, пов'язані з потребами та їх задоволенням або незадоволенням.

Завжди приємні й бажані емоції: проведення вихідних з друзями, споглядання краєвидів, бесіда біля каміна, смакування їжі й напоїв. Вмінню проявляти емоції та почуття навчитися нелегко, але це шлях до серця іншої людини [5, с. 194].

Набуті й засвоєні емоції стають почуттями. Почуття є результатом життєвого досвіду і проявляються у взаємодії з оточенням. Вони пов'язані з асоціаціями людини з предметами, ситуаціями або з іншими людьми. Почуття ще називають вищими або вторинними емоціями тому, що вони створені на основі емоцій. На відміну від емоцій, почуття не є ситуативними, вони стосуються певної людини або предмета. Емоції є короткочасними, а почуття стійкіші й мають глибинну природу. Почуття є усвідомленими, вони узагальнюють ставлення людини на основі її розуміння і знань. К. Ушинський писав, що «ні слова, ні думки, навіть вчинки наші не виражають так ясно нас самих і наше ставлення до світу, як наші почуття».

До почуттів належать любов, дружба, турбота, віра, впевненість, щастя, справедливість, щирість, сміливість, відданість, злість, ненависть, образа, заздрість, страх, обман, ворожість, помста, біль. А емоції швидкоплинні – сміх і сльози, задоволення, радість, веселоці, обурення, крик, сум, смуток, іронія, порив. Чотири основні емоції – страх, смуток, інтерес, радість.

Прояв емоцій у почуттях, пристрастях та емоційному інтелекті досліджували вчені від античності й до сьогодні. Давньогрецькі мислителі не розмежовували емоції і мотивацію.

Епікур говорить про відчуття та почуття людини. На його думку, якщо у людини забрати почуття – у неї нічого не залишиться. Епікур зараховує почуття до регуляторів поведінки людини. Почуття як стан задоволення наближують до мети та почуття як стан незадоволення віддаляють від мети. Демокрит та Епікур підтверджують потребу людини у стані задоволення.

Демокрит вивчає емоційні переживання людини, які впливають на поведінку. Він вважає, що емоції керують поведінкою, адже людина прагне до задоволення й уникає незадоволення, страждання. Згодом погляди

Демокрита трансформувалися в теорії гедонізму (насолоди) Епікура, в якій доведено, що надійно для людини звертатися до внутрішніх і зовнішніх відчуттів, а втручання розуму призводить до помилок. Демокрит стверджує, що емоції лише регулюють діяльність, яка підпорядкована всезагальному закону Логосу, тобто розуму. Демокрит називає чуттєве пізнання «темним» пізнанням. Почуття, що є джерелом пізнання, дає «темне», тобто неповне, поверхнєве знання.

Сократ ставить розум домінуючим над емоціями, бо вважає емоції руйнівними та не вартими уваги. Більш розвинутою вважалася розумна людина, ніж та, яка діяла на основі емоцій. Пізнання відбувається завдяки розуму, а не почуттям.

Платон то визнавав, то заперечував домінування емоцій. Визнаючи емоції, Платон писав, що в структурі людської душі є три начала: розумне, афективне (емоційне) і чуттєве, тобто матеріальне. Якщо у людей переважає розумне начало, вони дотримуються законів справедливості. Завдяки своїй мудрості вони зможуть добре керувати державою. Якщо у душі домінує емоційне начало, то такі люди мужні, хоробрі, з почуттям обов'язку. Це прекрасні воїни й оборонці держави. Люди з чуттєвим началом фізично витривалі й добре працюють. Вони зможуть забезпечити матеріальний добробут держави. Якщо кожен клас буде виконувати свої функції, то в державі буде порядок [9].

Теорія, у якій Платон заперечує емоції, вчить, що емоції є складником людського розуму, а почуття належать до матеріальних. Платон вважає, що людська психіка складається з раціонального мислення, пристрастей (які зараз називаються емоціями) і (фізичних) потреб. Раціональне мислення контролює пристрасті й потреби. Цю схему він описує як колісничого, який керує двома кіньми. Один кінь білий – символізує вищі якості душі, а інший, темний, виражає негативні й деструктивні емоції. Колісничим він називає інтелект. Найважливішим завданням, на його думку, є утримання під контролем емоцій та інтуїції. У почуттях Платон усе розумне називає добрим, а емоційне – поганим. Емоційне, на його думку, псує істину [10].

З часів Арістотеля у людині вирізняли шість основних емоцій: радість, здивування, сум, гнів, страх і огиду. Арістотель поділяє емоції на любов і ненависть, бажання й відразу, надію і

розпач, боязкість і сміливість, радість і сум, гнів. У Арістотеля емоції супроводжують процес пізнання у формі афектів і почуттів. Емоції у нього виступають процесом, який змінює людську свідомість, позначається на здатності до роздумів і супроводжується задоволенням і стражданням. Арістотель розглядає емоції з позиції дуалізму. Афекти стосуються прагнень душі, а почуття – раціональності душі. Почуття супроводжують діяльність і є її джерелом. Він надає почуттям надмірної ваги [1].

Стоїки вважають емоції джерелом нещастя і помилок, а почуття в поєднанні з прагненнями – афектами. Вони вивищують розум і дотримуються думки, що емоційні прив'язаності й захоплення є зайвими. Стоїки виділяють в емоціях чотири основні афекти (*два блага й два зла*), які, глибоко проникаючи в душу людини, спонукали ухилятися від доброчесності й потурати ваді. Це задоволення, бажання, сум і страх.

Доброчесність у стоїків тотожна апатії, коли відсутні афекти і пристрасті. Пристрасті для людини є зайвими, а моральні цілі їхньої діяльності перебувають у вищих сферах душі, у розумі, тотожному з космічними законами.

Давньоіндійські філософи стан людини визначали гунами. Їх було три: світлі (сатва), пристрасні (раджас), темні (тамас). Гуни вважали живими духовними істотами з формою, розміром, кольором. Захоплення, просвітління, задоволення, терпіння, незлосливість, доброта – це світлий бік особистості. Владність, егоїзм, зверхність, безсоромність, войовничість, ненависть – це різновиди пристрасті. Жадова до їжі, гарного одягу, надмірного сну, легковір'я уособлюють темний бік особистості [8].

Р. Декарт розглядає пристрасті й емоції. Пристрасті у нього є матеріальними і проявляються у переживаннях, а емоції – духовними. Р. Декарт називає шість основних пристрастей: *подив, любов, ненависть, бажання, радість і сум* [3].

І. Кант досліджував емоції за причиною їх виникнення: емоції чуттєві та інтелектуальні. Гама емоцій у К. Ізарда – це цікавість, радість, здивування, гнів, горе, огида, відроза, страх, сором та провина [6].

За Л. да Вінчі, світ пізнаємо через почуття, які доповнює розум. Ф. Шиллер розум і почуття об'єднує у внутрішню гармонію людини. Переважно через естетичні емоції людина духовно збагачується.

Одним з емоційних станів є пристрасть. Пристрасть – це виразне, визначене, сильне, глибоке, тривале, усвідомлене емоційне переживання. Людина стає активною, всі її думки та вчинки скеровані на пристрасть. Наприклад, пристрасть до улюбленої справи. Однак пристрасть може не лише формувати особистість, але й зруйнувати її. Наприклад, пристрасть до азартних ігор, алкоголю, наркотиків.

На думку Зенона Кітійського, пристрасть є нерозумним станом душі, який суперечить природі. А мудрець відрізняється від нерозумного через безпристрасність. У давньогрецьких міфах пристрасть, тобто ерос, був найбільшим благом та джерелом натхнення. Арістофан та Платон об'єднують ерос із тілесною і духовною любов'ю, з руйнівною пристрастю і з творчою енергією. Ерос містить у собі розум і почуття. Через ерос душа осягає прекрасне, яке проявляється у знаннях. Шлях до ероса – це шлях до знань (Платон).

3. Фрейд називає пристрасть – лібідо. Він порівнює пристрасть – лібідо з платонівською пристрастю – еросом і визначає її як енергію потягу до всього, що містить у собі любов: кохання, нарцисизм, любов до батьків та дітей, філантропію.

Крім емоцій, почуттів та пристрастей, сучасні вчені винайшли емоційний інтелект (EQ). За нього відповідає ділянка мозку неокортекс. Це показник здатності до спілкування, вміння усвідомлювати свої емоції та розуміти почуття людей. Від EQ залежить поведінка, соціальні взаємини, рішення, результат. EQ відповідає за інтуїтивне мислення, емоційність. Рівень EQ успішно визначає рівень адаптації до різних життєвих ситуацій. Емоційний інтелект називають міжособистісним. Він впливає на всі сфери життя, раціональність дій, фізичну і соціальну мобільність, встановлення контактів у суспільстві, при звичаєння до нових духовних цінностей [2; 7; 11]. Арістотель у «Нікомаховій етиці» навчає людей управляти емоційним життям за допомогою інтелекту [1].

Людина з високим емоційним інтелектом стримує емоційний порив, розуміє почуття іншої людини і легко налагоджує контакт. Людині з високим емоційним інтелектом притаманний самоконтроль, прагнення і наполегливість, а також уміння мотивувати свої дії. Одним з аспектів емоційного інтелекту є «соціальний» інтелект, тобто здатність

розуміти інших і «правильно поводитися у взаємовідносинах». Основою емоційного інтелекту є критичне мислення. Критичне мислення створює базу раціональності для емоційного інтелекту.

Наприкінці ХХ ст. дослідники Джон Мейер та Пітер Селювей вперше описали поняття емоційного інтелекту та виокремили чотири його напрямки:

1. Точність оцінки та прояву емоцій. Це здатність визначати емоції за думками, фізичним станом, зовнішнім виглядом, поведінкою.

2. Використання емоцій у розумовій діяльності. Думки виникають на основі самопочуття. Емоції впливають на розумовий процес та вчинки. Ця здатність допомагає зрозуміти, як використовувати емоції і думати ефективніше. Керуючи своїми емоціями, людина об'єктивніше сприймає дійсність і ефективніше працює з проблематикою.

3. Розуміння емоцій. Це означає, що людина вміє визначити джерело емоцій, класифікувати їх, розпізнати зв'язок між емоціями і словами, інтерпретувати значення емоцій, розуміти почуття, переходи між емоціями і розвиток емоцій.

4. Керування емоціями. Вміння керувати своїми і чужими емоціями дає змогу проявити емоції або уникати їх. Цей показник пояснює, чому в однаковій ситуації окремі особи здатні контролювати емоції, уміють залишатися в спокої й належно оцінити ситуацію, а інші постійно перебувають у стані нервової напруги.

Емоційний інтелект захищає від стресу. Люди з низьким рівнем емоційного інтелекту залишаються довше в стресових ситуаціях, усі зусилля вони спрямовують на подолання надмірних емоцій та застрягають на проблемі.

Висновки й перспективи подальшого дослідження проблеми. Досліджуючи емоції і похідні від цього поняття – почуття, пристрасті та емоційний інтелект, ми доходимо висновку, що емоції проявляються у суспільному діалозі, щоб підтримувати внутрішній баланс, добре самопочуття. Зрозумівши свої емоції та почуття, розпізнавши їх в інших, навчаємося приймати правильні рішення та ставати самодостатніми, легко комунікувати в суспільстві. Люди з високим емоційним інтелектом у соціумі більш врівноважені, доброзичливі й перебувають у гарному настрої, не схильні до страху і тривожних роздумів. Вони відповідальні щодо інших людей і розпочатих справ, дотримуються етичних принципів, толерантні у спілкуванні, гармонійні із собою та довкіллям. Емоційний інтелект робить повноцінним життя. Сократівський вислів «Nosce te ipsum» («Пізнай самого себе») має на увазі усвідомлення власних емоцій та почуттів. В основі кожної сильної емоції є мотивація до дії. Емоційна рівновага захищає здоров'я і добробут. Розвивають емоційний інтелект через уважність і вміння відчувати. Завдяки розвиненому емоційному інтелекту розпізнають власні й чужі емоції, що дає об'єктивне сприйняття дійсності.

Література

1. Арістотель. Нікомахова етика. – К. : Аквілон-Плюс, 2002. – 480 с.
2. Гоулман Д. Г. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ / Дэниел Гоулман ; пер. с англ. А. П. Исаевой. – 2-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 560 с.
3. Декарт Р. Сочинения: в 2 т. Т. 1. – М. : Мысль, 1989. – С. 481–572.
4. Дубровин Д. Психология эмоций: чувства под контролем. – К. : Агенция «Айпио», 2015.
5. Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Тодор О. Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С. Я. Єрмоленко. – К. : Либідь, 2001. – 224 с.
6. Изард К. Э. Психология эмоций / Кэррол Э. Изард. – СПб., 2006. – 464 с.
7. Лемберг Б. Эмоциональный интеллект. Как разум общается с чувствами / Борис Лемберг. – М. : Вектор, 2013. – 192 с.
8. Міхова А. Г. Емоції і прояви емоцій: історичний екскурс (стресові та стресоподібні стани) / А. Г. Міхова // Наука і освіта. – 2010. – № 3. – С. 95–98.
9. Платон. Держава / пер. з давньогрек. Д. Коваль. – К. : Основи, 2000. – 355 с.
10. Платон. Федон, Пир, Федр, Парменид / Платон; общ. ред. А. Ф. Лосева [и др.]; пер. с древнегреч. С. А. Ананьина [и др.]. – М. : Мысль, 1999. – 528 с.
11. Ekman P. and Davidson R. J. (eds.). The Nature of Emotions: Fundamental Questions. – Oxford, UK : Oxford University Press, 1994.

References

1. Aristotel'. Nikomakhova etika. – K. : Akvilon-Plyus, 2002. – 480 s.

2. Goulman D. G. Ehmotsional'nyj intellekt. Pochemu on mozhet znachit' bol'she, chem IQ / Dehniel Goulman ; per. s angl. A. P. Isaevoj. – 2-e izd. – M. : Mann, Ivanov i Ferber, 2014. – 560 s.
3. Dekart R. Sochineniya : v 2 t. T. 1. – M. : Mysl', 1989. – S. 481–572.
4. Dubrovin D. Psikhologiya ehmtsij: chuvstva pod kontrolem. – K. : Agentsiya «Aipio», 2015.
5. Yermolenko S. Ya., Bibik S. P., Todor O. G. Ukrayins'ka mova. Korotkyj tлумachnyj slovnyk lingvistychnykh terminiv / za red. S. Ya. Yermolenko. – K. : Libid', 2001. – 224 s.
6. Izard K. Psikhologiya ehmtsij / Kehrrol E. Izard. – SPb., 2006. – 464 s.
7. Lemberg B. Emotsional'nyj intellekt. Kak razum obshhaetsya s chuvstvami / Boris Lemberg. – M. : Vektor, 2013. – 192 c.
8. Mikhova A. G. Emotsii i proyavi emotsij: istorichnij ekskurs (stresovi ta stresopodobni stani) / A. G. Mikhova // Nauka i osvita. – 2010. – № 3. – S. 95–98.
9. Platon. Derzhava / Per. z davn'ogr. D. Koval'. – K. : Osnovi, 2000. – 355 s.
10. Platon. Fedon, Pir, Fedr, Parmenid / Platon ; obshh. red. A. F. Loseva [i dr.]; per. s drevnegrech. S. A. Anan'ina [i dr.]. – M. : Mysl', 1999. – 528 s.
11. Ekman P. and Davidson R. J. (eds.), The Nature of Emotions: Fundamental Questions. – Oxford, UK : Oxford University Press, 1994.

УДК 007:304:659.3

С. Р. Блавацький

НДІ пресознавства НАН України (м. Львів)

Специфіка висвітлення НДМ УНР на Паризькій мирній конференції (1919–1920 рр.) (за матеріалами української франкомовної преси в Європі)

Блавацький С. Р. Специфіка висвітлення НДМ УНР на Паризькій мирній конференції (1919–1920 рр.) (за матеріалами української франкомовної преси в Європі). Ця стаття присвячена дослідженню специфіки висвітлення НДМ на Паризькій мирній конференції (1919–1920 рр.) на сторінках української франкомовної преси в Європі. Вперше ми з'ясували спільні та відмінні «паттерни» медіатизації роботи української дипломатичної місії на цьому міжнародному форумі на основі шести українських франкомовних періодичних видань: «*Bulletin d'Informations*» (Париж, 1919–1920), «*Les Russes des Carpathes*» (Париж, 1919), «*L'Europe Orientale*» (Париж, 1919–1920), «*L'Ukraine*» (Лозанна, 1915–1921), «*Problèmes de l'Ukraine*» (Лозанна, 1918–1919), «*Chronique Ukrainienne*» (Лозанна, 1919–1920). Зроблено висновки та сформульовані перспективи майбутніх досліджень.

Ключові слова: НДМ УНР, Паризька мирна конференція, українська франкомовна преса, контентаналіз, Європа, Париж.

Блавацький С. Г. Специфіка освіщення НДМ УНР на Парижской мирной конференции (1919–1920 гг.) (по материалам украинской франкоязычной прессы в Европе). Эта статья посвящена исследованию специфики освещения НДМ на Парижской мирной конференции (1919–1920 гг.) на страницах украинской франкоязычной прессы в Европе. Впервые мы выяснили общие и отличительные «паттерны» медиатизации работы украинской дипломатической миссии на этом международном форуме на основе шести украинских франкоязычных периодических изданий: «*Bulletin d'Informations*» (Париж, 1919–1920), «*Les Russes des Carpathes*» (Париж, 1919), «*L'Europe Orientale*» (Париж, 1919–1920), «*L'Ukraine*» (Лозанна, 1915–1921), «*Problèmes de l'Ukraine*» (Лозанна, 1918–1919), «*Chronique Ukrainienne*» (Лозанна, 1919–1920). Сделаны выводы и сформулированы перспективы будущих исследований.

Ключевые слова: НДМ УНР, Парижская мирная конференция, украинская франкоязычная пресса, контентанализ, Европа, Париж.

Blavatsky S. The specificity of the coverage of the Extraordinary Diplomatic Mission of the UNR at the Paris Peace Conference (1919–1920) (on the basis of the Ukrainian francophone press in Europe). This paper seeks to develop new avenues for the study of the Ukrainian foreign-language press in Europe. Specifically, we have studied the peculiarities of coverage of the Extraordinary Diplomatic Mission of the UNR at the Paris Peace Conference (1919–1920) on the pages of the Ukrainian francophone periodicals in France and Switzerland. For the first time ever, we have elucidated common patterns of mediatization of this diplomatic mission in six Ukrainian francophone press publications («*Bulletin d'Informations*» (Paris, 1919–1920), «*Les Russes des Carpathes*» (Paris, 1919), «*L'Europe Orientale*» (Paris, 1919–1920), «*L'Ukraine*» (Lausanne, 1915–1921), «*Problèmes de l'Ukraine*» (Lausanne, 1918–1919), «*Chronique Ukrainienne*» (Lausanne, 1919–1920). The conclusions have been drawn and the perspectives for the follow-up studies have been formulated.

Keywords: the Extraordinary Diplomatic Mission of the UNR, the Paris Peace Conference, the Ukrainian francophone press, content analysis, Europe, Paris.

Актуальність проблематики дослідження зумовлена декількома чинниками. Насамперед, у 2019 році виповнюється 100 років із часу проведення Паризької мирної конференції 1919–1920 рр. – контрапункту в геополітичній реконфігурації поствоєнної Європи. Саме цей міжнародний форум найвищого рівня окреслив засадничі принципи післявоєнного мирного врегулювання між двома ключовими сторонами, воєнними блоками Першої світової війни – країнами-членами Антанти та Троїстого Союзу. По-друге, сучасні процеси європейської та ширше – євроатлантичної інтеграції (де-факто – європейської реінтеграції України). України, державотворення та розбудови української дипломатії, зміцнення зовнішньополітичної й дипломатичної співпраці між нашою державою та західноєвропейськими партнерами актуалізують ретроспективний досвід українсько-європейського діалогу столітньої давнини. По-третє, теперішній російсько-український конфлікт, «гібридна війна» Росії проти України, її євроатлантичних прагнень, спонукають вчених-гуманітаріїв, зокрема, істориків, дослідників міжнародних відносин, дипломатії, публічного права, конфліктології на дослідження історичних аналогій, схожих «кейсів» (та головно механізмів їхнього вирішення) в історії міжнародних відносин, зокрема першої чверті 20-го століття. Зіставлення їх із сучасними проблемами державотворення, дипломатичної репрезентації нашої держави дає краще розуміння проблематики процесів українського державотворення, дипломатії та європейської реінтеграції та головно – її розв'язання.

Актуальними та релевантними в цьому контексті є здобутки та напрацювання українських дипломатів, державних діячів, політиків, громадсько-політичних діячів, лідерів думок, журналістів і публіцистів столітньої давнини. Вагомими (а інколи – незамінними) джерелами відомостей із цієї тематики є українська преса західноєвропейськими мовами в Європі, зокрема кластер франкомовної періодики доби Української Революції / Національно-визвольних змагань українців (1917–1921 рр.). Її ретельний аналіз, емпіричне дослідження дає змогу проаналізувати та взяти до уваги незасвоєні уроки, прорахунки української дипломатії на міжнародній арені у ретроспективі минулого століття та уникнути повторення цих помилок у перспективі ХІХ

століття. Таким чином, тематика цього дослідження є актуальною, релевантною та затребуваною на сучасному етапі.

Об'єкт розвідки – українська франкомовна преса в Європі (див. більше на цю тему: Блавацький С. Українська франкомовна преса Європи... [3]), зокрема в Франції («*Bulletin d'Informations*» (Париж, 1919–1920), «*Les Russes des Carpathes*» (Париж, 1919), «*L'Europe Orientale*» (Париж, 1919–1920) та Швейцарії («*L'Ukraine*» (Лозанна, 1915–1921), «*Problèmes de l'Ukraine*» (Лозанна, 1918–1919), «*Chronique Ukrainienne*» (Лозанна, 1919–1920) (див. більше із цієї тематики: Blavatskyu S. The Ukrainian franco phone pressin... [16]). *Предмет* – специфіка висвітлення роботи Надзвичайної Дипломатичної Місії УНР (надалі – НДМ УНР) на Паризькій мирній конференції в цій періодиці.

Мета дослідження – з'ясувати особливості відображення діяльності НДМ УНР на Мирній конференції в Парижі на сторінках цих періодичних видань. *Методологічний* апарат дослідження складається як із емпіричних, так і логічних методів дослідження. Провідними методами в методології є якісний контент-аналіз і описовий метод.

Наукова новизна цього дослідження полягає в тому, що вперше у вітчизняному журналістикознавстві, пресознавчому дискусі вводяться нові, раніше нез'ясовані, відомості про специфіку медіатизації діяльності НДМ УНР на Паризькій мирній конференції 1919-1920 рр. у західноєвропейській публічній сфері, зокрема в українській франкомовній пресі в Європі.

Хронологічні рамки охоплюють період січня 1919 – початку 1920 рр., періоду проведення Паризької мирної конференції, укладення мирних договорів між різними сторонами воєнного конфлікту та діяльності НДМ УНР на ній.

Розгляд цієї проблематики із точки зору хронологізації викладу проблематики дослідження та його контекстуалізації доцільно розпочати із історіографії діяльності НДМ УНР на Паризькій мирній конференції. Робота української дипломатичної місії на Мирній конференції в столиці Франції стала предметом різних історичних і археографічних студій, мемуаристики різних українських та зарубіжних вчених. У цьому контексті варто виокремити розвідки та студії таких дослідників, як українського професора Сорбоннського університету І. Борщака

[17; 18], спогади та документальні свідчення українського дипломата, громадсько-політичного діяча, філантропа, публіциста, митця – графа М. Тишкевича (ці документи наявні в ЦДАУ, м. Львів, в Колекції графа М. Тишкевича), французьких (С. де Гаске [22; 38]) та вітчизняних вчених-істориків, дослідників міжнародної дипломатії, міжнародних відносин, соціальних комунікацій – С. Наріжного [9], Р. Симоненка [12], Р. Тимченка [13], Г. Цвенгроша [20], дисертацію сучасної західноукраїнської історикіні Г. Меланії-Тички [14] та інших, зокрема дослідників історії української (іншомовної) преси – А. Животка [6], Н. Сидоренко [11], О. Богуславського [4], Н. Кулеші [7] та С. Блавацького [1; 2; 3; 16].

Проблематизація об'єкту дослідження (діяльності НДМ УНР на Паризькій мирній конференції) передбачає її контекстуалізацію в конкретних історичних обставинах міжвоєнної і зокрема – поствоєнної доби (1919–1920 рр.). Дипломатична робота делегації УНР на Мирній Конференції в столиці Франції загалом відбувалася в надзвичайно несприятливих геополітичних реаліях для українців. Мирна конференція переможців (країн-членів Антанти – Сполученого Королівства, Франції, Російської імперії) розпочала свою роботу з 18 січня, а на українських теренах тривав воєнний конфлікт між різними учасниками збройного протистояння. В Одесі перебував військово-експедиційний конкурс, десант альянтів на чолі із французькою військовою місією, який відкрито підтримував Збройні Сили Півдня Росії (Добровольчу армію) білогвардійського генерала А. Денікіна, на південному сході сучасної України українська армія під командування головного отамана С. Петлюри вела бойові дії із Добровольчою армією, а на Сході – із наступаючими бойовими підрозділами Червоної армії, на Галичині польські загони під командуванням генерала Ю. Галлера (підготовлені, обмундировані та озброєні у Франції) за латентної підтримки Антанти воювали проти УГА [8; 14]. Таким чином, внутрішньополітична ситуація в Україні проєктувалася на зовнішній імідж молодої української держави – УНР – та, відповідно, створювала проблеми для її міжнародно-дипломатичного визнання де-юре, зокрема на Паризькій мирній конференції 1919–1920 рр.

Узагальнюючи та аналізуючи факти, події, процеси столітньої давнини, можна зробити певні умовиводи щодо причин, обставин

дипломатичного фіаско української делегації на цьому міжнародному форумі. Українській дипломатії не вдалося стати рівноправним учасником переговорів унаслідок комбінації геополітичного, гео економічного, інформаційно-пропагандистського, ідеологічного та людського факторів (Ibid. Див. більше із цього приводу в коментарі для журналу «Український Тиждень» [8]).

Зокрема, ідеологічний фактор дипломатичного фіаско місії складався із двох компонентів. Перший (внутрішній) – наявність ідеологічних розбіжностей між цілями, завданнями різних українських політичних груп та організацій. Тут паралельно працювали Українська національна рада в Парижі (заснована Ф. Савченком 1918 року) [Блавацький С. [2, с. 18]. У студії (дисертації) Г.-М. Тички [14, с. 152] стверджується, що «Першою організацією, про яку згадав у своєму звіті польський військовий аташе, була “Надзвичайна дипломатична місія УНР у Парижі”, і це не випадково, бо вона стала хронологічно найпершим і найбільшим українським представництвом у французькій столиці». Насправді, хронологічно першою українською громадсько-політичною організацією в столиці Франції була Українська національна рада в Франції, заснована Ф. Я. Савченком (за сприяння відомих французьких діячів Е. Дені та А. Томаса) в 1918 р. – Див. зазначене джерело із цього приводу]; найчисленніша з усіх (яка об'єднала як представників із Наддніпрянської, так і Наддністрянської України) на Паризькій мирній конференції українська місія – НДМ УНР (розпочала свою роботу в січні 1919-го, її особовий штат налічував спершу 57 осіб, потім збільшився до 60, згодом склад зменшився до 27 осіб) [14, с. 154]; Комітет української дії (Comité d'Action Ukrainien), Український Національний Комітет (русофільська організація, що частково фінансувалася російською амбасадом в Парижі та обстоювала, зокрема у своїх франкомовних виданнях (бюлетені та журналі-ревю «*La Jeune Ukraine*»), альтернативну модель державотворення України в складі конфедерації з небільшовицькою Росією [14, с. 153–157]. У столиці Франції були присутні також делегація Східної Галичини, карпато-руська делегація (або Комітет карпато-русинів у Парижі, який складався з представників галицьких емігрантів у США, підпільно фінансувався російською амбасадом) [14, с. 151–152]. Останній провадив

власну інформаційно-пропагандистську та дипломатичну кампанію, зокрема, він випускав у 1919 році франкомовний інформаційно-аналітичний бюлетень п. н. «*Les Russes des Carpathes*» [1, с. 89–91].

Українські несконсолідованість, зацикленість на внутрішній ворожнечі та конкуренція мали трагічні наслідки. Понад те, суттєву роль зіграв й інформаційно-комунікативний чинник. Як зазначає із цього приводу А. Лазарева, «попри старання нечисленних прихильників української незалежності, таких як журналіст Жан Пелісьє, французькі вчені – Поль Пенлеве, депутат Генеральної Асамблеї – Анрі Франклін-Буйон, її опонентам вдалося на повну скористатися тотальною непоінформованістю політичних еліт країн-переможців про події в Україні, їхні причини та наслідки. Порожнечу активно заповнювали власними змістами поляки та росіяни – кожен у своїх експансіоністських цілях. Польський національний комітет Дмовського вкупі з білогвардійською еміграцією, а також кілька промосковських французів... зуміли переконати і міністра закордонних справ Франції С. Пішона, і тодішнього голову французького уряду Жоржа Клемансо, що Директорія УНР на чолі із Симоном Петлюрою є більшовицькою структурою. Дезінформація не вчора стала зброєю» [8]. Антипатія союзників, особливо Франції, до ідеологічної лінії УНР (зокрема, соціалістичної доктрини, політики Директорії) була ще одним важливим фактором, що унеможливив повноцінну роботу української дипломатії на мирних переговорах у Парижі.

Окрім того, суттєву, контрпродуктивну, роль у неефективній міжнародно-дипломатичній діяльності НДМ УНР на Паризькій мирній конференції зіграв й персональний фактор. Діяльність Г. Сидоренка на Паризькій мирній конференції можна загалом оцінити як неефективну та контрпродуктивну. Водночас досягненнями Г. Сидоренка були створення місії, розбудова її структури (складалася з інформаційної, політичної та дипломатичної секцій), налагодження повноцінного фінансування в перші місяці (лютий–липень 1919 р.), запуск інформаційно-пропагандистської кампанії в Парижі [14, с. 154, 156, 158] (хоча де-факто це була радше заслуга Ф. Я. Савченка, директора Українського пресового бюро (УПБ) в Парижі, при НДМ УНР на Паризькій мирній конференції, редактора українського

франкомовного інформаційно-аналітичного бюлетеня УПБ та україномовної газети «Українська Республіка» (органу УНР в Франції (Париж; Фонтельбо, 1919–1922) [2]. Загалом робота Г. Сидоренка на цій посаді та суперечності всередині делегації призвели до того, що влітку 1919 року українська місія де-факто опинилася в міжнародній ізоляції [14, с. 159].

Робота УПБ у Парижі, афілійованого із НДМ УНР на Паризькій мирній конференції, відбувалася в надзвичайно несприятливих умовах. Прикладом цього може бути історія першого пресодруку українців у Франції – франкомовного інформаційно-аналітичного бюлетеня УПБ при НДМ УНР на Мирній конференції в Парижі – «*Bulletin d'Informations du Bureau Ukrainien de Presse à Paris*» (Париж, 1919–1920 pp.).

Із самого початку пресовидавнича діяльність УПБ у Парижі піддавалася обструкціонізму з боку французької адміністрації. Як згадує із цього приводу Ф. Я. Савченко, «...Майже ніде в Європі ґрунт не був такий несприятливий для діяльності Пресового Бюро України як у Франції. Це було наслідком чисто політичних обставин... До цього приєдналася шкідлива діяльність російських та польських органів, які вели страшенну українофобську агітацію» [5, с. 1]. Як наслідок, перші номери бюлетеня були цензуровані паризькими цензорами, вірогідно, таким цензурним інститутом Франції, як «*Maison de la Presse*» («Пресовий дім»). У дебютному номері видання три із шести статей контенту були цензуровані. Аналогічна доля спіткала й наступні номери, зокрема третій номер, де цензурою була вилучена одна стаття. Білі лакуни в перших випусках бюлетеня із позначкою «*Видалено цензурою*» підтверджують факти цензурування. Тираж п'ятого номера був повністю вилучений із друку французькими цензорами, про що було згадано редакторами в наступному, шостому, номері (це інформаційні матеріали, кореспонденції про відносини між УНР та Францією, зокрема, участь французького експедиційного корпусу в громадянській війні в Україні (Одесі) наприкінці 1918 – початку 1919 р., зокрема періоду т. зв. «французького протекторату» над Одесою). На думку французького історика С. де Гаске, вірогідним ініціатором цього обструкціоністського підходу до українських пресовидавничих практик у Франції був французький чиновник Даррас. У

березні 1919 р. він проінформував французький уряд і штаб-квартиру французької військової місії в Румунії (Яссах), що «українці прибули, щоби заснувати в Парижі таємну розвідувальну службу п. н. «*Bureau Ukrainien de Presse*» [38, с. 192].

Мета цього «інформаційного тижневика» (який згодом виходив тричі на тиждень) полягала в оприлюдненні достовірної та збалансованої інформації про хроніку подієвості в Україні для зарубіжної аудиторії, зокрема представників дипломатичного та пресового корпусів в Франції. У бюлетені подавався дайджест «французької, англійської та загалом закордонної преси про українську справу, діяльність Делегації УНР на Міровій Конференції та артикули щодо України» [5, с. 1]. Згодом була укладена угода з головними телеграфними агентствами Франції (Agence France Presse, Havas, Paris–Telegrammes) щодо передруку повідомлень видання [Ibid].

Упродовж усього часу функціонування бюлетення редакція здійснювала роботу у чотирьох ключових векторах. Перший – це інформаційний супровід дипломатичної діяльності уряду УНР. Другий – це моніторинг публікацій у франкомовній (головно «*La Petite République*», «*Le Matin*», «*Le Tribune de Genève*», «*L'Humanité*», «*Le Temps*», «*Le Journal des Débats*»), англійській («*The Daily News*», «*Chicago Tribune*», «*New York Times*», «*The Times*», «*The Manchester Guardian*») та загалом західній пресі щодо української проблематики та передрук їх у формі дайджесту на сторінках видання. Третій – це оперативне висвітлення хроніки воєнної та суспільно-політичної подієвості в Україні. Четвертий – популяризація відомостей про Україну, державотворчі та політичні процеси на українських теренах у ретроспективі тисячоліття, збройні сили, її історію, культуру, традиції, літературу, мистецтво і т. д.

У бюлетені друкувалися здебільшого дипломатичні документи: звернення [15], дипломатичні ноти протесту уряду УНР [10; 31; 32; 41], адресовані Вищій Раді Паризької мирної конференції та зокрема її очільнику – Ж. Клемансо, присвячені перебігу Паризької мирної конференції, офіційним перемовинам, а також офіційні документи Директорії: декларації [21], прокламації [35], відозви [40] і т. ін. Таким чином, контент бюлетеня є важливою (а інколи – незамінною) документальною хронікою перебігу Паризької

мирної конференції 1919–1920 рр. та діяльності НДМ УНР на ній. У цьому плані, бюлетень був не тільки рупором, «дзеркалом» дипломатичної роботи НДМ УНР на Паризькій мирній конференції, але також і фактором, важелем впливу в медіатизованому дискурсі конференційних засідань [16, с. 360].

Важливим компонентом редакційної політики цього пресодруку був аспект контрпропаганди. Як зазначив відомий український діаспорний дослідник, енциклопедист В. Маркус, «особлива всебічна пресова та інформаційна діяльність здійснювалася делегаціями УНР та ЗУНР на Паризькій мирній конференції, щоби протидіяти польським і російським еміграційним лобі у Парижі» [30, с. 214]. У цьому контексті, заслугою редакторів бюлетеня, як вперше слушно зауважив французький історик С. де Гаске, було те, що вони публікували на його сторінках не тільки матеріали позитивного плану для вирішення українського питання на міжнародній арені. Дослідники можуть знайти в його контенті публікації, ворожі до України, її незалежності і т. д. [22, с. 74]. Таким чином, редактори свідомо вибирали тексти, «деструктивні» для українського питання, які потім деконструювали та дезавуювали аналітичними коментарями, документами та офіційними заявами як українських, так і зарубіжних діячів, лідерів громадської думки.

Специфіка роботи НДМ УНР на Паризькій мирній конференції знайшла своє відображення й на сторінках інших франкомовних видань українських емігрантів у Франції. До останніх належали органи українських русофільських організацій в Парижі, зокрема Комітету Карпато-русинів у Парижі, – бюлетень «*Les Russes des Carpathes*» (Париж, 1919). Окрема увага на сторінках цього видання приділялася й діяльності української дипломатичної делегації в столиці Франції, зокрема роботі її очільників і ключових діячів. Так, в одному із номерів «*Les Russes des Carpathes*» вміщено редакційну статтю про графів М. Тишкевича та А. Шептицького та барона М. Василька [26]. У ній редакція видання піддавала сумніву репрезентативність громадсько-політичних і головно – дипломатичних функцій визначних українських діячів на Паризькій мирній конференції. Окрім того, на сторінках цього інформаційно-аналітичного бюлетеня (зокрема, в другому та четвертому номерах) вміщено низку меморандумів від Комітету карпато-

русинів у Парижі, адресованих Вищій Раді Мирної конференції в Парижі. В цих дипломатичних документах цієї русофільської організації критикувалася та розвінчувалася робота НДМ УНР на Паризькій мирній конференції.

Особливості діяльності української дипломатичної делегації на Паризькій мирній конференції висвітлювалися й на шпальтах української франкомовної періодики у Швейцарії, зокрема газети-ревю «*L'Ukraine*» (див. більше на цю тему: Кулеша Н. [7, с. 470]). На шпальтах цього часопису регулярно друкувалися офіційні звернення, телеграми, меморандуми, дипломатичні комюніке від представників вищих органів влади УНР, зокрема Директорії та її дипломатичних представників за кордоном, у Парижі (зокрема, Г. Сидоренка) до Вищої Ради Паризької мирної конференції та її голови – прем'єр-міністра Франції Ж. Клемансо [23].

Так, наприклад, в одному із номерів цього авторитетного, популярного тижневика за березень 1919 р. вміщені інформаційні повідомлення про початок діяльності НДМ УНР в Парижі. Редакція видання акцентувала увагу своєї читацької аудиторії на обструкціоністських настроях у зовнішньополітичному відомстві Франції (*Quaid'Orsay*) відносно дипломатичної роботи українських делегатів у столиці Франції. У цьому контексті вона проінформувала читачів про формальні перешкоди (відсутність французької візи та зволікання із її видачею) для перетину швейцарсько-французького кордону членами української делегації у Берні. Як було зазначено редакцією із цього приводу, «Обов'язок нашої дипломатичної делегації на Мирній конференції – це активно працювати в інформуванні Західної Європи щодо всього, що стосується України. Яким би великим не було це завдання, воно наразі значно полегшується загальною цікавістю і волею знати, що виявляється всюди упродовж деякого часу» [33]. Понад те, редакція зацентувала увагу своїх читачів не тільки на трансформації геополітичної реальності поствоєнної доби (появи української державності), а й її наслідків для модифікації європейської рецепції української справи в інформаційно-комунікативному дискурсі: «Ми вступаємо в нову історичну епоху. Упродовж багатьох років наша газета і наше Бюро (Українське Пресове Бюро в Швейцарії / Bureau Ukrainien en Suisse, від 1917 р. – Українське Пресове Бюро в

Швейцарії, – створене в 1915 р., із штаб-квартирою, «пропискою» в Лозанні. За різними відомостями, джерелами, функціонувало від 1915 по 1924 р.) працювали майже наодинці за кордоном, щоби інформувати пресу і дипломатів стосовно українських справ, і щоби захищати невпинно справу нашої національної незалежності проти усіх інтриг і всієї ворожої пропаганди. Сьогодні цей довгий період спроб і труднощів завершився (симптоматично, характерно, що дата появи цієї публікації (6 березня 1919 р.) збіглася в часі із початком інформаційно-пропагандистської діяльності УПБ при НДМ УНР на Паризькій мирній конференції, зокрема випуском першого номера щотижневого бюлетеня «*Bulletin d'Informations*» у столиці Франції). Україна переходить в ранг великої держави» [Ibid.: 33]. Одним із ключових меседжів цієї публікації було обґрунтування нового статусу України, як повноцінної «великої європейської держави», суб'єкта європейської геополітики, та, відповідно, рівноправності, паритетності України у міжнародних відносинах післявоєнної доби. Суб'єктність України в системі міжнародних відносин мала бути «легітимізована» передусім на порядку денному Паризької мирної конференції, зокрема, шляхом лобювання дипломатичного визнання де-юре української незалежності, суверенітету та територіальної цілісності із боку країн-член Антанти. У цьому контексті, тут, на шпальтах цієї газети регулярно друкувалися інформаційні та аналітичні матеріали про перебіг роботи Паризької мирної конференції, її порядок денний, резолюції, ухвали Вищої Ради із різних питань, аудієнції різних делегацій (зокрема, членів НДМ УНР) в її очільника, Ж. Клемансо і т. ін. [29].

Редакція видання регулярно та оперативно відстежувала діяльність різних членів НДМ УНР на Паризькій мирній конференції, зокрема, висвітлювала та аналізувала суперечності та конфлікти інтересів її різних груп (зокрема делегатів від Наддніпрянської та Наддністрянської України). Тут вміщено низку коментованих заміток і кореспонденцій про наявні розбіжності між різними політичними гравцями в складі української місії та лист-відповідь від д-ра М. Лозинського, заступника Державного секретаря із закордонних справ ЗУНР, члена НДМ УНР на Паризькій мирній конференції, до редакції [27]. Газета оперативно відреагувала на укладення Версальського мирного договору (28-го червня

1919 р.) на цьому міжнародному формі, опублікувавши із цього приводу лист-допис члена української дипломатичної делегації – М. Мазуренка [28].

Особлива увага приділялася висвітленню роботи нового голови НДМ УНР – графа М. Тишкевича – від кінця липня-початку серпня 1919 р. (від серпня 1919 р. де-факто, а де-юре – від 28-го липня, згідно із офіційною телеграмою МЗС УНР, обов'язки очільника НДМ УНР на Мирній конференції в Парижі почав виконувати досвідчений дипломат — граф М. Тишкевич). У цьому контексті, редакція так відгукнулася на цю зміну в керівництві української дипломатичної делегації в Парижі: «Ми бажаємо, щоби це призначення ознаменувало не лише формальну зміну осіб, але також й повне оновлення нашої політики у всіх відношеннях. Час покаже нам, якими є його переваги для українського уряду» [24]. На сторінках цього часопису можна віднайти відомості про громадсько-політичну та інформаційно-пропагандистську діяльність графа М. Тишкевича на Паризькій мирній конференції восени 1919 р.

У цьому контексті варто зауважити, що голова української дипломатичної місії дав десятки інтерв'ю як для загальнонаціональних, так і для регіональних французьких пресових видань (головно — для католицьких видань Франції). Окрім того, на шпальтах газети можна знайти публікації та листи-дописи відомих громадсько-політичних діячів (як-от, С. Вольської) про такий цікавий аспект багатосторонньої роботи графа (очільника Союзу українців-католиків Києва із 1917 р., апологета прав і інтересів українських католиків), як захист прав і інтересів українських католиків (і греко-католиків) у перемовинах на міжнародному дипломатичному форумі, зокрема, під час особистих бесід із Ж. Клемансо [24; 25]. У цьому зв'язку, редакція часопису гостро відреагувала на інтерв'ю М. Тишкевича французькому католицькому виданню «*Le Croix*» [24] (*L'Activité du Comte Tyszkiewicz* [Діяльність графа Тишкевича] // *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 109. Р. 3. – Граф М. Тишкевич у цьому інтерв'ю виступив із контраверсійними заявами про перспективи поширення та утвердження греко-католицької релігії, обряду в Україні в разі здобуття нею незалежності та її міжнародного визнання із боку Франції).

НДМ УНР на Паризькій мирній конференції у другій половині 1919 р.: інтернаціоналізація та диверсифікація інформаційно-пропагандистської роботи.

До здобутків Тишкевича як очільника НДМ УНР у Парижі можна зарахувати активізацію інформаційно-пропагандистської кампанії українців, популяризацію української справи у Франції (як через особисті інтерв'ю французькій пресі, так і через поліпшення роботи УПБ, української пресовидавничої справи в Парижі (зокрема, видавання нового українського журналу французькою (п. н. «*L'Europe Orientale*») та англійською (п. н. «*The Eastern Europe*») мовами. Цей часопис консолідував представників східноєвропейських бездержавних народів та ознаменував «інтернаціоналізацію» українських національно-державницьких прагнень у регіональному контексті боротьби «поневолених народів» колишньої Російської імперії» [16, с. 363–366]. Як зазначив редакційний комітет у редакційній статті дебютного номера, «за допомогою цих двох видань, одне – французькою, інше – англійською, ми намагатимемось пояснити звичаї, історичні традиції, дух, прагнення, інституції, природне багатство країн і народів, які щойно долучились до свободи і які ще борються з найбільшими загрозами». Ідеєю-фікс редакційної політики було «привернути увагу старих західноєвропейських демократій до боротьби молодих східноєвропейських демократій» та «зміцнювати ... зв'язки братерської солідарності, яка об'єднує народи й якій варто стояти вище їхніх відносин» [34]. Одним із ключових векторів редакційної політики цього часопису було обстоювання національно-державницьких прагнень «чужорідних», бездержавних народів Російської імперії [16, с. 365]. Відповідно, лейтмотивом низки виступів різних авторів було обґрунтування права на національне самовизначення і принципу національної державності колишніх колоній Росії та забезпечення їхньої підтримки із боку країн-членів Антанти на Паризькій мирній конференції [43].

Особливості роботи НДМ УНР на Мирній конференції в Парижі знайшли своє відображення й на сторінках інших українських франкомовних пресодруків, зокрема в Швейцарії. Так, наприклад, щотижневий ревію-дайджест преси «*Problèmes de l'Ukraine*» (яке видавало Українське пресове бюро у Швейцарії

в 1918–1919 рр., – найповніший комплект цього українського франкомовного періодичного видання нам вдалося віднайти в фондах Бібліотеки Карлтонського університету, Оттава, Канада [36; 42] та його наступник – «*Chronique Ukrainienne*» (його видавало Українське пресове бюро в Швейцарії в 1919–1920 рр., – найповніший комплект цього українського франкомовного періодичного видання нам вдалося віднайти в фондах Бібліотеки Колумбійського університету, Нью-Йорк, США) приділяли чимало уваги оглядам західноєвропейської преси, присвячених перебігу Паризької мирної конференції. У цьому контексті тут вміщено передруки публікацій, витяги із статей, виступів, промов ключових політичних, державних діячів, дипломатів на засіданнях цього міжнародного форуму, зокрема щодо українського питання на порядку денному Паризької мирної конференції 1919–1920 рр.

Відповідно, таке «перехресне» висвітлення української проблематики, дипломатичної діяльності українських делегатів на Паризькій мирній конференції 1919–1920 рр. на шпальтах цих франкомовних громадсько-політичних ревію («*L'Ukraine*», «*Problèmes de l'Ukraine*» та «*Chronique Ukrainienne*») сприяло ефективній комунікації українських національно-державницьких прагнень на міжнародній арені та зростанню інформаційного інтересу зарубіжної читацької аудиторії до неї.

Висновки та перспективи дослідження. Усі досліджені видання (за поодиноким винятком «*Les Russes des Carpathes*») здійснювали інформаційно-комунікативний «акомпанемент» дипломатичної діяльності НДМ УНР на Паризькій мирній конференції. Він полягав у тому, що вони регулярно публікували відповідні офіційні документи місії: меморандуми, відозви, звернення, заяви, декларації, відкриті листи, ноти протесту і т. д. Це був найбільш пріоритетний змістово-тематичний вектор їхньої редакційної політики, зорієнтований на підвищення інформаційної «видимості» роботи НДМ УНР на Мирній Конференції в Парижі в західноєвропейській публічній сфері. Це здійснювалося амбівалентним чином: як шляхом оприлюднення оригінальних документів, першоджерел, висвітленням діяльності цієї місії в столиці Франції, так і перехресним висвітленням роботи української дипломатії за матеріалами провідних пресових видань Франції, Швейцарії та інших

західноєвропейських країн. По-друге, висновуємо, що періодичність виходу цих видань (раз на два тижні, раз у тиждень чи декілька разів на тиждень) не давала змогу оперативно реагувати та інформувати західноєвропейську громадськість про перебіг роботи Паризької мирної конференції та головно – діяльність НДМ УНР на ній. Відповідно, інформаційно-комунікативний вакуум у роботі української дипломатичної делегації заповнювали інші прес-агенти (зокрема, головно – опоненти української незалежності (поляки та росіяни). По-третє, робимо висновок, що українська франкомовна преса Швейцарської Конфедерації (зокрема, газета-ревію «*L'Ukraine*») у висвітленні специфіки діяльності НДМ УНР на Паризькій мирній конференції вдавалася до «персоналізації». Ця персоналізація полягала в поданні персональних характеристик, аналізі особистих якостей тих чи інших діячів, членів дипломатичної місії (зокрема, її очільників – Г. Сидоренка, згодом – графа М. Тишкевича). Схожий персоналізований фреймінг простежувався й у медіатизації української дипломатичної делегації на сторінках української русофільської франкомовної періодики у Франції, зокрема «*Les Russes des Carpathes*». Натомість інші українські франкомовні періодичні видання («*Bulletin d'Informations*», «*Problemes de L'Ukraine*», «*Chronique Ukrainienne*») при висвітленні роботи НДМ УНР на Паризькій мирній конференції здебільшого практикували деперсоналізований медіадискурс. По-четверте, висновуємо, що досліджені видання є важливим (альтернативним) джерелом відомостей про НДМ УНР на Мирній конференції в Парижі, зокрема для істориків, дослідників історії міжнародних відносин, дипломатії і т. д.

Перспективи цієї проблематики передбачають проведення нових досліджень висвітлення роботи НДМ УНР на Паризькій мирній конференції в західноєвропейській, американській, польській та російській пресі. Окрім того, перспективним напрямком є журналістичнознавчі дослідження дипломатичної діяльності представників УРСР в 1920 рр. як в українській іншомовній, так і західній пресі. Такі транснаціональні компаративні студії дадуть змогу виявити спільні та відмінні ознаки у висвітленні дипломатичної діяльності українських делегацій в ретроспективі минулого століття.

Література

1. Блавацький С. Українська русофільська франкоязычна преса Франції, *Вестник МГУ. Сер. Журналистика*, Москва, 2014. № 2. С. 88–96.
2. Блавацький С. Дипломатичний фронт сто років тому, *Український Тиждень*. Київ, 2018. № 34 (562), 22 серп. С. 18–25.
3. Блавацький С. Українська франкомовна періодика Європи доби національно-визвольних змагань (1917–1921 рр.): ідентифікація, систематизація, хронологізація, *Збірник праць НДІ пресознавства*. Львів, 2013. Вип. 3 (21). С. 88–119.
4. Богуславський О. Преса міжвоєнної української еміграції і боротьба за незалежність України: історичний шлях, досвід, дискусії. Запоріжжя, 2008. 452 с.
5. Діяльність Українського Пресового Бюро в Парижі, *Bulletin d'Informations*. Paris, 1920. № 110/111. Р. 1.
6. Животко А. Історія української преси, Мюнхен, 1989–1990, 334 с.
7. Кулеша Н. L'Ukraine, *Українська преса в Україні та світі XIX–XX ст.: іст.-бібліогр. дослід*. Львів, 2014. Т. 4: 1911–1916. С. 467–472.
8. Лазарева А. Україна на Паризькій мирній конференції: проти течії, *Український Тиждень*. Київ, 2019. № 8 (588). 21 лютого. С. 20–25.
9. Наріжний С. Українська еміграція: Культурна праця української еміграції 1919–1939 (матеріали, зібрані С. Наріжним до частини другої), Київ: Видавничий дім Олени Теліги, 1999, 270 с.
10. Нота Голови Української Делегації до Ллойд-Жоржа, *Bulletin d'Informations*. Paris, 1920. Ч. 110–111. С. 2.
11. Сидоренко Н. М. Українська періодика в Італії. Київ, 1997. 60 с.
12. Симоненко Р. Г. Паризька мирна конференція 1919–1920 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.history.org.ua/?termin=Paryzka_mugna_1919 (останній перегляд: 13.06.2019).
13. Тимченко Р. Українські дипломати на Паризькій мирній конференції, *Український історичний збірник*. Київ, 2013. Вип. 16. С. 147–161.
14. Тичка Г. М. Східна Галичина в політиці Франції (1918–1923): кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дис. на здобуття наукового ступеня канд. іст. н. за спеціальністю 07.00.02. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2018. 285 с.
15. A Son Excellence Monsieur le Président de la Conférence de la Paix [До його Високості Пана Президента Мирної Конференції] // *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 19, 40. Р. 1.
16. Blavatsky S. The Ukrainian francophone press in France (1919–1921s), *Revue des Etudes Slaves*. Paris, 2018. Vol. 89. Fasc. 3. Р. 355–372.
17. Borschak E. L'Ukraine dans la littérature de l'Europe occidentale, Dijon, 1935, 202 p.
18. Borschak I. L'Ukraine à la conférence de la Paix, 1919–1923. Dijon, 1938. 188 p.
19. Chevtchenko J. Ukraine: Bibliographie des ouvrages en français XVII^e–XX^e siècles; préface de W. Kosyk. Paris, 2000. 219 p.
20. Cvengroš G. La République Démocratique Ukrainienne – la République Française (1917–1922), Lviv: Kameniar, 1995. 419 p.
21. Déclaration du Gouvernement de la République Ukrainienne, *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 37. Р. 1.
22. Gasquet S. (de). La France et mouvements nationaux ukrainienes (1917–1927): Maitrise d'histoire (Aux droits de manuscrit), Paris, 1993–1994, 183 p.
23. L'Accord avec L'Entente [Угода із Антантою], *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 92. Р. 1.
24. L'Activité du Comte Tyszkiewicz [Діяльність Графа Тишкевича], *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 109. Р. 3.
25. L'Activité du Comte Tyszkiewicz [par Mme Sophie Wolska] [Діяльність Графа Тишкевича], *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 112. Р. 2.
26. Le Comte M. Tyszkiewicz, le comte H. Szepticky et le baron N. Wassilko, leaders ukrainiens! Qui représentent-ils? [Граф М. Тишкевич, граф А. Шептицький і барон М. Василько, українські лідери! Кого вони представляють?], *Les Russes des Carpathes*. Paris, 1919. № 6. Р. 4.
27. Le Journal «L'Ukraine» et notre Délégation à Paris [Газета «L'Ukraine» і наша Делегація в Парижі], *L'Ukraine*. Lausanne. 1919. № 105. Р. 2.
28. Lettre de Paris [Лист із Парижа], *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 103. Р. 3.

29. M. Lloyd George et Lord Curzon [П. Ллойд Джордж і Лорд Керзон], *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 94. P. 1.
30. Markus V. Press and information bureaus abroad, *Encyclopedia of Ukraine*. Toronto; Buffalo; London, 1993, Vol. IV, P. 213–215.
31. Note à la Conference de la Paix adressée par la Mission Extraordinaire [Нота Мирній Конференції, адресована Надзвичайною місією], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 26. P. 3.
32. Note à leurs Excellences, Messieurs Woodroo Wilson, Lloyd George, Clemenceau [Нота Їхнім Високостям, Панам Вудро Вільсону, Ллойд Джорджу, Клемансо], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 30. P. 1.
33. Notre Délégation [Наша Делегація], *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 91 (6 Mars). P. 1.
34. Notre Programme [Наша Програма], *L'Europe Orientale*. Paris, 1919. № 1. P. 1–2.
35. Pour L'Indépendance [За Незалежність], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 71. P. 1.
36. Problèmes de L'Ukraine: Revue quotidienne de la presse mondiale au point de vue Ukrainien, *L'Ukraine*. Lausanne, 1919. № 92, 93, 94. P. 4.
37. Proclamation du Gouvernement de la Republique Ukrainienne, [Прокламація уряду української республіки], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 84. P. 1.
38. Soutou G.-H., G. De Castelbajac et S. De Gasquet. Recherches sur la France et le problème des Nationalités pendant la Première guerre mondiale: Pologne, Lithuanie, L'Ukraine, Paris, 1995, 229 p.
39. Sydorenko G. A Son Excellence Monsieur le President de la Conference de la Paix à Paris [Сидоренко Г. До Їого Високості Президента Мирної Конференції в Парижі], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 33. P. 2.
40. Un Appel du Président Petlioura à la Démocratie Française [Відозва Президента Петлюри до французької демократії], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 78. P. 1.
41. Une Note de la Délégation de la République Ukrainien [Нота Делегації Української Республіки], *Bulletin d'Informations*. Paris, 1919. № 82. P. 2.
42. Vic J. La Littérature de guerre: Manuel méthodique et critique des publications de langue française. Paris, 1923. T. 3. 377 p.
43. XXX [Issaievtych D.]. La Libre Disposition des peuples de l'Ukraine [XXX [Іссаєвич Д.]. Вільне самовизначення народів України], *L'Europe Orientale*. Paris, 1919. № 4. P. 103–107.
44. Zhukovsky A. France, *Encyclopedia of Ukraine*, Toronto; Buffalo; London, 1984, Vol. I, p. 929–936.
45. Zhukovsky A. Paris, *Encyclopedia of Ukraine*, Toronto; Buffalo; London, 1993, Vol. III, p. 776–778.

References

1. Blavatskiy S. Ukrainskaya rusofilskaya frankoyazyichnaya pressa Frantsii, Vestnik MGU. Ser. Zhurnalistika, Moskva, 2014. № 2. S. 88–96.
2. Blavatskiy S. Diplomachniy front sto rokiv tomu, Ukrayinskiy Tizhden. Kiyiv, 2018. № 34 (562), 22 serp. S. 18–258.
3. Blavatskiy S. Ukrayinska frankomovna periodika Europi dobi natsionalno-vizvolnih zmaganiy (1917–1921 rr.): identifikatsiya, sistematizatsiya, hronologizatsiya, Zbirnik prats NDI presoznavstva. Lviv, 2013. Vip. 3 (21). S. 88–119.
4. Boguslavskiy O. Presa mizhvoennoyi ukrayinskoyi emigratsiyi i borotba za nezalezhnist Ukrayini: istorichniy shlyah, dosvid, diskusiyi. Zaporizhzhya, 2008. 452 s.
5. Dyalnist Ukrainskogo Presovogo Byuro v Parizhi, Bulletin d'Informations. Paris, 1920. № 110/111. P. 1.
6. Zhivotko A. Istoriya ukrayinskoyi presi, Myunhen, 1989–1990, 334 s.
7. Kulesha N. L'Ukraine, Ukrayinska pressa v Ukrayini ta sviti XIX–XX st.: ist.-bibliogr. doslid. Lviv, 2014. T. 4: 1911–1916. S. 467–472.
8. Lazareva A. Ukrayina na Parizkiy mirniy konferentsiyi: proti techiyi, Ukrayinskiy Tizhden. Kiyiv, 2019. № 8 (588). 21 lyutogo. C. 20–25.
9. Narizhniy S. Ukrayinska emigratsiya: kulturna pratsya ukrayinskoyi emigratsiyi 1919–1939 (materiali, zibrani S. Narizhnim do chastini drugoyi), Kiyiv: Vidavniy dim Oleni Teligi, 1999. 270 s.
10. Nota Golovi ukrayinskoyi delegatsiyi do Lloyd-Zhorzha, Bulletin d'Informations. Paris, 1920. Ch. 110–111. C. 2.
11. Sidorenko N. M. Ukrayinska periodika v Italiyi. Kiyiv, 1997. 60 s.
12. Simonenko R. G. Parizka mirna konferentsiya 1919–1920 [Elektronniy resurs]. Rezhim dostupu: http://www.history.org.ua/?termin=Paryzka_myrna_1919 (ostanniy pereglyad: 13.06.2019).

13. *Timchenko R.* Ukrayinski diplomati na Parizkiy mirnIy konferentsiyi, Ukrayinskiy Istorichniy zbirnik. Kiyiv, 2013. Vip. 16. S. 147–161.
14. *Tichka G. M.* Shidna Galichina v polititsi Frantsiyi (1918–1923): kvalifikatsiyina naukova pratsya na pravah rukopisu. Dis. na zdobuttya naukovogo stupenya kand. ist. n. za spetsialnistyu 07.00.02. LvIv: LNU im. I. Franka, 2018. 285 s.
15. A Son Excellence Monsieur le Président de la Conférence de la Paix // Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 19, 40. P. 1.
16. *Blavatskyy S.* The Ukrainian francophone press in France (1919–1921s), *Revue des Etudes Slaves*. Paris, 2018. Vol. 89. Fasc. 3. P. 355–372.
17. *Borschak E.* L'Ukraine dans la littérature de l'Europe occidentale, Dijon, 1935, 202 p.
18. *Borschak I.* L'Ukraine à la conférence de la Paix, 1919–1923. Dijon, 1938. 188 p.
19. *Chevtchenko J.* Ukraine: Bibliographie des ouvrages en francais XVII–XX siècles; préface de W. Kosyk. Paris, 2000. 219 p.
20. *Cvengroš G.* La République Démocratique Ukrainienne – la République Française (1917–1922), Lviv: Kameniar, 1995. 419 p.
21. Déclaration du Gouvernement de la République Ukrainienne, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 37. P. 1.
22. *Gasquet S. (de).* La France et mouvements nationaux ukrainienes (1917–1927): Maitrise d'histoire (Aux droits de manuscrit), Paris, 1993–1994, 183 p.
23. L'Accord avec L'Entente, L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 92. P. 1.
24. L'Activité du Comte Tyszkiewicz, L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 109. P. 3.
25. L'Activité du Comte Tyszkiewicz [par Mme Sophie Wolska], L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 112. P. 2.
26. Le Comte M. Tyskkiewicz, le comte H. Szepticky et le baron N. Wassilko, leaders ukrainiens! Qui représentent-ils?, *Les Russes des Carpathes*. Paris, 1919. № 6. P. 4.
27. Le Journal «L'Ukraine» et notre Délégation à Paris, L'Ukraine. Lausanne. 1919. № 105. P. 2.
28. Lettre de Paris, L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 103. P. 3.
29. M. Lloyd George et Lord Curzon, L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 94. P. 1.
30. *Markus V.* Press and information bureaus abroad, *Encyclopedia of Ukraine*. Toronto; Buffalo; London, 1993, Vol. IV, P. 213–215.
31. Note à la Conference de la Paix adressée par la Mission Extraordinaire, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 26. P. 3.
32. Note à leurs Excellences, Messieurs Woodroo Wilson, Lloyd George, Clemenceau, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 30. P. 1.
33. Notre Délégation, L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 91 (6 Mars). P. 1.
34. Notre Programme, L'Europe Orientale. Paris, 1919. № 1. P. 1–2.
35. Pour L'Indépendance, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 71. P. 1.
36. Problèmes de L'Ukraine: Revue quotidienne de la presse mondiale au point de vue Ukrainien, L'Ukraine. Lausanne, 1919. № 92, 93, 94. P. 4.
37. Proclamation du Gouvernement de la Republique Ukrainienne, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 84. P. 1.
38. *Soutou G.-H., G. De Castelbajac et S. de Gasquet.* Recherches sur la France et le problème des Nationalités pendant la Première guerre mondiale: Pologne, Lithuanie, L'Ukraine, Paris, 1995, 229 p.
39. *Sydorenko G.* A Son Excellence Monsieur le President de la Conference de la Paix à Paris, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 33. P. 2.
40. Un Appel du Président Petlioura à la Démocratie Française, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 78. P. 1.
41. Une Note de la Délégation de la République Ukrainien, Bulletin d'Informations. Paris, 1919. № 82. P. 2.
42. *Vic J.* La Littérature de guerre: Manuel méthodique et critique des publications de langue francaise. Paris, 1923. T. 3. 377 p.
43. XXX [Issaievtych D.]. La Libre Disposition des peuples de l'Ukraine, L'Europe Orientale. Paris, 1919. № 4. P. 103–107.
44. *Zhukovsky A.* France, *Encyclopedia of Ukraine*, Toronto; Buffalo; London, 1984, Vol. I, p. 929–936.
45. *Zhukovsky A.* Paris, *Encyclopedia of Ukraine*, Toronto; Buffalo; London, 1993, Vol. III, p. 776–778.

УДК 378.094:17.022.1-047.37'06

В. Ю. Василенко

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Сучасний стан дослідження процесу формування іміджу закладу вищої освіти: теоретичний аспект

Василенко В. Ю. Сучасний стан дослідження процесу формування іміджу закладу вищої освіти: теоретичний аспект. У статті висвітлюється значення терміну «імідж» на основі аналітичного огляду дослідницької літератури. Розглядаються особливості формування іміджу в різних галузях діяльності, зокрема в економічній, психологічній та соціокомунікаційній. Представлено складові конкурентоспроможності закладу вищої освіти: економічні, споживчі, організаційні. Розглянуто напрями формування іміджу закладу вищої освіти, такі як: імідж самого навчального закладу, іміджу освітніх послуг, імідж професорсько-викладацького складу. Доопрацьовано та представлено модель формування іміджу суб'єкта освітнього закладу, виділено об'єктивні та суб'єктивні чинники формування іміджу закладу вищої освіти. Зазначено, що особистісний імідж формується через взаємозв'язок зовнішніх та внутрішніх факторів, які створюють «самоімідж», так званий імідж, що сприймається, і «необхідний» імідж. Розглянуто афективний, когнітивний та конативний компоненти як аспекти формування позитивного іміджу закладу вищої освіти. Зазначено необхідні чинники для створення іміджу університету через призму компонентів самого іміджу та ознак задоволеності студентів цього освітнього закладу. Визначено основні відмінності при формуванні іміджу закладу вищої освіти в соціокомунікаційній діяльності. Особливу увагу приділено процесу формування іміджу закладу вищої освіти з використанням сучасних Інтернет-технологій. Представлено характеристику веб-сайту як одного з інструментів комунікацій в освітньому середовищі. Виокремлено критерії та показники рейтингу закладу вищої освіти, а саме: якість знань, якість професорсько-викладацького складу, результативність наукових досліджень, інтеграція у світовий та європейський освітній простір. Узагальнено основні наукові підходи до визначення поняття іміджу закладу вищої освіти.

Ключові слова: імідж, заклад вищої освіти, суб'єкт освітнього закладу, чинники формування іміджу.

Василенко В. Ю. Современное состояние исследования процесса формирования имиджа учреждения высшего образования: теоретический аспект. В статье освещается значение термина «имидж» в процессе проведения аналитического обзора исследовательской литературы. Рассматриваются особенности формирования имиджа в различных сферах деятельности, в частности, в экономической, психологической и социокоммуникационной. Представлены составляющие конкурентоспособности учреждения высшего образования: экономические, потребительские, организационные. Рассмотрены направления формирования имиджа учреждения высшего образования, такие как: имидж самого учебного заведения, имиджа образовательных услуг, имидж профессорско-преподавательского состава. Доработана и представлена модель формирования имиджа субъекта учебного заведения, выделены объективные и субъективные факторы формирования имиджа учреждения высшего образования. Отмечено, что личностный имидж формируется через взаимосвязь внешних и внутренних факторов, которые создают «самоимидж», так называемый воспринимаемый имидж и «необходимый» имидж. Рассмотрены аффективные, когнитивные и конативные компоненты как аспекты формирования положительного имиджа учреждения высшего образования. Указаны необходимые факторы для создания имиджа университета через призму компонентов самого имиджа и признаков удовлетворенности студентов этого учебного заведения. Определены основные отличия при формировании имиджа учреждения высшего образования в социокоммуникационной деятельности. Особое внимание уделяется процессу формирования имиджа учреждения высшего образования с использованием современных Интернет-технологий. Представлена характеристика сайта как одного из инструментов коммуникаций в образовательной среде. Выделены критерии и показатели рейтинга учреждения высшего образования, а именно: качество знаний, качество профессорско-преподавательского состава, результативность научных исследований, интеграция в мировое и европейское образовательное пространство. Сделано обобщение основных научных подходов к определению понятия имиджа учреждения высшего образования.

Ключевые слова: имидж, учреждение высшего образования, субъект учебного заведения, факторы формирования имиджа.

Vasylenko V. The current situation of the research process in the sphere of the higher education institution's image creation: the theoretical aspect. This paper covers the problem of the term «image» in the analytical review of research literature. The peculiarities of the image creation process are considered in the following dimensions: economical, psychological and socio-communicative. The paper demonstrates economic, consumer and organizational elements of a higher educational institution's competitiveness as well as directions of a higher education institution's image creation process, such as the image of the educational institution itself, the image of educational services, the image of the academic staff. The author worked out the model of the image creation process where the subject is represented by an educational institution. Also, the paper represents objective and subjective factors of a higher education institution's image creation. A personal image is created due to the interconnection of external and internal factors that form «self-image», the so-called perceived image and «necessary» image. Affective, cognitive and behavioral components are considered as the positive image creative aspects of a higher education institution. These factors are necessary to create a university's image through the prism of the components of the image itself and the signs of students' satisfaction of this educational institution. The paper determines the main differences of socio-communicative activity in the process of a higher educational institution's image creation. Specific attention is paid to the place of Internet technologies and ranking researches on the process of a higher education institution's image creation. The author represents the characteristic of a website as one of the communication tools in the educational environment. The following criteria and indicators of a higher education institution ranking are set out: the quality of knowledge, the

quality of the academic staff, the effectiveness of scientific research, the integration into the world and European educational space. The author generalizes basic scientific approaches concerning the definition of a higher education institution's image.

Keywords: *image, higher education institution, subject of the educational institution, image creation factors.*

Актуальність роботи. Сьогодні для того, щоб заклад вищої освіти (ЗВО) мав можливість гідно конкурувати і займати лідерські позиції серед аналогічних освітніх установ, необхідно мати певні відмінні переваги.

У цій ситуації досягнення стратегічної конкурентної переваги ЗВО забезпечується за рахунок наявності якісного професорсько-викладацького складу, наявності авторитету освітньої установи, а також створення позитивного ставлення цільової аудиторії до закладу. Сформована ситуація спонукає заклади вищої освіти шукати способи вдосконалення свого іміджу.

Проблема формування іміджу організацій розглядається та аналізується у роботах багатьох авторів, Георгія Почепцова [7–9], Френка Джефкінса та Деніела Ядіна [2], Любові Хавкіної [12], Юлії, Олександра та Олександрі Романовських [10], Девіда Огілві [14].

Зазначеними авторами охоплено широке коло наукових проблем даної сфери. Однак не до кінця вирішеними залишаються питання формування іміджу закладу вищої освіти в соціокомунікаційних умовах. Рішення зазначеної проблеми потребує здійснення комплексного підходу до вивчення понять «імідж», «імідж закладу вищої освіти» та можливостей формування іміджу закладу вищої освіти, що і визначило мету даного дослідження.

Отже, *метою* даної роботи є дослідження сучасних концептуальних та методологічних аспектів формування іміджу закладу вищої освіти.

При дослідженні процесу формування іміджу закладу вищої освіти було використано та проаналізовано певний ряд літератури, до якої можна віднести: українські на іноземні наукові видання та навчальні посібники, дисертації з досліджуваної теми, автореферати, монографії, наукові публікації у вигляді статей.

Для формування розуміння поняття іміджу закладу вищої освіти розглянемо та проаналізуємо роботи, присвячені формуванню іміджу як складової конкурентоспроможності закладу, а також як складової його організаційної культури.

У дисертаційній роботі «Вдосконалення іміджу як фактор конкурентоспроможності вищого навчального закладу», Поліна

Ананченкова дає визначення іміджу вищого навчального закладу (ВНЗ) – це «образ, який формується в свідомості абітурієнтів та їхніх батьків, студентів, випускників, роботодавців та інших цільових груп щодо конкретного навчального закладу вищої професійної освіти і освітніх продуктів і послуг, що реалізуються ним» [1].

Зазначено, що конкурентоспроможність закладу вищої освіти складається з таких показників:

- економічні (вартість навчання, рівень матеріально-технічної бази, використання сучасних освітніх технологій);
- споживчі (якість освітніх послуг, затребуваність випускників з боку роботодавців, відповідність навчальних планів державним вимогам);
- організаційні (імідж закладу вищої освіти, якість професорсько-викладацького складу, медіа-активність керівництва закладу) [1].

Структура формування іміджу закладу вищої освіти представлена на рис. 1.

Імідж самого навчального закладу включає такі аспекти: територіальне розташування, географічне розташування, матеріально-технічна база. До іміджу освітніх послуг, які надає заклад вищої освіти, входять наявні форми навчання, вартість навчання, престижність, авторитетність.

Імідж професорсько-викладацького складу (ПВС) включає розроблені курси, навчальні посібники та видання, винаходи / патенти викладачів [1].

У роботі О. О. Романовської «Досвід вищої освіти Сполучених Штатів Америки ХХ–ХХІ століття: особливості інноваційного розвитку сфери вищої освіти» автори зазначають, що імідж закладу вищої освіти є складовою корпоративної культури і є думкою «про даний заклад у групи людей на основі сформованого у них образу цього ЗВО, що виник унаслідок або прямого контакту з ним, або в результаті інформації, отриманої про цей заклад від інших людей» [10].

Внутрішній образ закладу вищої освіти формується у свідомості співробітників, а зовнішній – у людей, що не входять до числа співробітників (студентів, конкурентів і тощо).

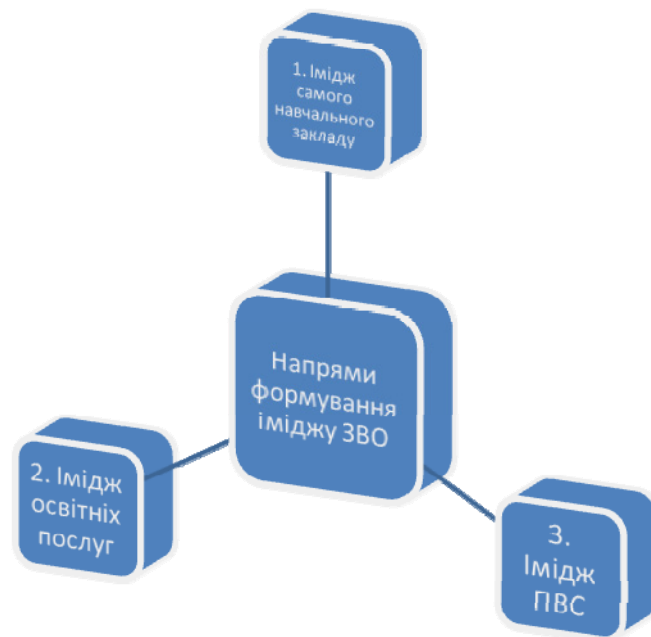


Рис. 1. Структура формування іміджу закладу вищої освіти.

Процес формування іміджу університету, на думку авторів, включає такі етапи:

1. Фіксація вже сформованого іміджу з використанням методів діагностики, анкетування, спостереження, фокус-груп.

2. Виявлення позитивних і негативних факторів формування іміджу, де позитивні фактори сприяють вирішенню проблем, а негативні заважають.

3. Визначення заходів для нейтралізації негативних факторів та посилення дій позитивних факторів [10].

Слід зазначити, що одним із ключових факторів формування позитивного іміджу закладу вищої освіти є імідж професорсько-викладацького складу та студентів.

У дисертаційному дослідженні «Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів» Олена Ковальова розглядає поняття іміджу як психологічного феномену і розглядає його як «цілеспрямовано створюваний особливого роду образ–уявлення, що за допомогою асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями і завдяки цьому, сприяє більш емоційному його сприйняттю» [4].

Модель формування іміджу суб'єкта освітньої діяльності, яка наведена в роботі О. Ковальової [4], була доопрацьована та представлена на рис. 2.

Запропонована модель дозволяє більш системно розглядати зміст іміджу вчителя; забезпечувати адекватний підбір необхідних завдань, дій для зміни тих чи інших ознак

іміджу; розробляти альтернативні профілі типів іміджу

Отже, формування іміджу – це тривалий процес, який включає стадії переходу від первинних вражень про людину до системного уявлення про неї. Імідж викладача є проекцією його особистості в процесі соціальних комунікацій, який включає в себе як внутрішні можливості суб'єкта, так і вимоги, які висуваються до викладача зовнішнім середовищем [4].

Якщо розглядати процес формування іміджу суб'єкта як складову всього іміджу закладу, то англійська дослідниця Е. Семпсон, розглядаючи особистісний імідж, зазначає, що він складається з взаємозв'язку зовнішніх та внутрішніх факторів, які створюють «самоімідж», так званий імідж, що сприймається, і «необхідний» імідж [15].

«Самоімідж» включає в себе попередній досвід і виражає стан самоуваги людини. Імідж, що сприймається, виражає стан уваги інших людей до носія цього іміджу. А «необхідний» стан – це професійні характеристики, які повинні бути у спеціаліста.

Автор вважає, що до власного іміджу необхідно ставитись як до реклами, самопрезентації, і зазначає, що «інші бачать те, що ви самі вибрали для показу їм» [15].

У роботі «Психологічні умови підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування позитивного іміджу освітньої організації» Марія Фадеєва зазначає, що позитивний імідж організації в рамках

освітньої діяльності розглядається як цілеспрямований емоційно-забарвлений образ, який визначає престиж та репутацію у цільовій

аудиторії, на основі чого цільова аудиторія і надає перевагу тому чи іншому освітньому закладу.

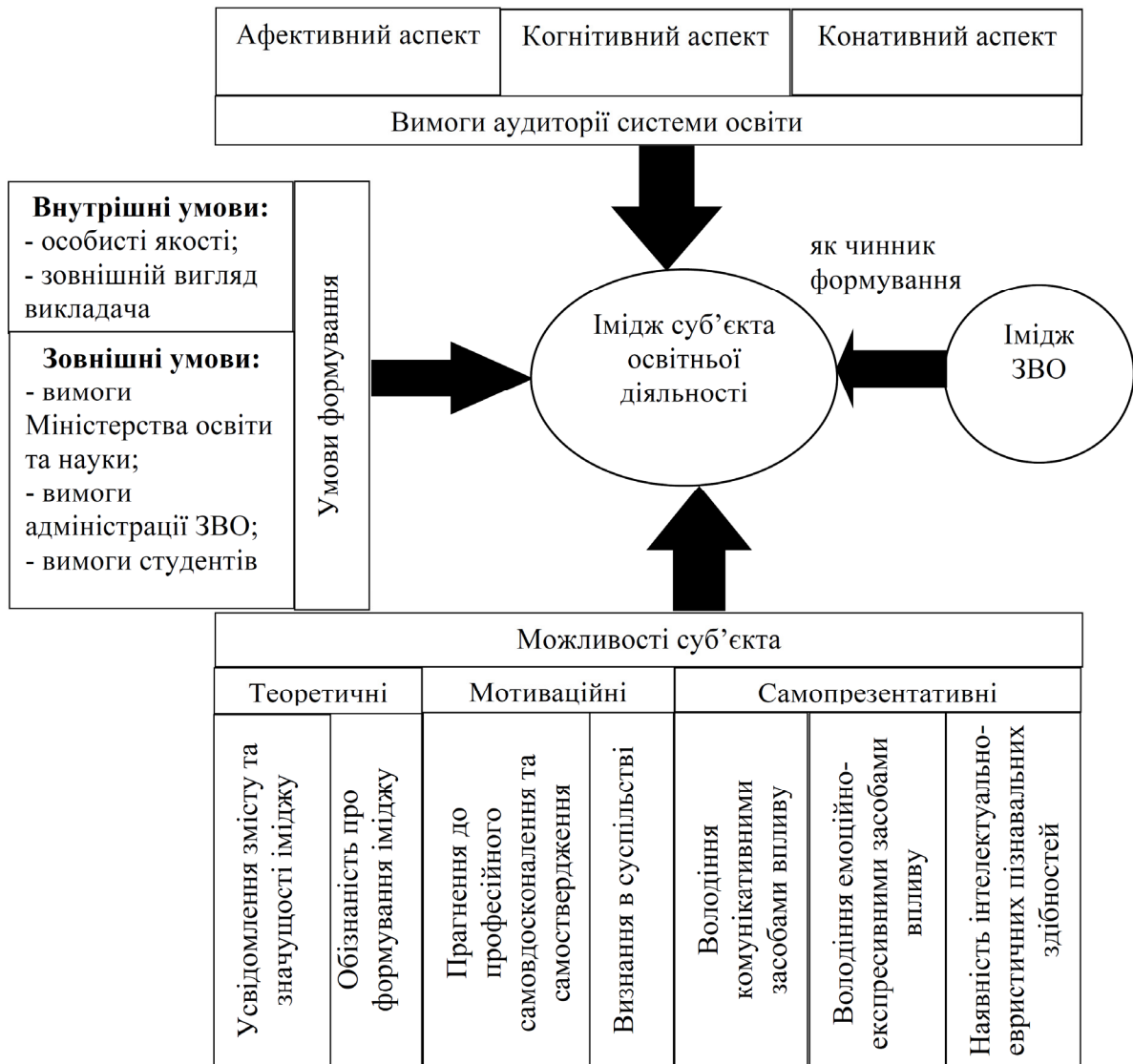


Рис. 2. Модель формування іміджу суб'єкта освітнього закладу.

Структура позитивного іміджу включає такі аспекти:

1) афективний компонент (оцінно-емоційне сприйняття освітньої організації та особливостей її діяльності);

2) когнітивний компонент (знання про діяльність освітнього закладу, особливості його функціонування);

3) конативний компонент (формування готовності діяти певним чином по відношенню до цього закладу, надати йому перевагу чи ні).

При цьому чинниками формування іміджу закладу вищої освіти зазначаються об'єктивні та суб'єктивні [11].

Об'єктивні чинники формування іміджу представлені на рис. 3. Суб'єктивні чинники формування іміджу представлені на рис. 4.

Деякі автори в своїх дослідженнях розглядають формування іміджу університетів через призму компонентів самого іміджу та ознаками задоволеності студентів.

Після проведення опитування було з'ясовано, що на рівень задоволеності студентів у першу чергу залежить від когнітивного компоненту іміджу, а вже на другому місці знаходиться афективний компонент; на когнітивну складову іміджу університету впливає афективна складову іміджу; на загальний імідж більше впливає афективний компонент, ніж когнітивний компонент.

Політика керівництва університету в своїй діяльності повинна враховувати чинники, які стосуються «студентського життя», «університетських відносин», «репутації» і

«співвідношення ціни і якості». І в такому випадку імідж університету матиме міцну основу, актуальну для його публіки,

задоволеність студентів, а також унікальний фірмовий стиль [13].

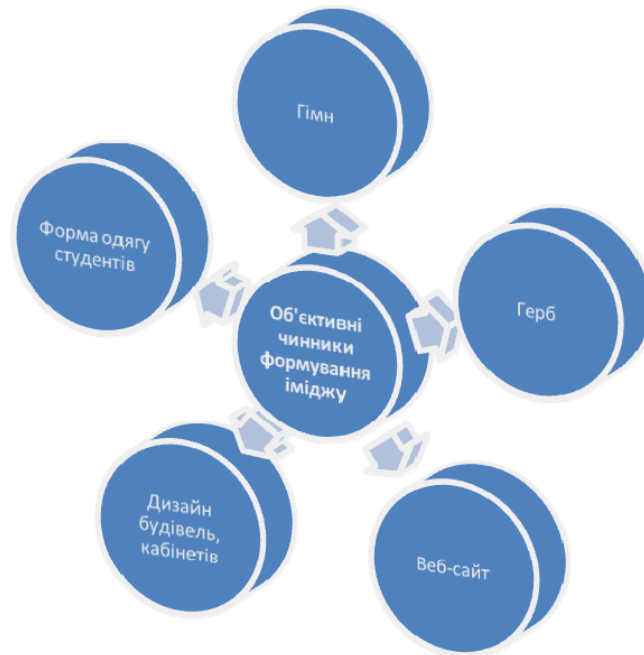


Рис. 3. Об'єктивні чинники формування іміджу закладу вищої освіти.

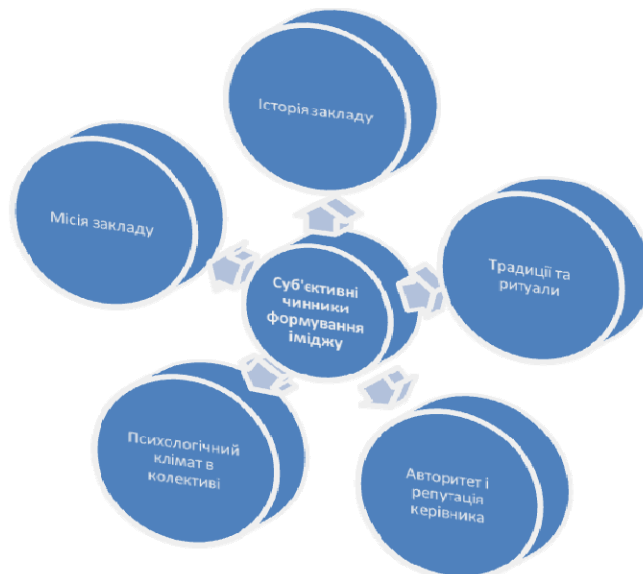


Рис. 4. Суб'єктивні чинники формування іміджу закладу вищої освіти.

Якщо розглядати формування іміджу закладу вищої освіти в системі соціокомунікаційної діяльності, то можна виділити ряд особливостей, на які потрібно звертати увагу закладу:

1. Необхідність створення власного неповторного образу, який має бути привабливим для цільової аудиторії.

2. Потрібно мати ясні та чітко сформульовані місію, бачення ЗВО та власну філософію.

3. Потрібно мати свою систему цінностей, традицій, звичаїв.

4. Необхідність надання якісних освітніх послуг.

5. Визначення та дотримання доцільної виховної системи в роботі зі студентами.

6. Наявність авторитету серед аналогічних закладів-конкурентів.

7. Необхідність постійного оновлення та надання інформації про діяльність закладу

цільовій аудиторії з використанням новітніх соціокомунікаційних технологій.

8. Своєчасне реагування на зовнішні чинники: як позитивні, так і негативні.

Як зазначає Катерина Дюжева у роботі «Формування іміджу в системі соціальних комунікацій», формування позитивного іміджу вищого навчального закладу має прямий зв'язок з рейтингом, репутацією, авторитетом закладу та іміджем викладачів, які працюють у цьому закладі.

Також необхідними аспектами формування іміджу можуть виступати заходи типу днів відкритих дверей, презентацій / майстер-класів для майбутніх абітурієнтів, а також візуально-вербальний образ представників вишу (наприклад, ректора, проректорів, деканів, завідувачів кафедрами) під час проведення інтерв'ю або іншої комунікації в засобах масової комунікації [3].

Для формування якісного іміджу закладу вищої освіти однією з основних вимог є використання сучасних Інтернет-технологій. Так, одним з інструментів комунікацій в освітньому середовищі виступає веб-сайт.

Веб-сторінка стала «обличчям» освітнього закладу як для внутрішньої (студенти, професорсько-викладацький склад, керівництво), так і для зовнішньої аудиторії (абітурієнти, батьки школярів, заклади-конкуренти і т. д.). За допомогою сайту студенти / викладачі / абітурієнти / батьки можуть:

- у будь-який час і в будь-якому місці знайти інформацію стосовно діяльності закладу вищої освіти (про факультети, спеціальності, вартість освітніх послуг);

- контактувати з необхідними підрозділами / викладачами / іншими студентами;

- відвідувати онлайн бібліотеку закладу.

Слід зазначити, що сайт став інформаційним простором у забезпеченні навчального процесу. Наприклад, використання платформ для дистанційної освіти надасть ряд переваг освітньому закладу і тим самим буде одним із чинників формування позитивного іміджу.

Ще одним аспектом є віртуальна бібліотека закладу та надання доступу до неї. Така

бібліотека дозволить дізнаватись про наявність необхідної літератури у базі, скачувати електронні версії книг, наукових статей, а також підібрати необхідну літературу із заданої тематики [5].

Також одним з напрямів дослідження у формуванні іміджу закладу вищої освіти постає його рейтинг. Ігор і Тетяна Остапівські запропонували критерії та показники рейтингу закладу вищої освіти [6].

Згідно із цими авторами, критеріями рейтингу виступають:

- якість знань (кількість студентів-переможців у різних заходах, задоволеність випускників якістю освіти);

- якість професорсько-викладацького складу (кількість кандидатів / докторів наук, доцентів / професорів);

- результативність наукових досліджень (у рейтингу «Webometrics», індекс Гірша);

- інтеграція у світовий та європейський освітній простір (кількість іноземних студентів / викладачів, отримання подвійного диплому).

На думку авторів, перспективним можна вважати визначення якісних методів визначення рейтингів вищих навчальних закладів [6].

Висновки. Проаналізувавши дослідницьку літературу з представленої тематики, а також провівши дослідження сучасних концептуальних та методологічних аспектів, визначення поняття іміджу закладу вищої освіти та процесу його формування можна розглядати в контексті таких підходів:

а) за сферою діяльності: економічна – розглядається як складова конкурентоспроможності закладу, а також як складова його організаційної культури; психологічна – розглядається як складова емоційно забарвленого ставлення цільової аудиторії; соціокомунікаційна – розглядається як складова соціально-комунікаційної системи;

б) за суб'єктом дослідження: формування іміджу в контексті діяльності особистості (викладача/керівника закладу); формування іміджу в контексті діяльності самого соціального інституту.

Література

1. Ананченкова П. И. Совершенствование имиджа как фактор конкурентоспособности высшего учебного заведения: дис. канд. эк. наук: 08.00.05 / Ананченкова Полина Игоревна. – Москва, 2009.

2. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс, Д. Ядин ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 416 с.

3. Дюжева К. В. Формування іміджу в системі соціальних комунікацій / К. В. Дюжева // Соціум. Документ. Комунікація. – 2018. – С. 192–201.
4. Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. псих. наук: спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Ковальова Олена Олександрівна – Одеса, 2007.
5. Ковальчук М. С. Використання Інтернет-технологій для формування іміджу навчального закладу / М. С. Ковальчук, Н. В. Сердуніч // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – С. 200–202.
6. Остапйовський І. Рейтинг закладів вищої освіти як важлива складова їхнього іміджу / І. Остапйовський, Т. Остапйовська // Педагогічний часопис Волині. – 2018. – № 1 (8). – С. 29–34.
7. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов. – Киев : АДЕФ – Украина, 1997. – 140 с.
8. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – Киев : Ваклер, 2004. – 576 с.
9. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – Киев : Ваклер, 2005. – 624 с.
10. Романовська О. О. Досвід вищої освіти Сполучених Штатів Америки ХХ–ХХІ століття. Кн. 3. Особливості інноваційного розвитку сфери вищої освіти США другої половини ХХ – початку ХХІ століття: навчальний посібник / О. О. Романовська, Ю. Ю. Романовська, О. О. Романовський. – Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 248 с.
11. Фадєєва М. В. Психологічні умови підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. псих. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Фадєєва Марія Володимирівна. – Київ, 2010.
12. Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навч.-метод. посіб. для студ. зі спец. «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013.
13. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2. P. 1–8.
14. Ogilvy D. Confessions of an Advertising Man, New York, Atheneum, 1964.
15. Sampson E. The image factor. A guide to effective self-presentation for career enhancement / E. Sampson. – London, 1994.

References

1. Ananchenkova P. I. Sovershenstvovanie imidzha kak faktor konkurentosposobnosti vyisshego uchebnogo zavedeniya: dis. kand. ek. Nauk : 08.00.05 / Ananchenkova Polina Igorevna. – Moskva, 2009.
2. Dzhefkins F. Pablik rileyshnz: ucheb. posobie dlya vuzov / F. Dzhefkins, D. Yadin; per. s angl. pod red. B. L. Eremina. – Moskva: YuNITI-DANA, 2012. – 416 s.
3. Dyuzheva K. V. Formuvannya Imidzhu v sistemi sotsialnih komunikatsiy / K. V. Dyuzheva // Sotsium. Dokument. Komunikatsiya. – 2018. – S. 192–201.
4. Kovalova O. O. Psihologichni osoblivosti formuvannya osnov profesijnogo imidzhu u maybutnih pedagogiv: avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. psih. Nauk : spets. 19.00.07 «Pedagogichna ta vikova psihologiya» / Kovalova Olena Oleksandrivna. – Odesa, 2007.
5. Kovalchuk M. S. Viktoristannya Internet-tehnologiy dlya formuvannya imidzhu navchalnogo zakladu / M. S. Kovalchuk, N. V. Serdunich // Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo universitetu. – 2011. – № 6. – S. 200–202.
6. Ostapyovskiy I. Reyting zakladiv vischoyi osviti yak vazhliva skladova yihnogo smsdzu / I. Ostapyovskiy, T. Ostapyovska // Pedagogichniy chasopis Volyni. – 2018. – № 1 (8). – S. 29–34.
7. Pocheptsov G. G. Imidzh i vyiboryi. Imidzh politika, partii, prezidenta / G. G. Pocheptsov. – Kiev : ADEF – Ukraina, 1997. – 140 s.
8. Pocheptsov G. G. Imidzhelogiya / G. G. Pocheptsov. – Kiev : Vakler, 2004. – 576 s.
9. Pocheptsov G. G. Pablik rileyshnz dlya professionalov / G. G. Pocheptsov. – Kiev : Vakler, 2005. – 624 s.
10. Romanovska O. O. Dosvid vischoyi osvity Spoluchenih Shtativ Ameryky XX–XXI stolittya. Kn. 3. Osoblivosti innovatsijnogo rozvitku sferi vischoyi osviti drugoyi polovini XX – pochatku XXI stolittya: navchalniy posibnik / O. O. Romanovska, Yu. Yu. Romanovska, O. O. Romanovskiy. – Kiyiv : NPU imeni M. P. Dragomanova, 2018. – 248 s.

11. Fadeeva M. V. Psihologichni umovi pidgotovki kerivnikov zagalnoosvitnih navchalnih zakladiv : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. psih. nauk : spets. 19.00.07 «Pedagogichna ta vikova psihologiya» / Fadeeva Mariya Volodimirivna. – Kiyiv, 2010.
12. Havkina L. M. Imidzhologiya: navch.-metod. posib. dlya stud. zi spets. «Zhurnalistika» / L. M. Havkina. – Harkiv : HNU imeni V. N. Karazina, 2013.
13. Nehme Azoury, Lindos Daou, Charbel El Khoury (2014). University image and its relationship to student satisfaction-case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review, 2, 1–8.
14. Ogilvy D. Confessions of an Advertising Man, New York, Atheneum, 1964.
15. Sampson E. The image factor. A guide to effective self-presentation for career enhancement / E. Sampson. – London, 1994.

УДК 316.811

С. С. Остапчук

Національний авіаційний університет

Гендерні аспекти мовлення: на прикладі сучасних українськомовних друківаних ЗМІ

Остапчук С. С. Гендерні аспекти мовлення: на прикладі сучасних українськомовних друківаних ЗМІ. У статті розглянуто питання вживання фемінітивів у мовній практиці засобів масової інформації України. Звернено увагу на доцільність використання жіночого й чоловічого родів або спільного роду замість загального чоловічого. Наведено приклади творення фемінітивів. Також розкрито проблему офіційного унормованого закріплення в сучасній українській мові етичних та комунікативних норм, що враховують гендерний компонент. Здійснено аналіз кількісного та якісного складу нових іменників на позначення осіб в українській літературній мові кінця ХХ – початку ХХІ ст. Виявлено, що на основі журналістських текстів можна глибше зрозуміти реальну гендерну ситуацію в сучасному суспільстві. Розглянуто лексеми, що враховують гендерний компонент, тобто жіночі відповідники до іменників чоловічого роду на позначення осіб, а також питання щодо офіційного закріплення в сучасній українській мові таких лексем як нормативних. З'ясовано, що нині у мовознавстві важливим є питання самостійності назв на позначення осіб жіночої статі, утворених афіксальним способом. В українській мові наявні такі жіночі особові назви, які виникли без чоловічих відповідників. Установлено, що основа назв осіб жіночого роду може бути твірною від назв осіб чоловічої статі, а також від тих самих основ, що й назви чоловічої статі. У сучасній українській літературній мові для утворення іменників на позначення осіб жіночої статі використовують такі форманти та їх похідні: -к(а), -ш(а), -иц(я) (-лиц(я), -ниц(я), -чиц(я), -щиц(я)), -ес(а), -ис(а), -ин(я), -их(а). Суфікс -к надає значення жіночої статі повним основам безсуфіксних іменників чоловічого роду.

Ключові слова: фемінітиви, гендерні аспекти, мовлення, ЗМІ, журналістика, сучасна українська мова, відповідники.

Остапчук С. С. Гендерные аспекты общения: на примере современных украиноязычных печатных СМИ. В статье рассмотрен вопрос употребления феминитивов в языковой практике средств массовой информации Украины. Обращено внимание на целесообразность использования женского и мужского родов или общего рода вместо общего мужского. Приведены примеры создания феминитивов. Также раскрыта проблема официального нормированного закрепления в современном украинском языке этических и коммуникативных норм, которые учитывают гендерный компонент. Осуществлен анализ количественного и качественного состава новых существительных для обозначения лиц в украинском литературном языке конца ХХ – начала ХХІ ст. Выведено, что на основе журналистских текстов можно глубже понять реальную гендерную ситуацию в современном обществе. Рассмотрены лексемы, которые учитывают гендерный компонент, то есть женские соответствия существительным мужского рода на обозначение лиц, а также вопрос относительно официального закрепления в современном украинском языке таких лексем как нормативных. Выяснено, что в настоящее время в языкознании важным является вопрос самостоятельности названий для обозначения лиц женского пола, образованных аффиксным способом. В украинском языке имеются такие женские личные названия, которые возникли без мужских соответствий. Установлено, что образующая основа названий лиц женского рода может создаваться от названий лиц мужского пола, а также от тех же основ, что и названия мужского пола. В современном украинском литературном языке для образования существительных для обозначения лиц женского пола используют такие форманты и их производные: -к(а), -ш(а), -иц(я) (-лиц(я), -ниц(я), -чиц(я), -щиц(я)), -ес(а), -ис(а), -ин(я), -х(а). Суффикс -к придает значение женского пола полным основам бессуффиксных существительных мужского рода.

Ключевые слова: феминитивы, гендерные аспекты, общение, СМИ, журналистика, современный украинский язык, соответствия.

Ostapchuk S. Gender aspects of speech: on the example of modern Ukrainian-language printed media. The article deals with the use of feminines in the language practice of mass media of Ukraine. Attention is drawn to the expediency of using feminine and masculine genders or the common one instead of the common masculine gender.

Examples of feminines making are given. The problem of official formalization in the modern Ukrainian language of ethical and communicative norms, taking into account the gender component, is also found out. The analysis of the quantitative and qualitative composition of new nouns on the designation of persons in the Ukrainian literary language during the period of the end of the XX – the beginning of the XXI century is carried out. It is revealed that on the basis of journalistic texts one can deeper understand the real gender situation in a modern society. Here are considered lexemes that take into account the gender component, that is, feminine equivalents to the nouns of the masculine gender on the designation of individuals, as well as the question of the official fixing of such lexemes in the modern Ukrainian language as normative. It is found out that in linguistics nowadays the importance of the independence of the names on the denotation of female persons, formed by the affixal method, is important. In the Ukrainian language, there are the following female personal titles that arose without male equivalents. It has been established that the gender basis for the names of persons of the feminine gender can be derived from the names of males, as well as from the same foundations as the males' names. In the modern Ukrainian literary language, the following fortens and their derivatives are used to form nouns for the denomination of females: -k(a), -sh(a), -yts(a) (-lyts(a), -nyts(a), -chyts(a), -schyts(a)), -es(a), -ys(a), -yn(a), -yh(a). The suffix -k gives the meaning of female sex to the full basics of nonscientific nouns of the masculine kind.

Keywords: *feminines, gender aspects, speech, mass media, journalism, modern Ukrainian language, equivalents.*

Постановка проблеми. Нині в ході змін у суспільно-політичних та науково-технічних сферах важливим є гендерний підхід у мовленнєвій культурі. Саме мова є засобом формування ментальності українського суспільства. Мовне середовище впливає на наше життя. Мова й мовленнєва діяльність розглядаються з позицій людини як творця й суб'єкта мовлення. Фемінітиви в системі імен порушують загальні принципи родової диференціації. З огляду на це звернення до фемінітивів у мовній практиці ЗМІ є актуальним.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Аналіз мовознавчої літератури з окресленої проблеми свідчить, що певною мірою її торкалися сучасні українські вчені в контексті досліджуваних ними питань: родова диференціація іменників на позначення осіб (О. Безпояско, В. Виноградов, І. Вихованець, А. Загнітко, О. Залізник та ін.); групи іменників на позначення осіб, які не творять корелятивних пар (А. Загнітко, А. Дементьєв, В. Никитевич та ін.); суфікс -к(а) як основний формант у диференціації іменників на позначення осіб (І. Воловенко, Н. Ящук та ін.); фемінізація/неофемінізація назв осіб (А. Архангельська, Н. Малюга, А. Нелюба та ін.) [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9].

Формулювання цілей статті. Постановка завдання. Мета нашого дослідження – розкрити гендерні аспекти мовлення, зокрема використання способів родової диференціації нових іменників на позначення осіб у сучасних українськомовних друкованих ЗМІ.

Основними завданнями є: розкрити вживання і творення фемінітивів в українській мові; описати морфологічні (афіксальні) способи родової диференціації нових іменників на позначення осіб на прикладі сучасних друкованих ЗМІ в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розкриємо термін «фемінітиви» – це іменники жіночого роду, альтернативні або парні до аналогічних «чоловічих» понять. Вони використовуються для позначення професій. Зазначимо, що частину професій взагалі представляє тільки одна із статей: покоївка, кравчиня, медсестра, прибиральниця, але хірург, адвокат, інженер та ін.

Як відомо, українська мова, яка належить до флективних мов синтетичного типу, має матеріалізовану категорію роду з трьома формами, що марковані власними граматичними показниками. Однак чіткого розподілу за родами немає навіть серед назв істот, особливо запозичених [9].

Нові іменники на позначення осіб творяться усіма морфологічними способами. У процесі їх творення продуктивність виявляють суфікси: -ик- (-ник-, -овик-, -івник-, -овник-, -атник-, -аник-), -ець- (-овець-, -івець-, -анець-, -янець-, -инець-, -інець-), -ист- (-іст-), наприклад: *антимонополющик, парламентарист*; обмежену продуктивність мають суфікси іншомовного походження: -арій-, який представлений у лексемі *парламентарій*; -ал-, який представлений новими лексемами, наприклад: *кафедрал, регіонал*; -атор- (-ятор-, -итор-), наприклад: *губернатор*; -ер- (-ор-, -тор-, -онер-), наприклад: *кредитор, опозиціонер, продюсер*; -ан-, наприклад: *політикани*; -ант-(-янт-), які приєднуються до іменникової основи, наприклад: *коаліціант, коаліціант*, та дієслівної основи, наприклад: *непідписант, підписант*. Також спостерігається активізація й поширення іменникових віддієслівних форм на -ач-, -ник-, наприклад: *заповідач, правник, слухач, спостерігач* [2, с. 8].

Підкреслимо, що в сучасній українській літературній мові для утворення іменників на позначення осіб жіночої статі використовують

такі форманти та їх похідні: *-к(а)*, *-ш(а)*, *-иц(я)* (*-лиц(я)*, *-ниц(я)*, *-чиц(я)*, *-щиц(я)*), *-ес(а)*, *-ис(а)*, *-ин(я)*, *-их(а)*.

Суфікс *-к-* є фемінізуючим елементом у сфері словотворчого розряду в межах категорії особи. Він надає значення жіночої статі повним основам безсуфіксних іменників чоловічого роду, наприклад: *бізнесменка*, *міністерка*, *спікерка*; аббревіатурам та повним основам іменників із суфіксами слов'янського походження: *-ар-* (*-яр-*); *-ач-* (*-яч-*); *-тель-*; *-ич-*; *-ун-* (частково); *-ай-* (*-яй-*), *-ин-*, наприклад: *позивачка*, *приятелька*, *родичка*, *опікунка*, *гультьяйка* [2, с. 10].

Уживання суфікса *-ш(а)* в українській літературній мові обмежене розмовним стилем. Суфікс *-ш(а)* приєднується до повних безсуфіксних основ іменників іншомовного походження чоловічого роду, наприклад: *брокерша*, *маклерша*; до повних суфіксальних основ іменників іншомовного походження чоловічого роду із суфіксами *-ор-*; *-атор-*; *-ир-*, *-ір-*, *-ер-*; *-ент-*, наприклад: *агітаторша*, *банкїрша*, *губернаторша*, *інспекторша*, *репортерша*. Суфікси *-ес(а)*, *-ис(а)* приєднуються до повних основ іменників чоловічого роду, наприклад: *адвокатеса*, *клоунеса*, *критикеса*, *патронеса*, *політикеса* тощо; до усічених основ, наприклад: *політеса*. При утворенні жіночого відповідника за допомогою суфікса *-ис(а)* в основі твірного іменника відбуваються зміни – випадіння голосного, наприклад: *лектор* – *лектриса* [2, с. 11].

По відношенню до групи людей різного гендеру, навіть якщо переважна її більшість жінки, використовується чоловічий рід. Активісти, працівники, професіонали, учасники і так далі. Чоловічий рід у цьому випадку отожднюється із загальнолюдським, що не просто відсуває жінку на задній план, а повністю ігнорує її в картині світу. Частина професій взагалі представляє тільки одна із статей: *покоївка*, *кравчиня*, *медсестра*, *прибиральниця*, але *хірург*, *адвокат*, *інженер* та ін. Нерідко трапляються оголошення: «Потрібен кухар. Потрібна прибиральниця». Зрозуміло, що кухар може бути будь-якої статі, а ось прибиральниця – тільки однієї. Як і професор, лікар, учений, автор. Соціум за допомогою мови наполегливо вказує жінкам їх місце й демонструє традиційне до них ставлення – як до людей другого сорту, які не здібні ні до чого, крім обслуговування [9].

Недостатньо просто називати жінок у жіночому роді, тому що, коли йтиметься про мішані групи, використовуватимуть чоловічий рід. Коли йтиметься про абстрактних людей, будуть також використовувати чоловічий рід. Це все важливо виправляти.

Можна просто використовувати в мовленні два слова замість одного, це сприймається значно простіше: *викладачі та викладачки*, *організатори й організаторки* і так далі. Або вдається до стратегії нейтралізації: замість *українські студентки і студенти протестували* – *українське студентство протестувало*; якщо важливо наголосити на більшій ролі жінок у чомусь, можна вживати фемінітиви в значенні загального роду: експертки, спеціалістки і т. д.; варто уникати тверджень, які закріплюють у мові та свідомості гендерні ролі, зокрема, стереотипні способи репрезентації (коли в статті про творчість мисткині наголошують на її зовнішньому вигляді чи сімейному стані) [9].

Варто зауважити, що значну частину соціальних новацій сучасних українських ЗМІ становить актуалізована лексика на позначення суспільно-політичних, економічних та гендерних понять, яка до цього часу була обмежена сферою вживання. Працівники мас-медіа створюють низку кліше, лозунгів, слоганів, за допомогою яких можна конструювати й пропагувати гендерні стереотипи. Однією з основних ознак мови сучасних ЗМІ є залучення до активного вжитку лексики з гендерним маркуванням – сексизмів. До прикладів мовного сексизму можна віднести переважання іменників і займенників чоловічого роду на позначення людини незалежно від її статі, адже це може призвести до «непомітності» жінок у мовному дискурсі. Також прикладом можуть слугувати лексичні лакуни, зокрема, коли на позначення професій, посад, наукових ступенів існує лише форма чоловічого роду [7, с. 82].

Аналіз текстів друкованих українських ЗМІ дозволяє простежити уявлення про соціальні ролі чоловіка й жінки, їхнє значення в соціальних сферах життєдіяльності суспільства. Розмежування соціальних ролей чоловіка й жінки відбувається за такими структурними опозиціями: логіка – інтуїція, абстрактне мислення – конкретне мислення, інструментальність – експресивність, організованість – стихійність, влада – підпорядкування, справа.

На сучасному етапі відповідно до усталених стереотипів, чоловіку традиційно відводиться роль керівника, лідера, жінці – роль продовжувачки роду (образ матері), хранительки домашнього вогнища, домогосподарки. Так утворився стереотип «Берегиня», що продукує різноманітні характеристики концепту-максимуму «жінка», а також повністю характеризує його дериват – мати. Саме під впливом цього стереотипу на сторінках ЗМІ з'являється чимало образів – символ жінки-матріарха, вічний образ матері, хранительки домашнього затишку, опікунки дітей та чоловіка: «Від жінки починається світло народження дитини, її вишитими рушниками прив'язана до отчого порога юність кожного; з її впевненою ходою шириться наша дорога в усвідомлене самостійне життя» (День. – 2006. – 27 черв.); «Жінка народжується з вищою освітою» (журнал «Країна». – 2012. – 7 берез.) [7, с. 84]. Поступово формується ще один жіночий образ – образ «Ділова жінка», у якому поєднано найкращі риси «Берегині» і дещо від «Барбі». Сучасна ділова жінка на сторінках мас-медіа – це особистість із красивими жіночими рисами, наділена розумом та безліччю вмій, що притаманні «Берегині», напр.: «Бізнес з жіночим обличчям» (Ого. – 2007. – 26 лип.); «Жінки у великій політиці» (Львівська газета. – 2006. – 17 січ.); «Жіночі обличчя київської влади» (Хрещатик. – 2007. – 8 бер.); «Яценюк найбільше довіряє жінкам і хоче, щоб в керівництві партії їх було більше» (Газета.ua. – 2012. – 1 берез.); «Найвпливовіші жінки України – зі сфери медіа?» (Львівська газета. – 2008. – 6 жовт.) та ін. Нині з'являються поодинокі публікації, які нівелюють стереотипи й подають нове бачення образів сучасного чоловіка та сучасної жінки, їхніх ролей у суспільстві, передають прагнення авторів до гендерної рівності. Це статті про рівноправ'я статей у політиці, спорті, науці, а також рівність у таких сферах, як мода, догляд за тілом, виховання дітей [7, с. 85].

Зазначимо, що іменники чоловічого роду мають ширше значення, тому й трапляються в текстах ЗМІ значно частіше, ніж їхні жіночі відповідники. Через переважання загального чоловічого роду в більшості текстів, особливо в правових і нормативних документах, закони і правила звучать так, ніби стосуються виключно чоловіків.

Від більшості назв професій можна утворити форми обох родів, наприклад: викладач – викладачка, журналіст – журналістка, лікар – лікарка, директор – директорка (така можливість потенційно закладена в українській мові: президентка, прем'єрка, депутатка), однак для офіційного позначення професії й посади людини прийнято вживати винятково іменники чоловічого роду. Жіночі назви (фемінітиви) творяться за допомогою тих самих суфіксів, що й назви неживих предметів, наприклад: пілот – пілотка, електрик – електричка, академік – академка, матрос – матроска; господар – господарка [3, с. 121].

Лексико-граматична система мови є політичною. Її політична роль полягає в тому, що вона нормалізує нерівності між жінками й чоловіками, робить їх природними, звичними та непомітними.

Таким чином, аналіз мовних засобів творення гендерних образів і стереотипів засвідчив, що хоч лексичним та стилістично забарвленим експресивним одиницям, ужитим у фрагментах газетних текстів, властива випадковість добору, однак вони мають здатність до самовпорядкування та організації.

Висновки й перспективи подальшого дослідження проблеми. Отже, гендерна проблематика потребує глибокого вивчення, адже вона торкається глибоко особистісних зв'язків людини та соціуму. Ми звикли до норм своєї мови, при звичаємося до того погляду, який вона нам дає.

Лексико-словотвірний спосіб родової диференціації іменників на позначення осіб є найпродуктивнішим. У сучасній українській літературній мові для утворення іменників на позначення осіб жіночої статі використовують такі форманти: *-к(а), -анк(а), -янк(а), -івк(а), -иц(я), -ниц(я), -ин(а), -ш(а), -их(а), -ов(а), -ух(а), -н(а), -ад(я), -ис(а), -ес(а), -ит(а), -ід(а), -ул(я), -лиц(я), -чиц(я), -щиц(я)*.

Оскільки у своїй статті ми розкрили не всі аспекти досліджуваної проблеми, перспективними в майбутньому є дослідження питання мовного моделювання гендерних образів молоді в сучасних мас-медіа, когнітивно-емотивних особливостей заголовків до матеріалів на гендерну тематику, що й розглядатиметься в наступних публікаціях.

Література

1. Архангельська А. Неофемінізація новітньої доби як чинник розбудови української мови: у пошуках втраченого? / Архангельська Алла // XX–XXI століття : жанрово-стильові й лінгвістичні

метафорфози в українській мові та літературі : монографія. Оломоуць: Університет ім. Ф. Палацького в Оломоуці, 2016. С. 171–204.

2. Воловенко І. В. Диференціація родової належності нових іменників на позначення осіб в українській літературній мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 18 с.

3. Гендер для медій : підручник / за ред. М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманової [вид. 3-тє. вип. та доп.]. Київ : Критика, 2017. 200 с.

4. Гендерна парадигма освітнього простору / за заг. ред. Дороніної Т. О. Кривий Ріг : ВЦ КДПУ. 2016. Вип. 3–4. 200 с.

5. Комов О. В. Гендерна диференціація українського мовлення (на матеріалі комп'ютерного дискурсу) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / О. В. Комов; Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2014. 17 с.

6. Малюга Н. М. Продукування фемінативів як спосіб подолання гендерної асиметрії в мові / Н. М. Малюга // Філологічні студії: науковий вісник Криворізького нац. ун-ту : зб. наук. праць. Кривий Ріг, 2015. Вип. 12. С. 162-168.

7. Маслова Ю. П. Формування й тиражування гендерних стереотипів у соціумі (на прикладі сучасних українськомовних ЗМІ) / Ю. П. Маслова // Наукові записки нац. ун-ту «Острозька академія». Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 40. С. 81-87.

8. Strengthening Canada's Research Capacity: The Gender Dimension. The Expert Panel on Women in University Research [Electronic resource] / Council of Canadian Academies. 2014. Mode of access : http://www.scienceadvice.ca/uploads/eng/assessments%20and%20publications%20and%20news%20releases/women_university_research/wur_fullreporten.pdf.pdf.

9. Ящук Н. М. Фемінитиви в українській мові [Електронний ресурс] / Н. М. Ящук. Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all.../all.../1648> Назва з титул. екрану.

References

1. Arkhanhlska A. Neofimizatsiia novitnoi doby yak chynnyk rozbudovy ukrainskoi movy: u poshukakh vtrachenogo? : monohrafiia. Olomuts: Universytet imeni F. Palatskogo v Olomouts, 2016. P. 171-204.

2. Volovenko I. V. Dyferentsiatsia rodovoi nalezhnosti novykh imennykiv na poznachennia osib v ukrainskii literaturnii movi: avtoreferat dysertatsii ... kandydata filologichnykh nauk : 10.02.01. Kyiv, 2010. 18 s.

3. Gender dlia medii : pidruchnyk / za redaktsiieiu M. Maierchuk. Kyiv : Krytyka, 2017. 200 s.

4. Genderna paradygma osvitnogo prostoru / za zagalnoi redaktsiieiu Doroninoi T. O. Kryvyi Rig : VTs KDPU. 2016. Vypusk. 3-4. 200 s.

5. Komov O. V. Genderna dyferentsiatsia ukrainskoho movlennia (na materiali kompiuternoho dyskursu) : avtoreferat dysertatsii ... kandydata filologichnykh nauk : 10.02.01. Donetsk, 2014. 17 s.

6. Maliyha N. M. Prodrukuvannia feminatyviv yak sposib podolannia gendernoi asymetrii v movi: filologichni studii: *naukovi visnyk Kryvorizkoho natsionalnoho universytetu : zbirnyk naukovykh prats Kryvyi Rih*, 2015. Vypusk. 12. С. 162-168.

7. Maslova Iu. P. Formuvannia i tyrazhuvannia gendernykh stereotypiv u sotsiumi (na prykladi suchasnykh ukrainskomovnykh ZMI) : *Naukovi zapysky natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Seriiia : Filologichna. 2013. Vypusk. 40. 81-87.

8. Strengthening Canada's Research Capacity: The Gender Dimension. The Expert Panel on Women in University Research [Electronic resource] / Council of Canadian Academies. 2014. Mode of access : http://www.scienceadvice.ca/uploads/eng/assessments%20and%20publications%20and%20news%20releases/women_university_research/wur_fullreporten.pdf.pdf.

9. Yashchuk N. M. Feminityvy v ukrainskii movi [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all.../all.../1648>. Nazva z tytul. tkranu.

Г. О. Шевченко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Методологічні проблеми вивчення крос-медіа

Шевченко Г. О. Методологічні проблеми вивчення крос-медіа. У статті зроблено спробу окреслити роль та місце крос-медіа в комунікативному просторі інформаційного суспільства. Головна теза даного дослідження базується на вже традиційному для сучасної комунікативістики протиставленні класичних та цифрових медіа, за яким новітні інтернет-технології та техніки Web 2.0 переорієнтують «стару» одновекторну комунікацію на дружнє до користувача інтерактивне спілкування з можливістю зворотного зв'язку. Дихотомія «класичні ЗМІ – дигітальні медіа» є, у свою чергу, наочним підтвердженням наявного конфлікту між двома типами світосприйняття, філософією класичної масової комунікації та філософією нової комунікації 2.0. Крос-медіа подається у статті як комплексна стратегія поєднання технік декількох класичних та новітніх медійних платформ з метою розробки суміжних перехресних концептів. У статті показано, що крос-медійна комунікація не лише нівелює конфлікт методологічних апаратів двох типів комунікації, а являє собою приклад їхнього органічного поєднання за принципом синергії ($1+1=3$). Підкреслено значущість методології досліджень традиційних ЗМІ для повноцінного вивчення філософії крос-медіа. Запропоноване дослідження доводить, що крос-медіа є тим різновидом нових медіа, який викриває їхню не революційну, як часто вважають, а еволюційну природу.

Ключові слова: крос-медіа, нові медіа, традиційні ЗМІ, комунікація.

Шевченко А. А. Методологические проблемы исследования кросс-медиа. В статье сделана попытка очертить роль и место кросс-медиа в коммуникативном пространстве информационного общества. Главный тезис данного исследования основывается на уже традиционном для современной коммуникативистики противопоставлении классических и цифровых медиа, согласно которому новейшие интернет-технологии и техники Web 2.0 переориентируют «старую» одновекторную коммуникацию на дружественное к пользователю интерактивное общение с возможностью обратной связи. Дихотомия «классические СМИ – дигитальные медиа» является, в свою очередь, наглядным подтверждением существующего конфликта между двумя типами мировосприятия, философией классической массовой коммуникации и философией новой коммуникации 2.0. Кросс-медиа подается в статье как комплексная стратегия объединения техник нескольких классических и новейших медийных платформ с целью разработки смежных перекрестных концептов. В статье показано, что кросс-медийная коммуникация не только нивелирует конфликт методологических аппаратов двух типов коммуникации, но и является примером их органичного соединения по принципу синергии ($1+1=3$). Подчеркнута значимость методологии исследований традиционных СМИ для полноценного изучения философии кросс-медиа. Предложенное исследование доказывает, что кросс-медиа представляют собой такой вид новых медиа, который выявляет их не революционную, как часто считают, а эволюционную природу.

Ключевые слова: кросс-медиа, новые медиа, традиционные СМИ, коммуникация.

Shevchenko G. Methodological problems of crossmedia research. The paper delineates the role and place of crossmedia in the communicative space of the information society. The main thesis of this study is based on the opposition of classical and digital media, which is already traditional for modern communication theory. It means that the new Internet and Web 2.0 technologies aim to redirect the «old» single-vector communication to user-friendly interactive communication with the possibility of feedback. The dichotomy «classic media – digital media» confirms, in turn, the existing conflict between the two types of world perception, that is, the philosophy of classical mass communication and the philosophy of new communication 2.0. The paper interprets crossmedia as a comprehensive strategy for combining techniques of several classic and newest media platforms in order to develop adjacent cross-concepts. The research shows that crossmedia communication not only eliminates the conflict of the methodological apparatus of the two communicative types, but is also an example of their organic combination according to the synergy principle ($1+1=3$). The significance of the research methodology of traditional media for the full study of the philosophy of crossmedia is emphasized. This study proves that crossmedia is a type of new media that reveals their evolutionary but not revolutionary nature.

Keywords: crossmedia, new media, traditional media, communication.

Коло наукових проблем, пов'язаних з особливостями комунікації в сучасному інформаційному просторі, великою мірою ґрунтується на дихотомії «класичні засоби масової комунікації – нові (новітні) дигітальні медіа», причому головною та визначальною ознакою останніх часто вважають їхню інтерактивну природу. Соціальні мережі, блоги, громадянську журналістику, тобто опосередковану інтернет-мережею комунікацію називають історичною наступницею та ледь не головною загрозою для існування традиційних

засобів масової інформації – преси, радіо, телебачення. Інтерактивність наділяється повноваженнями перетворити «застарілу та неефективну» одновекторну модель масової комунікації на двосторонню, дружню до користувача.

Заразом виникають питання, чи є адекватними класичні медіафілософські теорії для усвідомлення та пояснення «комунікації 2.0», та яке місце займають крос-медіа у методології дослідження комунікаційних засобів, чи породжує протиставлення «старих»

та «нових» медіа необхідність створення «нової» теорії спілкування.

Спробуємо долучитися до розгляду окреслених проблем. При цьому необхідно зважати на те, що крос-медіа є передусім «прикордонною» філософією, що реалізує свій потенціал за рахунок залучення усіх видів медіа, як класичних, так і нових. Тому ми вважаємо доцільним звернутися як до методології апологетів комунікативістики (Ю. Хабермас, Р. Барт, П. Бурдьє, Ж. Бодрійяр), так і до розробок медіафілософів сьогодення (Ф. Шенхаген, В. Флюссер, В. Савчук, Б. Марков).

Однією з найголовніших причин, чому французький філософ та соціолог Ж. Бодрійяр сповістив про смерть мас-медіа, є їхня нетранзитивна, антикомунікаційна сутність. У відомій роботі «Реквієм за мас-медіа» він писав: «вони є тим, що назавжди забороняє відповідь, що унеможливує процес обміну (хіба що у формах симуляції відповіді, які і самі виявляються інтегрованими в процес передачі інформації, що, однак, нічого не змінює в односпрямованості комунікації)» [4]. Класичні газета і телебачення нехай і не давали можливості для відповіді в тому сенсі, який у це слово вкладав сам Ж. Бодрійяр, і навіть «симуляція відповіді» шляхом листів чи дзвінків до редакції часом натикалася на свої складнощі та незручності, проте класичні засоби масової комунікації володіли мистецтвом ставити питання. Нехай безпосередньо журналіст чи телеведучий не отримував відповідей від аудиторії на поставлені ним питання, але ці питання породжували наступні розумові процеси у реципієнта, заохочували його вести внутрішній монолог чи бесіду з уявним журналістом.

Сьогодні відбулися певні зрушення між полюсами журналіста та читача / глядача: на зміну ері питань прийшла ера відповідей на непоставлені питання. Професор Б. Марков так пояснює цей процес: «Людина намагається трансцендувати себе у віртуальній вічності, не для існування після смерті, а задля збереження у складних інформаційних мережах, в штучній пам'яті. Зазіхання на потенційне існування, бажання бути презентованим на екранах і в програмах, ця жага є магичною» [9, с. 489].

Було б несправедливим стверджувати, що це саме нові медіа породили селфі-епоху, адже перші паростки тотального нарцисизму філософи побачили ще за часів розквіту класичних засобів масової комунікації.

Дослідниця Т. Красикова у статті «Проблема конструювання соціальної реальності в теорії масової комунікації» так резюмує погляди П. Бурдьє: «Бурдьє зазначає, що ЗМІ, телебачення зокрема, стали засобом, який люди використовують для того, щоб стати помітнішими для суспільства, а загалом, щоб просто бути, існувати. Дослідники не уявляють собі обмеження, які накладають ЗМІ на їхні виступи, спотворюючи тим самим їхні думки. Це, в свою чергу, вже вводить суспільство / аудиторію в оману. Власне, бути зрозумілими для «героїв» телепрограм не так важливо. Скоріше, як відмічає Бурдьє, головну роль тут відіграє самозакоханість» [8].

Телебачення, на думку французького вченого, апелює до глядача знаками символічного порядку, який воно створює частково за допомогою так званих подій *отпibus*, що являють собою «факти, які нікого не шокують, за якими нічого не стоїть, які не розділяють на ворогуючі сторони та викликають загальний консенсус» [6, с. 30]. Такими подіями заповнений не лише телефір, але й простори інтернет-сайтів майорять низькопробними текстами, у кращому випадку замаскованими сенсаційними заголовками.

Поширення таких омнібус-подій є цілком зрозумілим та здається логічним у ракурсі співставлення класичних та нових медіа. «Старі медіа» не давали можливості для відповіді – «нові» виключають запитання, «старі» не давали глядачу/ читачу часу відповісти – за «нових» реципієнт і так потопає у морі інформації, тому сам собі не може виділити часу для її обмірковування. Тому комунікація все більше нагадує обмін шаблонами, картинками, цитатами, стереотипами, ідеями, які ні в кого не викликають сумніву – готовими ідеями.

Велику увагу темі інфляції змісту, інфляції комунікації приділив Ж. Бодрійяр у філософському трактаті «Симулякри та симуляція», де цілу низку прикладів нереальності того, що відбувається з нами, він завершує безапеляційним висновком: ми живемо у світі симулякрів. «Замість того, щоб створювати комунікацію, інформація виснажує свої сили в інсценуванні комунікації. Замість того, щоб виробляти зміст, вона виснажує свої сили в інсценуванні змісту. Перед нами дуже знайомий гігантський процес симуляції» [5].

Тотальне насадження комунікації породжує у суспільстві нові різновиди досвіду, новий тип взаємовідносин та світосприйняття у цілому,

зрештою, змінює людей на «суспільство істерії, сповнене висловлюваннями на кшталт змісту блогів, але душа не в них, люди просто грають у фарсі цирку, що підтримує безкінечні симуляції та де гра триває («the show must go on»)» [1, с. 296]. Саме тому сьогодні як ніколи гостро виникає необхідність інвентаризації екзистенційної будови суспільства, перегляду тих засад, на яких воно ґрунтується. Категорією, зовсім не новою, але такою, що сьогодні набула особливої актуальності та має змогу переорієнтувати занедбані цінності, є взаєморозуміння. «Комунікативний світ спирається на те, що повідомлення в ньому виявляються відправленими, сприйнятими та зрозумілими. Різноманіття диференційованих узгоджених дій, що їх потребує сучасна складна соціальна організація, залежить від того, наскільки в ній гарантовано взаєморозуміння. Г. Йонас називає це також «відповідальністю перед іншими», Е. Гідденс – «довірою». Йдеться про гарантії, які вимагає комунікативне узгодження для налаштування роботи соціальних систем» [10]. Ж. Бодрійяр для означення взаєморозуміння оперує категорією відповіді як форми відповідальності, Ю. Хабермас вводить у науковий обіг термін дискурсу [13].

Можна припустити, що усебічне занепокоєння через загрозу погіршення чи принаймні ускладнення взаємовідносин та занепад моральних цінностей росло паралельно з інформаційно-технічним прогресом. У дослідженні Я. Барінової можна знайти позначку, що ця проблема цікавила вже М. Маклюєна, «якого незаслужено звинувачують в абсолютизації технічних засобів комунікації та ігноруванні соціальної та ціннісної складової культури» [2, с. 17]. На підтвердження авторка наводить висловлювання М. Маклюєна: «Ми прагнемо знайти точку опори у власній культурі та відчуваємо потребу в прийнятті відстороненої позиції по відношенню до примусу і тиску, який чинить будь-яка технічна форма людського самовираження, ... майбутнє сучасного суспільства і стабільність його внутрішнього життя залежать у значній мірі від збереження рівноваги між потужністю технічних засобів комунікації та здатністю людини до індивідуальної реакції» (цит. за: [2, с. 17]). Тому автор закликає не бути байдужим та нести відповідальність за власні вчинки і слова. Заклики традиційних мас-медіа до громадянської відповідальності чи

апелювання до загальнолюдських цінностей зазвичай не залишають по собі відчутного сліду, адже вони адресовані усім (усім, окрім мене = нікому). Крос-медійна газета є версією персональної віртуальної газети, де читач може зареєструватись, відкрити особистий кабінет, самостійно обирати новини та цікаві особисто йому рубрики, – заклики до відповідальності у такій газеті будуть адресними та продуктивними.

Таким чином, виникає майже парадоксальна ситуація, в якій, з одного боку, людині нав'язують комунікацію як новий стиль життя, з іншого, ця ж комунікація виявляється лише фікцією, симуляцією людських стосунків. Без сумніву, це нівелює життєві цінності індивіда та може призвести до трагічних наслідків, як то відчуття непотрібності, екзистенційної бездомності, катастрофічності світу. «Проте слід розуміти, що термін «катастрофа» має «катастрофічне» значення кінця та знищення лише за лінійного виду накопичення, що тягне за собою завершеність, що нав'язує нам система. Сам термін етимологічно означає всього лише «заворот», «згорання циклу», яке призводить до того, що можна було б назвати «горизонтом подій», до горизонту змісту, за межі якого неможливо вийти: по ту сторону нема нічого, що мало б для нас значення, – однак достатньо вийти з цього ультиматуму змісту, щоб сама катастрофа вже більше не являла собою останній день розплати, в якості якої вона функціонує в нашому сучасному уявному» [5]. У такому світлі слід змістити акценти зі смерті мас-медіа та знищення соціальної комунікації на еволюційну (а не революційну) появу сучасних нових медіа, що несуть з собою нові інструменти для спілкування в оновленому соціумі.

Цей мотив перевизначення, переорієнтації суспільства, мотив катастрофи не як смерті, а як повороту, тобто нового етапу розвитку є вкрай важливим для нашої епохи. Це дає нам можливість будувати сучасне спілкування не на опозиції старе / нове (шкідливе / корисне, застаріле / прогресивне), відкидаючи здобутки минулого як віджиті, померлі, а тому непотрібні, а інтегрувати позитивний досвід минулого у нові технології, діючи за принципом не замість, а крізь (cross).

Щодо погляду на суспільство як на «арену конфліктів через використання символічних благ» погляди німецького філософа Ю. Хабермаса здаються більш гуманістичними.

У першу чергу він виділяє у суспільстві не інертні маси споживачів, а підкреслює вагомість розумової діяльності інтелектуалів. На ознаку механізму, що дозволяє реалізувати символічний капітал суспільства, Ю. Хабермас вводить поняття дискурсу, тобто здатності людей до обмірковування, рефлексії, дискусії та критичного обговорення різних аспектів соціального життя [13].

Наскільки складним і багатшаровим є термін «дискурс», настільки ж вагомою є його роль у суспільстві. Дискурс постає як засіб соціалізації, освіти та виховання, завдяки йому підвищуються компетентність та інтерсуб'єктивність. Як форма комунікації дискурс ставить людину перед необхідністю визнання іншого, чії висловлювання вимагають розуміння, інтерпретації, рефлексії, уточнення і, зрештою, прийняття чи заперечення. Дискурс вимагає формулювати власні думки від першої особи, що корелює з категоріями достовірності інформації, правдивості та відповідальності. На основі відкритості дискурс сприяє досягненню взаєморозуміння [9, с. 325–326].

«Проте, – як справедливо зазначає професор Б. Марков, – самих лише практичних переговорів, у ході яких досягаються інтерсуб'єктивні норми, що виражають інтереси кожного учасника комунікації, недостатньо. Ніби понад дискутуючих анонімних індивідів існують певні вищі масштаби. У грецькій міфології їх задавав порядок Космосу, згідно з яким було організоване суспільне і приватне життя. У середні віки гарантом вищої справедливості виступав Бог, і люди терпляче чекали на його суд, проти чого постав Достоевський. У новий час найвищою авторитетною інстанцією став розум, який легітимував право і владу. Але на що сьогодні можемо спиратися ми, коли всі ці авторитетні інстанції припинили виконувати легітимуючі функції? Звісно, на волю більшості, від імені якої і діють законодавчі та виконавчі органи демократичної держави» [9, с. 341].

Ідея демократичної побудови суспільства та державності, рівності та прозорості неминує відсилати до давньогрецьких осередків демократії: ринкової площі агори та гори Афон, де монахи-відлюдники демонструють вправність у питаннях самоврядування. За часів розквіту інтернет-спілкування «дигітальні евангелісти» сподівалися створити віртуальну агору. Сьогодні, коли переважна більшість

громадян має можливість оцінити усі переваги інформаційно-технічного прогресу, тим не менш є очевидним, що сама лишень інтерактивна мережа не приводить автоматично до покращеної та збагаченої суспільної комунікації. Окрім того, навіть маючи змогу уникати державної цензури та поширювати опозиційні думки, електронна агора, що надасть кожному мешканцю глобального села можливість висловитися, так і не створена.

Звісно, існують й інші кути зору на це питання. Свого часу, у кінці 1980-х років, Р. Барт писав про грецьку священну гору: «Афон (де я ніколи не був) поєднує різні образи: Середземне море, тераса, гора (у фантазмі багато що можна усунути – в даному випадку бруд, віру). Одним словом, Афон створює пейзаж. Я бачу себе там – на краю тераси, вдалині море, побілені стіни, в моєму розпорядженні дві кімнати і ще пара кімнат для когось із друзів – тут же, неподалік, та ще місце для можливих зборів (бібліотека). Тобто це чистий фантазм, абстрагований від усіх нюансів та складнощів, які зникають мов примари» [3, с. 50]. Досліджуючи різноманітні моделі соціальних відносин у рамках курсу «Як жити разом: романічні симуляції деяких просторів буденності», Р. Барт, ввів у науковий обіг термін «ідіоритмія».

Якщо інтегрувати цей термін у сучасні форми комунікації, виявляється, що інтернет долучає бартівський фантазм до реальності. Дослідник М. Фоглер, продовжуючи метафоричний ряд Р. Барта, використовує в своїх наукових пошуках образ загорненої у ковдру людини як алюзію до монаха зі священної гори.

«Можна сказати, що десь в інтернеті постійно існує динамічна структура, яка є переплетенням пластичних та постійно мінливих квазі-Афонів. На цих перетинах створюються всілякі ком'юніті, поєднані певною вірою (або ерессю, якщо завгодно). Інтернет – це і бібліотека (незалежно від того, що є «книжковою істиною» для кожного монаха), і неозора кількість терас. Твоє пересування в такому просторі не потребує ані бруду, ні віри, це чиста абстракція, але з реальними наслідками для індивідуального ритму. Це ідеальний чернечий простір» [12]. Передбачаючи закиди противників інтернет-ідіоритмії на рахунок замкненості такої системи та тенденцій до її виродження, автор називає цей ритм життя скоріше відродженням, що супроводжується стражданням тільки в

моменти вимушеного контакту із зовнішнім світом, а не з «Афоном».

Важко переоцінити раціональну складову такої теорії, хоча вона і провокує певні критичні та дискусійні. «Поряд з оптимістичним поглядом на динаміку форм комунікації все більшого поширення набувають тривожні побоювання, що стосуються викривлення комунікації під впливом нових медіа, спотворення змісту міжособистісних відносин та втрати соціального як такого» [11].

Німецькі медіафілософи В. Флюссер та Н. Больц також прогнозують докорінні суспільні зрушення, аж до «суспільства клавіатури», в якому людина більше не є користувачем інструментів та апаратів, а скоріше «кнопкою вмикання комутації» [15, с. 34–35]. Разом з тим Ю. Брюкман відмічає постійне зростання частки комунікації, яка націлена на машини, а не на людей, тому комп'ютер постає однією з головних причин руйнування комунікації. Витіснення прямої, персональної комунікації шляхом електронної призвела, на думку критиків, до ізоляції та самотності людини, адже саме ті, хто використовують комп'ютер часто і в усій його повноті, схильні до здичавіння та безмовності [16, с. 181]. «Позитивісти» протиставляють цьому різноманіттю можливостей для спілкування, як, наприклад, електронні листи, чати, форуми, соціальні мережі: «Я вбачаю в електронному спілкуванні потенційну силу, за допомогою якої можна розвинути щось на кшталт почуття спільності в нашому фрагментованому суспільстві» (цит. за: [19, с. 17]).

У роботі К. Бека, П. Глотца і Г. Фогельзанга «Майбутнє інтернету» знаходимо посилання на твердження експертів дельфійського дослідження, які констатують, що сьогодні ми хоча і змушені зважати на плюралізацію поведінки користувачів під час комп'ютерної комунікації, проте це зовсім не спричиняє дезінтеграцію суспільства, навпаки, можна розраховувати на те, що онлайн-медіа будуть цілеспрямовано слугувати інтеграції соціальних аутсайдерів у суспільну комунікацію [14, с. 99]. М. Петау в рамках свого історичного дослідження комунікації прийшов до співзвучного висновку, що медіатизація суспільної комунікації, яка завжди пов'язана із розчепленням безпосередніх соціальних стосунків, приводить не до дезінтеграції суспільства, а скоріше навпаки [17, с. 106].

Тепер, коли реалізовані обидві ролі, роль журналіста, який знає, що, коли і як повідомити суспільству, і роль споживача, який має не лише бажання відповісти, але й технічні можливості для цього, ми стоїмо на порозі створення якщо не віртуальної агори, то принаймні нової, якісно іншої платформи для спілкування, нової газети. Звісно, можна зауважити, що для побудови агори необов'язково створювати газету, в мережі успішно працює ціла низка освічених блогерів, професійність та авторитет яких не викликають сумніву. Але сьогодні, у часи, коли суспільство все ще переживає вищезгадану фазу «переорієнтації», газета, як і раніше, наділяється тими сакральними ознаками, які можуть згуртувати навколо себе широкий загал.

Загалом, якщо говорити про місце крос-медіа у дихотомії старі / нові медіа, наукова думка спирається на твердження, що у більшості випадків медіа змінюються не революційним, а еволюційним шляхом (К. Вейлер, К. Вульф, В. Савчук). Причому найбільш продуктивним є таке поєднання сильних сторін обох типів, де внаслідок взаємодії або конкуренції ми отримуємо ефект синергії. Доречно пригадати, що $1+1=3$ є відомою формулою крос-медіа. «Історичний розвиток медіа не можна характеризувати ані як лінійний процес, ні як низку радикальних зламів. Історично задокументовані ситуації застосування доводять замість цього медіальну інтерференцію між старими та новими медіа, які в своїй взаємодії перевищували та змінювали функції окремого медіуму» (цит. за: [7, с. 285]).

Окрім того, очевидним перебільшенням здаються дискусії щодо смерті паперових газет, спровокованої саме сучасними віртуальними виданнями, іншими словами, крос-медійними технологіями. Поява мультимедійних електронних газет, які також можна придбати у звичному друкованому вигляді, є скоріше не причиною, а й наслідком глобальних зрушень, що відбуваються не тільки на вітчизняному, а на всесвітньому медійному ринку. Крос-медіа є оптимальним компромісним кроком для класичної газети та, якщо вдатися до метафори, спробою перекинути міст між роз'єднаними сьогодні світами знехтуваного минулого та хиткого сьогодення. Пригадаємо твердження У. Шміда, який не пов'яже з підйомом інтерактивної медіакультури ані кінець масової комунікації, ні надію на більш свідому і жваву

суспільну участь у демократизації медіаспільноти, а бачить нову активну та стару споглядальну медіакультури як моду, що доповнюють один одного [18, с. 519].

Вартим дискусії нам здається тезис професора Б. Маркова: «Якими б не здавались ефективними, демократичними та інтернаціональними електронні мас-медіа, у світлі потенційних небезпек необхідно культивувати традиційну журналістику та публіцистику. По-перше, з метою розвитку активної політичної культури мислячої та здатної діяти частини населення, по-друге, для того щоб зберегти культурний простір («вимірами» якого постають: журналіст, газета, публіка), в рамках якого суспільство могло б обговорити і дійти згоди щодо стратегічних орієнтацій, а також спільними зусиллями розробити найбільш ефективні стратегії й тактики їхнього втілення на рівні повсякденності» [9, с. 474]. Важко переоцінити розумне гуманістичне навантаження висловлювання цього вченого, проте сьогодні здається раціональнішим розбудовувати

традиційну журналістику в мережі, журналістику, яка буде відрізнятися від неозорої кількості блогів та спільнот завдяки класичним принципам, на яких ґрунтується газета, як-от якість, неупередженість, відповідальність, і разом апелювати до читача категоріями зручності, мобільності, доступності, інтерактивності, можливості висловитися.

Підсумовуючи, можна сказати, що крос-медіа завдяки своїй органічно вибудованій концепції можуть зайняти своє місце на сучасному медіаринку та втілити у життя образ багато цитованої свині, що дає хутро, молоко та несе яйця. Маючи на меті взяти лише найкраще з кожного засобу комунікації, щоб перехресно перекрити їхні недоліки й обмеження та бути вигідним для усіх сторін інформаційного обміну, крос-медіа так само вивірено і злагоджено устатковують свою методологічну базу, спираючись на перевірену часом авторитетну філософію класичних медіа та прогресивне спрямування цифрових технологій.

Література

1. Антология медиафилософии / редактор-составитель В. В. Савчук. – СПб. : РХГА, 2013. – 339 с.
2. Барина Я. Д. Новые грани человеческого бытия в эпоху новых медиа: социально-философский анализ // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2017. – Вип. 15. – С. 16–18.
3. Барт Р. Как жить вместе: романтические симуляции некоторых пространств повседневности. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2016. – 272 с.
4. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – М. : Ин-т экспериментальной социологии, 1999. – С. 193–226.
5. Бодрийяр Ж. Симулякры и разрушение смысла в средствах массовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://monocler.ru/zhan-bodriyyar-simulyakryi-i-razrushenie-smyisla-v-sredstvah-massovoy-informatsii/> (останній перегляд 01.12.2018). – Заголовок з екрана.
6. Бурдьє П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой ; отв. ред., предисл. Н. Шматко. – М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-т экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.
7. Вульф К. Средства коммуникации // Антология медиафилософии / Редактор-составитель В. В. Савчук. – СПб. : РХГА, 2013. – С. 284–288.
8. Красикова Т. Проблема конструирования социальной реальности в теории массовой коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://discourseanalysis.org/ada8/st58.shtml> (останній перегляд 01.12.2018). – Заголовок з екрана.
9. Марков Б. В. Мораль и разум. Послесловие // Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб. : Наука, 2001. – С. 287–377.
10. Назарчук А. В. Идея коммуникации и новые философские понятия XX века // Вопросы философии. – 2011. – № 5. – С. 157–165.
11. Печенина О. В. Особенности коммуникации в эпоху новых информационных технологий // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2017. – № 1 (15). – С. 35–46.
12. Фоглер Н. Идиорритмия XXI века или виртуальный Афон: приближаясь к бартовскому фантазму [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://syg.ma/@vogler/idiorritmiia-xxi-vieka-ili-virtualnyi-afon-priblizhaias-k-bartovskomu-fantazmu> (останній перегляд 01.12.2018). – Заголовок з екрана.

13. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Юрген Хабермас. – СПб.: Наука, 2001. – 379 с.
14. Beck K., Glotz P., Vogelsan G. Die Zukunft des Internet: internationale Delphi-Befragung zur Entwicklung der Online-Kommunikation. – Konstanz: UVK, 2000. – 205 p.
15. Bolz N. Mensch-Maschine-Synergetik unter neuen Medienbedingungen // Symptome: Zeitschrift für epistemologische Baustellen, 1993. – 8 Jg., Heft 11. – S. 34–37.
16. Brückmann J. Datenetze // Bollmann S. (Hrsg.). Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. – Mannheim, 1995. – S. 166–188.
17. Paetau M. Sozialität in virtuellen Räumen? // Becker B., Paetau M. (Hrsg.). Virtualisierung des Sozialen: die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. – Frankfurt a. M. / New York, 1997. – S. 103–134.
18. Schmid U. Kabelfernsehen – Bildschirmtext – Internet: Auf dem Weg zur „Media Activa“? // Wilke J. (Hrsg.). Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz [Berichtsband der Jahrestagung der DGPK vom 20. bis 22. Mai 1998 in Mainz], 1999. – S. 518–530.
19. Schönhagen Ph. Soziale Kommunikation im Internet: Zur Theorie und Problematik computervermittelter Kommunikation vor dem Hintergrund der Kommunikationsgeschichte. – Bern u.a.: Peter Lang, 2004. – 350 S.

References

1. Antologiya mediafilisofii / Redaktor-sostavitel V. V. Savchuk. – SPb.: Izdatelstvo RHGA, 2013. – 339 s.
2. Barinova Ya. D. Novie grani chelovecheskogo bytiya v epohu novyh media: sotsialno-filosofskiy analiz / Aktualni problemy filosofiyi ta sotsiologiyi. Vyp. 15. – S. 16 – 19.
3. Bart R. Kak zhyt vmeste: romanicheskiye simulyatsii nekotoryh prostranstv povsednevnosti. – M.: Ad Marginem Press, 2016. – 272 s.
4. Bodriyyar Zh. Rekviyem po mass-media // Poetika I politika. Almanah Rossiysko-frantsusskogo tsentra sotsiologii i filosofii Instituta sotsiologii Rossiyskoy Akademii nauk. – M.: Institut eksperimentalnoy sotsiologii, 1999. – S. 193 – 226. [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://sociologos.net/textes/baudrillard.htm> (ostanniy pereglyad 01.12.2018). – Zagolovok z ekranu.
5. Bodriyyar Zh. Simulyakry i razrusheniye smysla v sredstvakh massovoy informatsii [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu: <https://monocler.ru/zhan-bodriyyar-simulyakryi-i-razrusheniye-smysla-v-sredstvakh-massovoy-informatsii/> (ostanniy pereglyad 01.12.2018). – Zagolovok z ekranu.
6. Burdye P. O televidenii i zhurnalistike / Per. S fr. T. Anisimovoy, Yu. Markovoy; Otv. red., predisl. N. Shmatko. – M.: Fond nauchnyh issledovaniy «Pragmatika kultury», Institut eksperimentalnoy sotsiologii, 2002. – 160 s.
7. Vulf K. Sredstva kommunikatsii // Antologiya mediafilisofii / Redaktor-sostavitel V. V. Savchuk. – SPb.: Izdatelstvo RHGA, 2013. – S. 284 – 288.
8. Krasikova T. Problema konstruirovaniya sotsialnoy realnosti v teorii massovoy kommunikatsii [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://discourseanalysis.org/ada8/st58.shtml> (ostanniy pereglyad 01.12.2018). – Zagolovok z ekranu.
9. Markov B. V. Moral i razum // Yurgen Habermas. Moralnoye soznaniye i kommunikativnoye deystviye. – Sankt-Peterbugr: Nauka, 2001. – 379 s.
10. Nazarchuk A. V. Ideya kommunikatsii i novyye filosofskiy ponyatiya XX veka // Voprosy filosofii. – 2011. – № 5. – S. 157 – 165 [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=324 (ostanniy pereglyad 01.12.2018). – Zagolovok z ekranu.
11. Pechenina O. V. Osobennosti kommunikatsii v epohu novyh informatsionnyh tehnologiy // Filosofiya i gumanitarnyye nauki v informatsionnom obshchestve. – 2017. – № 1 (15). – S. 35 – 46.
12. Fogler N. Idiorritmiya XXI veka ili virtualnyy Afon: priblizhayas k bartovskomu fantazmu [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu: <https://syg.ma/@vogler/idorritmiya-xxi-vieka-ili-virtualnyi-afon-priblizhaias-k-bartovskomu-fantazmu> (ostanniy pereglyad 01.12.2018). – Zagolovok z ekranu.
13. Habermas Ju. Moralnoye soznaniye i kommunikativnoye deystviye / Yurgen Habermas. – Sankt-Peterbugr: Nauka, 2001. – 379 s.
14. Beck, Klaus/Glotz, Peter/Vogelsang, Gregor (2000): Die Zukunft des Internet: internationale Delphi-Befragung zur Entwicklung der Online-Kommunikation. Konstanz.

15. Bolz, Norbert (1993): Mensch-Maschine-Synergetik unter neuen Medienbedingungen. In: Symptome: Zeitschrift für epistemologische Baustellen, 8. Jg., Heft 11, S. 34–37.
16. Brückmann, Jürgen W. (1995): Datennetze. In: Bollmann, Stefan (Hrsg.): Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Mannheim, S. 166–188.
17. Paetau, Michael (1997): Sozialität in virtuellen Räumen? In: Becker, Barbara/ Paetau, Michael (Hrsg.): Virtualisierung des Sozialen: die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt a. M./New York, S. 103–134.
18. Schmid, Ulrich (1999): Kabelfernsehen – Bildschirmtext – Internet: Auf dem Weg zur „Media Activa“? In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz. [Berichtsband der Jahrestagung der DGPK vom 20. bis 22. Mai 1998 in Mainz], S. 518–530.
19. Schönhagen Ph. Soziale Kommunikation im Internet: Zur Theorie und Problematik computervermittelter Kommunikation vor dem Hintergrund der Kommunikationsgeschichte. – Bern u.a.: Peter Lang, 2004. – 350 s.

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, СТРУКТУРИ ТА СТИЛІСТИКИ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

УДК: 82.09(73)

Е. А. Гусева

Днепровский национальный университет имени Олеса Гончара

Антивоенная публицистика Эрнеста Хемингуэя

Гусева О. О. Антивоенна публіцистика Ернеста Хемінгуея. Журналістська діяльність Ернеста Хемінгуея, в тому числі його публіцистика, не часто викликала інтерес дослідників, але саме з журналістики почався його шлях до великої літератури. У творах письменника відбився і насичений подіями час, і особистість його самого як їх свідка і учасника. Все це знайшло відображення в антивоенній публіцистиці Хемінгуея 20–30-х років. Талановитий публіцист зміг побачити глибинну сутність фашизму як ознаки виродження значної частини людського суспільства. Найбільш яскраво позиція письменника проявилася в його документалістиці, присвяченій громадянській війні в Іспанії (1936–1938), яку, звичайно, виграли б республіканці, якби не підтримка гітлерівської Німеччини. Тут Хемінгуей йде від приватного до глобального і показує побутові замальовки війни, розкриваючи нищість, злочинність, підлість фашизму. Письменник застерігав людство від майбутніх потенційних воєн, виявляючи та викриваючи їх злочинну природу.

Ключові слова: *Хемінгуей, публіцистика, документалізм, громадянська війна, фашизм.*

Гусева Е. А. Антивоенная публицистика Эрнеста Хемингуэя. Журналистская деятельность Хемингуэя, в том числе его публицистика, не часто вызывала интерес исследователей, но именно с журналистики начался его путь в большую литературу. В произведениях писателя отразилось и насыщенное событиями время, и личность его самого как их свидетеля и участника. Все это нашло отражение в антивоенной публицистике Хемингуэя 20–30-х годов. Талантливый публицист смог увидеть глубинную сущность фашизма как признаки вырождения значительной части человеческого общества. Наиболее ярко позиция писателя проявилась в его документалистике, посвященной гражданской войне в Испании (1936–1938), которую, конечно, выиграли бы республиканцы, если бы не поддержка гитлеровской Германии. Здесь Хемингуэй идет от частного к глобальному и показывает бытовые зарисовки войны, раскрывая низость, преступность, подлость фашизма. Писатель предостерегал человечество от будущих потенциальных войн, проявляя и обличая их преступную природу.

Ключевые слова: *Хемингуэй, публицистика, документализм, гражданская война, фашизм.*

Husieva O. Ernest Hemingway's antiwar journalism. Hemingway's journalistic works, including his publicism, often did not arouse much interest. But Hemingway began his path to great literature namely from journalism. The eventful time and his identity as the witness and participant are reflected in the works of the writer. All these are reflected in Hemingway's antiwar journalism of the 1920s and 1930s, in which the writer explores the nature of fascism. A talented publicist, an eminent writer, a great citizen and to some extent a seer, he was able to see the deep essence of fascism as a sign of the degeneration of a significant part of human society. The position of the writer was most clearly manifested in his documentary on the Spanish Civil War (1936–1938), which, of course, the Republicans would have won if it had not been for the support of Hitler's Germany that had gained strength. Here, Hemingway does not delve into the "big politics", trying to explain to the reader the essence of what is happening. Freely or not, he goes from the particular to the global and shows the everyday sketches of war, revealing the meanness, crime and infamy of fascism. As E. Hemingway's journalistic work shows, he was not just a journalist, he was a serious and deep analyst. In particular, the writer warned humanity of future potential wars, revealing and exposing their criminal nature.

Keywords: *journalism, civil war, Hemingway, documentary, fascism.*

Творчество любого настоящего писателя, обладающего глубоким и объективным взглядом на мир, всегда привлекает внимание и читателей, и критиков, и исследователей литературы; интерес к нему может затухать и возникать вновь, но никогда не исчезать. К таким авторам относится Эрнест Хемингуэй, чьё многогранное творчество и сегодня не утратило актуальности, хотя и не так популярно, как в прошлом столетии. Оно достаточно изучено, однако в основном исследована художественная проза писателя [см., напр.: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 22]. А журналистская деятельность

Хемингуэя, в том числе его публицистика, не часто вызывала интерес, хотя всё же появлялись работы, посвящённые и этой теме [см., напр.: 16, 18, 23, 32]. Ведь именно с журналистики начался путь Хемингуэя в большую литературу. Целью нашей статьи является антивоенная публицистика 20–30-х годов XX века.

Надо сказать, что и большинство художественных произведений писателя имеет документальную основу; биография Хемингуэя была полна различных событий, «ведь он жил жизнью своего века, своей эпохи. В качестве военного корреспондента он побывал на пяти

войнах, в трёх из них участвовал добровольно» [10]. В «Празднике, который всегда с тобой» (1964) Хемингуэй, вспоминая начало своей писательской деятельности, заметил: «...я решил, что напишу по рассказу обо всём, что знаю. Я старался придерживаться этого правила всегда, когда писал...» [25:402–403]. Поэтому во многих героях и событиях его произведений проявляется образ их автора и пережитое им. В этой связи отметим, что для Хемингуэя образцом истинного писателя был Лев Толстой, артиллерийский офицер, «который сражался в Севастополе и отлично знал своё дело, был настоящим мужчиной, будь то в постели, за бутылкой или <...> когда он сидел за столом и думал» [19:619]. Полагаем, что таким же настоящим мужчиной был и сам Хемингуэй, в произведениях которого отразилось и его насыщенное событиями время, и личность его самого как их свидетеля и участника. Всё это нашло отражение в военной публицистике писателя 20–30-х годов.

На наш взгляд, наиболее ярко позиция писателя проявилась в его документалистике, посвящённой гражданской войне в Испании (1936–1938). «Это были для Хемингуэя годы большого душевного подъёма, который закреплён в его очерках “Американский боец”, “Мадридские шофёры”, и в сценарии “Испанская земля”, и в пьесе “Пятая колонна”, и в яркой речи на Втором Конгрессе американских писателей, в которой он сказал, что фашизм – это ложь, изрекаемая бандитами, и писатель, примирившийся с фашизмом, обречён на бесплодие» [12: 27]. Но также это была не «бесмысленная бойня, о которой он писал в первых романах, а схватка с фашизмом, который он ненавидел по-настоящему. Схватка за жизнь, которую пришла пора защищать» [10]. Однако заметим, что первые статьи Хемингуэя о фашизме были написаны ещё в начале 20-х годов, когда он зародился в Италии, и стали своего рода предупреждением человечеству. Как заметил Я. Засурский, собственно, «с появлением самого слова “фашизм”, с выходом на арену фашиста Муссолини Хемингуэй выступил против фашистской угрозы и был верен своим антифашистским идеалам всю жизнь» [9]. Но фашизм – это война. И прежде всего Хемингуэй попытался понять её природу. Он быстро понял, что за политиками «стоят магнаты, наживающиеся на вооружении» [23]. Ничто не ново в этом мире, всё повторяется. Не так давно закончилась Первая мировая война,

но вскоре замаячили печальные перспективы новой, что не могло не беспокоить писателя, который не понаслышке знал об этом величайшем зле.

Отметим, однако, что задолго до войны в Испании писатель постиг природу фашизма, и прежде всего он разоблачил его вождей. Скажем, в очерке «Фашистский диктатор» (1923, *Toronto Daily Star*) Хемингуэй так изображает дуче: «...Муссолини – величайший шарлатан Европы. <...> Приглядитесь к его биографии. Вдумайтесь в компромисс между капиталом и трудом, каким является фашизм...» [26:38]. Однако он отдаёт должное Муссолини, отмечая, что тот «не дурак и хороший организатор. Но очень опасно организовывать патриотизм нации, если сам ты неискренен...» [26:39]. А ещё писатель очень трезво оценивает личностные качества «вождя». Скажем, Гитлер – «бывший ефрейтор, и в этой войне он не будет воевать, а будет только произносить речи. Ему самому нечего терять. Зато он может получить всё» [27:65]. Почему, почему последующие лидеры государств не читали Хемингуэя? На что-то надеялись? Или это просто проявление душевной лени, и они не знают такого автора?

Хемингуэй в своей публицистике того периода «препарирует» природу фашизма и приходит к верным, на наш взгляд, выводам. Скажем, в цикле «Крылья над Африкой» (1936, *Esquire*) он пишет: «Иногда государства с демократическим образом правления объединяются, чтобы помешать какому-либо диктатору осуществить свои империалистические замыслы (особенно если их собственные империалистические владения достаточно прочно защищены). Но стоит такому диктатору завопить о большевистской угрозе как неизбежном следствии его поражения – и сочувствие на его стороне» [28:91]. Так, в своё время были поддержаны и Муссолини, и Гитлер, и Франко. К тому же Хемингуэй быстро понял, что во время диктатуры «опасно иметь хорошую память. Нужно приучить себя жить “великими свершениями” текущего дня. Пока диктатор контролирует прессу, всегда найдутся очередные “великие свершения”, которыми и следует жить» [28:92]. Писатель также отметил, что диктатура обычно удерживается силой, но требует и медиаподдержки: «Удачливый диктатор пускает в ход дубинки и совершает триумфальное шествие по страницам газет. Неудачливый диктатор начинает всего бояться,

расстреливает своих же людей, и, как только армия или полиция перестанут его поддерживать, ему конец. Если он уж очень усердствует с расстрелами, то нередко получает пулю в лоб ещё до того, как рухнет его режим» [28:93]. Что и говорить, Хемингуэй глубоко проник в природу диктатур.

Вернёмся, однако, в Испанию конца 30-х годов, где разразилась гражданская война, которую, конечно, выиграли бы республиканцы, если бы не поддержка набравшей силу гитлеровской Германии. Здесь Хемингуэй не углубляется в «большую политику», пытаясь разъяснить читателю суть происходящего. Вольно или не вольно, он идёт от частного к глобальному и показывает бытовые зарисовки войны, от которых у совестливого и неравнодушного читателя должно было перехватывать дыхание: «Весь день приходится стоять в очереди за продуктами к обеду. Иногда продукты кончаются, прежде чем дойдёшь до дверей магазина. Иногда снаряд падает близ очереди, дома ждут и ждут, но никто не возвращается и не приносит еду к обеду» [30:130]. И это – всего лишь эпизод, к которому быстро привыкают те, кто находится «внутри». А кто «снаружи»? Читаем: «В подвалах <...> разрушенных зданий засели неприятельские солдаты. <...> Они не трусливы – иначе они не удержались бы в таком безнадёжном положении. Но они профессиональные солдаты, сражающиеся с вооружённым народом. Они сражаются, чтобы навязать народу против его воли волю военщины, и народ ненавидит их, ибо <...> не будь постоянной помощи Италии и Германии, мятеж в Испании окончился бы через шесть недель, после того как он вспыхнул» [30:129–130].

Хемингуэй также отмечает растущую активность и стремление к сопротивлению здоровых сил: «Приток в армию растёт после каждой бомбардировки. Бессмысленные убийства возмущают народ. Люди всех профессий, всех специальностей записываются в республиканскую армию [30:131]. И, надо заметить, это естественное желание людей отстоять свою землю от нависшей опасности. Кто же они? Да, в общем-то, обычные люди – матадоры, футболисты, гимнасты... «Почему же они остаются? Они остаются потому, что это их город, тут их дома, их работа, тут идёт их борьба, борьба за право жить по-человечески <...> Ребяташки подбирают осколки снарядов <...> И следующий снаряд

попадает в них» [30:131]. Ну да, дети – всегда дети, и им интересны и боеприпасы, и их осколки (вспомним, сколько детей в своё время подорвалось на не взорвавшихся снарядах и минах и подрываются сейчас). И не простит тех, кто «разбросал» эти боеприпасы.

Можно было бы написать банальность: удивительно, как писатель глубоко проник в суть происходящего. Но в том-то и дело, что ничего удивительного в этом нет: Хемингуэй, талантливый публицист, выдающийся писатель, великий гражданин и в какой-то мере провидец, смог увидеть глубинную сущность фашизма как признака вырождения значительной части человеческого общества. К сожалению, а может быть, к счастью, он не застал возрождения этой «чумы XX века» в веке XXI. Однако её «анамнез» и «эпикриз» он расписал достаточно подробно. В частности, в цикле «Писатель и война» (1937), говоря о близком ему писательском творчестве, Хемингуэй отметил: «Есть только одна политическая система, которая не может дать хороших писателей, и система эта – фашизм. Потому что фашизм – это ложь, изрекаемая бандитами. Писатель, который не хочет лгать, не может жить и работать при фашизме.

Фашизм – ложь, и потому обречён на литературное бесплодие» [29:101].

Но не только творчество в условиях фашистской диктатуры занимает Хемингуэя. Война – вот главное и уродливое порождение этого строя. Он не сразу это понял, но, приняв участие в Первой мировой войне, разочаровавшись в собственных юношеских идеалах, напишет: «Фашистские государства верят в тотальную войну. Этот попросту значит, что, всякий раз как их бьют вооружённые силы, они вымещают своё поражение на мирных жителях. <...> И всякий раз после поражения на фронте они спасают то, что почему-то зовут своей честью, убивая гражданское население» [29:102]. Как видим, писатель вскрывает низость, преступность, подлость фашизма. Далее он пишет: «Нам нужно ясное понимание преступности фашизма и того, как с ним бороться. Мы должны понять, что эти убийства – всего лишь жесты бандита, опасного бандита – фашизма. А усмирить бандита можно лишь одним способом – крепко побив его» [29:102]. Как показала история, именно это и происходило в 1943–1945 годы.

Как показывает публицистическое творчество Э. Хемингуэя, он был не просто журналистом, он был серьёзным и глубоким

аналитиком. В частности, писатель предостерегал человечество от будущих потенциальных войн, вскрывая и разоблачая их преступную природу. Скажем, в «Заметках о будущей войне» (1935, *Esquire*) он пишет: «Первое лекарство от всех бед для нации, заведенной правительством в тупик, – инфляция, второе – война. Оба приносят временное процветание, оба ведут к полному краху. Оба являются лазейкой для политических и экономических оппортунистов» [27:61]. Как видим, написанное в далёком 1935 году является общим местом для возникновения всех последующих войн. И если бы политики изучали творчество американского писателя, они бы знали, что каждый их шаг предсказуем и банален.

«Заметки о будущей войне» – это и своеобразный «сценарий», и предостережение людей: «...пропаганда <...>, жадность и желание оздоровить больной организм государства обязательно сделают своё дело. С каждым шагом, направленным в настоящее время на то, чтобы передать всю полноту власти исполнительным органам и тем самым лишит народ права решать все вопросы через своих избранных представителей, мы неумолимо приближаемся к войне» [27:60]. Причём война в XX веке, с изобретением всё новых методов истребления, обрела совершенно новый характер. Э. Хемингуэй, разграничивая былую «смерть за Родину» с гибелью в современном ему бою, возможно, с некоторым цинизмом (а в данном случае это высшая степень искренности), отмечает: «В старое доброе время писали, как славно и прекрасно умереть за отечество. Но смерть на современной войне отнюдь не славная и не прекрасная. Ты умрёшь, как собака, ни за что. <...> До войны ты думаешь, что умрёшь не ты. Но и ты умрёшь, братец, если повоюешь подольше» [27:64]. А затем Хемингуэй как будто невозмутимо пишет о мучениях, предшествующих смерти. Здесь и ранение в лицо, в живот, в грудь, и оторванные конечности, и страшные ожоги, «...словом, у тебя будет возможность разлететься на куски десятками самых разнообразных способов, – и надо сказать, что ничего славного и прекрасного при этом не испытаешь» [27:64]. Однако писатель признаёт: «Ещё никогда перечень всех ужасов никого не удержал от войны» [27:64]. Но как донести это до людей,

которые в принципе не хотят воевать и которые должны знать, что «...до тех пор, пока государством управляет один человек, правде там нет места» [27:63]? По Хемингуэю, «это разоблачать грязные махинации, которые приводят к ней, и тех преступников, и негодяев, что возлагают на неё свои надежды, разоблачать <...> так, чтобы каждый честный человек потерял к ней всякое доверие <...> и отказался бы участвовать в ней» [27:64].

Хемингуэй понимал, что народу (в любой стране) война не нужна, тем более что в то время жива ещё была память о Первой мировой. Но тем не менее гражданская война в Испании для защитников республики стала периодом «большого душевного подъёма, который закреплён в его очерках “Американский боец”, “Мадридские шофёры”, и в сценарии “Испанская земля”, и в пьесе “Пятая колонна”, и в яркой речи на Втором Конгрессе американских писателей, в которой он сказал, что фашизм – это ложь, изрекаемая бандитами, и писатель, примирившийся с фашизмом, обречён на бесплодие» [12:27].

И здесь надо подумать, почему Хемингуэй, отдавший в своём творчестве должное и журналистике, и литературе, признаёт ответственным за происходящее именно писателя, а не журналиста. Действительно, почему он написал статью «Писатель и война»? Почему не «Журналист и война»? Ведь журналист имеет больше возможностей оперативного выхода к своему реципиенту, чем писатель. Можно предположить, что в какой-то мере писатель более независим от «контекста обстановки», чем журналист, поскольку последний, прельстившись возможными благами, которые могут снизойти на него вследствие его «толерантности», готов служить своему «господину». Не зря ведь журналистику как бы в шутку называют второй древнейшей профессией.

Что ж, как известно, история движется по спирали, но не повторяется, а, как правило, превращается в фарс. Это банальная истина. И она была бы забавной, если бы не являла собой трагическую картину современности. Однако к финалу мы припасли своеобразный и соблазнительный «чупа-чупс». Как выяснилось, творчество Эрнеста Хемингуэя ещё далеко не изучено. И его публицистическое наследие таит в себе множество неизведанных смыслов, которые ещё ждут своих исследователей.

Литература

1. Абросимова В. Н. Жанровое своеобразие книги Э. Хемингуэя «В наше время». – Дисс. ... к. филол. н. – М., 1984.
2. Агамалыева С. М. Вопросы исследования и пропагандирования жизни и творчества Эрнеста Хемингуэя / С. М. Агамалыева // Филологические науки в России и за рубежом: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). / Под общ. ред. Г. Д. Ахметовой. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 10–12.
3. Анцыферова О. Ю. Соотношение художественного и документального в книге Эрнеста Хемингуэя «Праздник, который всегда с тобой» / О. Ю. Анцыферова // Филология и культура. *Philologi and Culture*. – 2013. – № 3(37). – С. 75–79.
4. Балонина М. Г. Проблема героя в позднем творчестве Э. Хемингуэя (40–50-е гг.). – Дисс. ... к. филол. н. – Н. Новгород, 2002.
5. Балонина М. Г. Проблема хронотопа в творчестве Э. Хемингуэя 40–50-х годов [Электронный ресурс] / М. Г. Балонина. 10.07.2012. – Режим доступа: http://superinf.ru/view_helpstud.php?id=4266
6. Грибанов Б. Т. Эрнест Хемингуэй / Б. Т. Грибанов. – М.: Молодая гвардия, 1971. – 448 с. – (ЖЗЛ).
7. Грибанов Б. Эрнест Хемингуэй: герой и время / Б. Грибанов. – М.: Худож. лит., 1980. – 253 [3] с.
8. Евдокимов А. В. Две версии прочтения творчества Э. Хемингуэя в литературной критике Андрея Платонова [Электронный ресурс] / Александр Викторович Евдокимов. – Режим доступа: <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-3.4>
9. Засурский Я. Хемингуэй и журналистика [Электронный ресурс] / Я. Засурский. – Режим доступа: <http://psujourn.narod.ru/lib/zasursky.htm>
10. Знак О. Н. Автобиографический аспект творчества Э. Хемингуэя (Война в жизни и творчестве Хемингуэя) [Электронный ресурс] / О. Н. Знак // Актуальные проблемы современной американистики (культурологический аспект): материалы III международной научной конференции, Минск, 27–28 февраля 2007 г. – Режим доступа: <http://hemingway-lib.ru/analiz-proizvedenii/znak-avtobiograficheskii-aspekt-tvorchestva-e-khemingueya-voina-v-zhizni-i-tvorchestve-khemingueya.html>
11. Ильиницкая О. П. Хемингуэй и его герой Ник Адамс в поисках «точек опоры» / О. П. Ильиницкая, М. Н. Журенко // Наукові записки ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2014. – Вип. 3 (79), частина друга. – С. 143–156.
12. Кашкин И. А. Перечитывая Хемингуэя / Иван Александрович Кашкин // Кашкин И. А. Для читателя-современника. – М.: Сов. писатель, 1968. – С. 17–49.
13. Лидский Ю. Я. Творчество Э. Хемингуэя / Ю. Я. Лидский. – Киев: Наукова думка, 1978. – 408 с.
14. Махлин В. Л. Формы времени и события в творчестве Э. Хемингуэя. – Дисс. ... канд. филол. наук. – М., 1985.
15. Махлин В. Л. О культурно-историческом контексте творчества Хемингуэя [Электронный ресурс] / В. Л. Махлин. – 11 мая 2018. – Режим доступа: <http://md-eksperiment.org/post/20180511-o-kulturno-istoricheskom-kontekste-tvorchestva-hemingueya>
16. Мелентьева Е. Язык публицистики Эрнеста Хемингуэя. – Дисс. ... канд. филол. наук. Машинопись. – Одесса, 1981.
17. Несмелова О. О. Эволюция «русского» восприятия творчества Э. Хемингуэя / О. О. Несмелова // Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы: Международная научная конференция, посвященная 200-летию Казанского университета (Казань, 4–6 октября 2004 г.): Труды и материалы: / Под общ. ред. К. Р. Галиуллина. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2004. – С. 347–348.
18. Погостин В. М. Хемингуэй-журналист [Электронный ресурс] / В. М. Погостин. – Режим доступа: <http://hemingway-lib.ru/analiz-proizvedenii/pogostin-hemingway-zhurnalists.html>
19. Росс Л. Портрет Хемингуэя / Лириан Росс // Эрнест Хемингуэй. Избранное. – Кишинёв: Картя Молдовеняскэ, 1972. – С. 609–634.
20. Семенюк О. В. Гуманізм антивоєнної новелістики Е. Хемінгуея (на матеріалі романів «Прощай, зброє» та «І сонце сходить») / О. В. Семенюк // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2006. – № 28. – С. 196–198.

21. Семенюк О. В. Концепція людини у творчості Ернеста Хемінгуея // Сучасні наукові дослідження / О. В. Семенюк // Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 20–28 лют. 2006 р. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2006. – Т. 36. – С. 43–45.
22. Семенюк О. В. Людина – центральний об'єкт дослідження у творчій лабораторії Е. Хемінгуея // Современные направления теоретических и прикладных исследований: Материалы междунар. науч.-практ. конф. – Одесса: Черноморье, 2006. – Т. 8. – С. 44–46.
23. Финкельштейн И. Л. Вторая профессия Эрнеста Хемингуэя (журналистика и публицистика) [Электронный ресурс] / И. Л. Финкельштейн // Вопросы литературы. – 1968. – № 12. – Режим доступа: <http://hemingway-lib.ru/analiz-proizvedenii/finkelshteyn-vtoraya-professiya-ernesta-khemingueya-zhurnalistsika-i-publicistika.html>
24. Хемингуэй Э. Итальянские фашисты [Электронный ресурс] / Эрнест Хемингуэй. – Режим доступа: <http://hemingway-lib.ru/ocherki-i-feletoni/italyanskie-fashisti-1.html>
25. Хемингуэй Э. Праздник, который всегда с тобой / Эрнест Хемингуэй. Собр. соч.: в 4 т. Т. 4. – М.: Худож. литература, 1968. – С. 393–525.
26. Хемингуэй Э. Фашистский диктатор / Э. Хемингуэй // Старый газетчик пишет...: Худож. публицистика: Пер. с англ. / Предисл. и коммент. Б. Грибанова. – М.: Прогресс, 1983. – С. 38–39.
27. Хемингуэй Э. Заметки о будущей войне / Э. Хемингуэй // Старый газетчик пишет...: Худож. публицистика: Пер. с англ. / Предисл. и коммент. Б. Грибанова. – М.: Прогресс, 1983. – С. 60–66.
28. Хемингуэй Э. Крылья над Африкой / Э. Хемингуэй // Старый газетчик пишет...: Худож. публицистика: Пер. с англ. / Предисл. и коммент. Б. Грибанова. – М.: Прогресс, 1983. – С. 88–93.
29. Хемингуэй Э. Писатель и война / Э. Хемингуэй // Старый газетчик пишет...: Худож. публицистика: Пер. с англ. / Предисл. и коммент. Б. Грибанова. – М.: Прогресс, 1983. – С. 101–103.
30. Хемингуэй Э. Испанская земля / Э. Хемингуэй // Старый газетчик пишет...: Худож. публицистика: Пер. с англ. / Предисл. и коммент. Б. Грибанова. – М.: Прогресс, 1983. – С. 127–134.
31. Хотчнер А. Э. Папа Хемингуэй / А. Э. Хотчнер. – М.: Текст, 2002. – 349 с.
32. Черецкий В. Испанский след Хемингуэя [Электронный ресурс] / Виктор Черецкий. 20 июля 2009. – Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/1779443.html>

References

1. Abrosimova V. N. Zhanrovoe svoebrazie knigi E. Hemingueya «V nashe vremya». – Diss. ... k. filol. n. – М., 1984.
2. Agamalyieva S. M. Voprosyi issledovaniya i propagandirovaniya zhizni i tvorchestva Ernesta Hemingueya / S. M. Agamalyieva // Filologicheskie nauki v Rossii i za rubezhom: materialyi mezhdunar. zaoch. nauch. konf. (g. Sankt-Peterburg, fevral 2012 g.). / Pod obsch. red. G. D. Ahmetovoy. – SPb. : Renome, 2012. – S. 10–12.
3. Antsyferova O. Yu. Sootnoshenie hudozhestvennogo i dokumentalnogo v knige Ernesta Hemingueya «Prazdnik, kotoryiy vseгда s tobom» / O. Yu. Antsyferova // Filologiya i kultura. Philologi and Culture. – 2013. – № 3(37). – S. 75–79.
4. Balonova M. G. Problema geroya v pozdnem tvorchestve E. Hemingueya (40–50-e gg.). – Diss. ... k. filol. n. – N. Novgorod, 2002.
5. Balonova M. G. Problema hronotopa v tvorchestve E. Hemingueya 40–50-h godov [Elektronnyiy resurs] / M. G. Balonova. 10.07.2012. – Rezhim dostupa: http://superinf.ru/view_helpstud.php?id=4266.
6. Gribanov B. T. Ernest Heminguey / B. T. Gribanov. – М. : Molodaya gvardiya, 1971. – 448 s. – (ZhZL).
7. Gribanov B. Ernest Heminguey: geroy i vremya / B. Gribanov. – М. : Hudozh. lit., 1980. – 253 [3] s.
8. Evdokimov A. V. Dve versii prochteniya tvorchestva E. Hemingueya v literaturnoy kritike Andreyana Platonova [Elektronnyiy resurs] / Aleksandr Viktorovich Evdokimov. – Rezhim dostupa: <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-3.4>.
9. Zasurskiy Ya. Heminguey i zhurnalistsika [Elektronnyiy resurs] / Ya. Zasurskiy. – Rezhim dostupa: <http://psujourn.narod.ru/lib/zasursky.htm>.
10. Znak O. N. Avtobiograficheskiy aspekt tvorchestva E. Hemingueya (Voyna v zhizni i tvorchestve Hemingueya) [Elektronnyiy resurs] / O. N. Znak // Aktualnyie problemyi sovremennoy amerikanistiki (kulturologicheskiy aspekt): materialyi III mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii, Minsk, 27–28 fevralya 2007 g. – Rezhim dostupa: <http://hemingway-lib.ru/analiz-proizvedenii/znak-avtobiograficheskii-aspekt-tvorchestva-e-khemingueya-voyna-v-zhizni-i-tvorchestve-khemingueya.html>.

11. Ilinitskaya O. P. Heminguey i ego geroy Nik Adams v poiskah «tochek oporyi» / O. P. Ilinitskaya, M. N. Zhurenko // *NaukovI zapiski HNPU im. G. S. Skovorodi.* – 2014. – Vip. 3 (79), chastina druga. – S. 143-156.
12. Kashkin I. A. Perechityivaya Hemingueya / Ivan Aleksendrovich Kashkin // Kashkin I. A. Dlya chitatel'ya-sovremennika. – M. : Sov. pisatel, 1968. – S. 17–49.
13. Lidskiy Yu. Ya. Tvorchestvo E. Hemingueya / Yu. Ya. Lidskiy. – Kiev : Naukova dumka, 1978. – 408 s.
14. Mahlin V. L. Formy vremeni i sobyitiya v tvorchestve E. Hemingueya. – Dis. ... kand. filol. nauk. – M., 1985.
15. Mahlin V. L. O kulturno-istoricheskom kontekste tvorchestva Hemingueya [Elektronnyiy resurs] / V. L. Mahlin. – 11 maya 2018. – Rezhim dostupa: <http://md-eksperiment.org/post/20180511-o-kulturno-istoricheskom-kontekste-tvorchestva-hemingueya>.
16. Melenteva E. Yazyik publitsistiki Ernesta Hemingueya. – Dis. ... kand. filol. nauk. Mashinopis. – Odessa, 1981.
17. Nesmelova O. O. Evolyutsiya «russkogo» vospriyatiya tvorchestva E. Hemingueya / O. O. Nesmelova // *Russkaya i sopostavitelnaya filologiya: sostoyanie i perspektivy: Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya, posvyaschennaya 200-letiyu Kazanskogo universiteta (Kazan, 4–6 oktyabrya 2004 g.): Trudy i materialy: / Pod obsch. red. K. R. Galiullina.* – Kazan: Izd-vo Kazan. un-ta, 2004. – С. 347–348.
18. Pogostin V. M. Heminguey-zhurnal'ist [Elektronnyiy resurs] / V. M. Pogostin. – Rezhim dostupa: <http://hemingway-lib.ru/analiz-proizvedenii/pogostin-hemingway-zhurnal'ist.html>
2. Ross L. Portret Hemingueya / Lilian Ross // Ernest Heminguey. Izbrannoe. – KishinYov: Kartya Moldovenyashke, 1972. – S. 609–634.
3. Semenyuk O. V. Gumanizm antivennoyi novellistiki E. Hemingueya (na materiall romanov «Proshchavay, zbroE» ta «I sontse shodit») / O. V. Semenyuk // *VIsn. Zhitomir. derzh. un-tu Im. I. Franka.* – 2006. – № 28. – S. 196–198.
4. Semenyuk O. V. Kontseptsiya lyudini u tvorchosti Ernesta Hemingueya // *Suchasni naukovI doslidzhennya / O. V. Semenyuk // Materiali II Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 20–28 lyut. 2006 r.* – DnIpropetrovsk: Nauka I osvIta, 2006. – T. 36. – S. 43–45.
5. Semenyuk O. V. Lyudina – tsentralniy ob'ekt doslidzhennya u tvorchly laboratorii E. Hemingueya // *Sovremennyye napravleniya teoreticheskikh i prikladnykh issledovaniy: Materialy mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* – Odessa : Chernomore, 2006. – T. 8. – S. 44–46.
6. Finkelshteyn I. L. Vtoraya professiya Ernesta Hemingueya (zhurnalistika i publitsistika) [Elektronnyiy resurs] / I. L. Finkelshteyn // *Voprosy literatury.* – 1968. – № 12. – Rezhim dostupa: <http://hemingway-lib.ru/analiz-proizvedenii/finkelshteyn-vtoraya-professiya-ernesta-hemingueya-zhurnalistika-i-publicistika.html>.
7. Heminguey E. Italyanskie fashisty [Elektronnyiy resurs] / Ernest Heminguey. – Rezhim dostupa: <http://hemingway-lib.ru/ocherki-i-feletoni/italyanskie-fashisti-1.html>.
8. Heminguey E. Prazdnik, kotoryiy vseгда s toboy / Ernest Heminguey. *Sobr. soch.:* v 4 t. T. 4. – M. : Hudozh. literatura, 1968. – S. 393–525.
9. Heminguey E. Fashistskiy diktator / E. Heminguey // *Staryiy gazetchnik pishet...: Hudozh. publitsistika: Per. s angl. / Predisl. i komment. B. Gribanova.* – M. : Progress, 1983. – S. 38–39.
10. Heminguey E. Zametki o budushey voyne / E. Heminguey // *Staryiy gazetchnik pishet...: Hudozh. publitsistika: Per. s angl. / Predisl. i komment. B. Gribanova.* – M.: Progress, 1983. – S. 60–66.
11. Heminguey E. Kryilya nad Afrikoy / E. Heminguey // *Staryiy gazetchnik pishet...: Hudozh. publitsistika: Per. s angl. / Predisl. i komment. B. Gribanova.* – M.: Progress, 1983. – S. 88–93.
12. Heminguey E. Pisatel i voyna / E. Heminguey // *Staryiy gazetchnik pishet...: Hudozh. Publitsistika ; Per. s angl. / Predisl. i komment. B. Gribanova.* – M.: Progress, 1983. – S. 101–103.
13. Heminguey E. Ispanskaya zemlya / E. Heminguey // *Staryiy gazetchnik pishet...: Hudozh. Publitsistika ; Per. s angl. / Predisl. i komment. B. Gribanova.* – M. : Progress, 1983. – S. 127–134.
14. Hotchner A. E. Papa Heminguey / A. E. Hotchner. – M.: Tekst, 2002. – 349 s.
15. Cheretskiy V. Ispanskiy sled Hemingueya [Elektronnyiy resurs] / Viktor Cheretskiy. 20 iyulya 2009. – Rezhim dostupa: <https://www.svoboda.org/a/1779443.html>.

Г. О. Кушнір

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Публіцистика Євгена Сверстюка у рецепції його сучасників

Кушнір Г. О. Публіцистика Євгена Сверстюка у рецепції його сучасників. У статті досліджено особливості рецепції публіцистичної спадщини Є. Сверстюка його сучасниками. Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання. По-перше, проаналізувати наявні на сьогодні роботи про життя і публіцистичну діяльність дисидента. По-друге, поділити ці матеріали на групи за їхньою іманентною сутністю. По-третє, охарактеризувати кожен групу робіт. З'ясовано, що творчість дисидента сприймалася і досі сприймається переважно як літературознавча. Проте белетристика з національним струменем, у тому числі й публіцистика Є. Сверстюка, була основною формою функціонування масової комунікації в радянській Україні на протигагу пропагандистським ЗМІ. Не відкидаючи попередньої традиції вивчення творчості Сверстюка, у даній статті його літературознавство прочитується крізь призму соціокомунікаційних технологій. Авторкою розвідки запропонована систематизація існуючих на сьогодні робіт про життя та діяльність публіциста, що становить наукову новизну статті. Дослідницею виявлено, що наявні на сьогоднішній день праці про Сверстюка і його творчу діяльність можна поділити на три категорії: негативні відгуки в СРСР; героїзація в діаспорі та в незалежній Україні; академічне вивчення життя і творчості публіциста. До першої категорії відноситься критика авторами підцензурних радянських видань публіцистичних виступів дисидента. На нашу думку, сюди можна віднести й рецензії для слідчих, які на замовлення КДБ писали наукові співробітники в СРСР. Другу категорію джерел становлять діаспорні відгуки на діяльність Сверстюка, а після 1990 року – оцінка його діяльності в материковій Україні (не враховуючи наукової рецепції). На відміну від першої категорії, у другій домінуючими є не тексти Сверстюка, а він самий як особистість. У таких роботах автори оцінюють Сверстюкову публіцистику виключно позитивно. Джерелам третьої наукової категорії притаманні прагнення об'єктивності, більша зосередженість на аналізі текстів, ніж на особистості публіциста. Якщо науковці й апелюють до персони Сверстюка, то в них він не перетворюється на «ікону». На відміну від авторів першої категорії (серед яких теж були науковці), автори відгуків третього типу не мають ідеологічної упередженості та визнають важливе місце дисидента і його спадщини в українській культурі.

Ключові слова: публіцистика, Євген Сверстюк, рецепція, історіографія, критика, глорифікація, академічне прочитання.

Кушнір Г. А. Публицистика Евгения Сверстюка в рецепции его современников. В статье исследованы особенности рецепции публицистического наследия Е. Сверстюка его современниками. Для достижения этой цели были выделены следующие задания. Во-первых, проанализировать существующие на сегодня работы о жизни и публицистической деятельности Е. Сверстюка. Во-вторых, разделить эти материалы по группам, учитывая их имманентную сущность. В-третьих, охарактеризовать каждую группу работ. Выяснено, что творчество диссидента воспринималось и до сих пор воспринимается преимущественно как литературоведческое. Однако беллетристика национальной направленности, в том числе и публицистика Е. Сверстюка, была основной формой функционирования массовой коммуникации в советской Украине в противовес пропагандистским СМИ. Не игнорируя предыдущую традицию изучения творчества Сверстюка, в данной статье его литературоведение прочитывается сквозь призму социокоммуникативных технологий. Автором публикации предложена систематизация существующих на сегодняшний день работ о жизни и деятельности публициста, что составляет научную новизну статьи. Исследовательница установила, что работы о Е. Сверстюке и его творческой деятельности, которые есть на данный момент, можно разделить на три категории: негативные отзывы в СССР; героизация в диаспоре и независимой Украине; академическое изучение жизни и творчества публициста. К первой категории относится критика авторами подцензурных советских изданий публицистических выступлений диссидента. Исследовательница считает, что сюда можно отнести и рецензии для следователей, которые по заказу КГБ писали научные сотрудники в СССР. Вторую категорию источников составляют диаспорные отзывы на деятельность Сверстюка, а после 1990 года – оценка его деятельности в материковой Украине (не учитывая научную рецепцию). В отличие от первой категории, во второй доминирующими являются не тексты Сверстюка, а он как личность. В таких работах авторы оценивают публицистику диссидента исключительно позитивно. Источникам третьей научной категории свойственны стремление к объективности, большая сосредоточенность на анализе текстов, чем на личности публициста. Если ученые и апеллируют к личности Сверстюка, то у них он не превращается в «икону». В отличие от авторов первой категории (среди которых тоже были ученые), у авторов отзывов третьего типа нет идеологической предубежденности, и они признают важное место диссидента и его наследия в украинской культуре.

Ключевые слова: публицистика, Евгений Сверстюк, рецепция, историография, критика, глорификация, академическое прочтение.

Kushnir G. Publicism of Yevhen Sverstiuk in the reception of his contemporaries. The article studies particular qualities of the reception of opinion-based journalism of the famous Ukrainian dissident Y. Sverstiuk (1927–2014) by his contemporaries. The works about Sverstiuk's life and his journalistic activity have been analyzed. Then, these materials have been divided into the groups according to their immanent entity. After that, each group of these materials has been characterized. The article demonstrates that Ye. Sverstiuk had been perceived and continues to be perceived mainly as a literary critic. And his creation is mostly considered as a fiction. But a fiction with national orientation like social and political journalism of Yevhen Sverstiuk was a basic form of functioning of mass communication in the Soviet Ukraine like the opposition to the propagandistic mass media. Thus, it is necessary to rethink his creation as an analogue of social communication at that time. The author offered to make the systematization of present works about life and creative activity of the journalist. The author comes to the conclusion that there are three types of the works about Ye. Sverstiuk and his creative activity. The first type is a negative review in the Soviet Union. The second one is the glorification of the dissident and his works in diaspora and in independent Ukraine. The third one is an academic study

after 1991 year of Ye. Sverstiuk's life and creation. The first type is criticism of the censored publications of dissident's texts. According to the researcher, the reviews for investigators, which were written as an order of the State Security Committee by soviet scientists, are in this type as well. Unlike the first category, where texts of Sverstiuk were dominant, in the second one the personality of the journalist is the most important. The writers of these materials give a total positive rating of Sverstiuk's publicism. The authors of the last scientific type are the most objective and they focus more on texts of Ye. Sverstiuk than his personality. They have no ideological bias and they recognize the important place of the dissident and his heritage in the Ukrainian culture.

Keywords: *journalism, Yevhen Sverstiuk, reception, historiography, criticism, glorification, academic reading.*

Рецепція Є. Сверстюка як публіциста і його публіцистичної спадщини є молодим явищем у науці, яке починає проступати на тлі традиційного вивчення його як дисидента, шістдесятника, літературознавця. Він сприймався досі та продовжує сприйматись у літературі про нього як універсальний автор, як «голосний бренд» [16], як «священна корова українства» [4] (С. Грабовський вживає цю дефініцію з іронією, приписуючи її відомому галицькому постмодерному інтелектуалу, ім'я якого не розкриває). Сверстюк постає також як мультидисциплінарна постать, адже згадується і в контексті філології, філософії, педагогіки, мовознавства, історії та інших галузей переважно гуманітарної науки [1; 6; 5], але загальне сприйняття його в якості літературознавця є переважним.

Такий погляд на Сверстюка здається виправданим. Він сам, за фахом психолог, у першій половині свого творчого життя, за усним виразом І. Михайлина, «заховався в літературну критику». Такий підхід автора мав смисл, бо белетристика та літературознавство як критичний погляд на літературу є осередком, основною формою побутування модерної української культури (наприклад, культурницька діяльність романтиків). Письменство на українських землях тотожне культурі.

У такій традиції розглядається Є. Сверстюк. Він сам свідомо вписав себе в цю традицію. Саме у постсталінському літературознавстві дисидент створив публіцистичний струмінь, адже це давало йому можливість публікуватися. Красне письменство – це протонаціональні ЗМІ України за Хрущова.

Авторка статті, не відкидаючи попередньої традиції до вивчення Сверстюка, але переосмислюючи її, прочитує його літературознавство крізь призму соціокомунікаційних технологій, продовжуючи ідеї своєї попередниці Л. Лисенко про Сверстюкові публіцистику як «чинник оптимізації соціокультурної комунікації українства» [8]. Адже белетристика з національним струменем була основною формою функціонування масової комунікації в

радянській Україні. Переважна більшість представників покоління шістдесятників були письменниками, і саме через «художньо-документальну прозу» (О. Рарицький) і поезію намагалися донести свої програмові ідеї до суспільства. Красне письменство, яке містило національні ідеї і вимоги дотримання законів, у т.ч. ленінської Конституції, було основною формою масової комунікації в радянській Україні на протигагу пропагандистським ЗМІ (за каламбурним висловом Сверстюка, у всесоюзній газеті «Правда» істинні відомості обмежувалися назвою часопису). Белетристика функціонувала як спосіб звернення до широких мас, як можливість озвучувати український погляд на світ.

Наукова новизна розвідки полягає в систематизації існуючих на сьогодні робіт про життя та діяльність публіциста. Класифікування цих джерел допомагає зрозуміти міру і якість вивчення Є. Сверстюка, а також виявити напрямки подальших досліджень.

Мета статті – дати характеристику рецепції життя і публіцистичної діяльності Є. Сверстюка його сучасниками. Для досягнення цього були поставлені такі завдання. По-перше, проаналізувати наявні на сьогодні роботи про життя і публіцистичну діяльність дисидента, перш за все використовуючи історіографічний та соціокомунікаційний методи дослідження. По-друге, поділити ці матеріали на групи за їхньою іманентною сутністю. По-третє, охарактеризувати кожен групу робіт.

Є. Сверстюк із початку своєї професійної діяльності (з 1952 р. – після закінчення відділення логіки та психології філологічного факультету Львівського університету) шукав вихід на ширшу аудиторію. Якщо спершу це були учні провінційних шкіл (Почаїв, Богданівка Тернопільської області) і студенти Полтавського педагогічного інституту, яким початкуючий дисидент викладав українську літературу, то потім – читачі його газети «Наша віра» і публіцистичних збірок, а також реципієнти Сверстюкових виступів у ЗМІ. Він завжди прагнув публічності, але форми її

виявлення були різними, залежно від суспільно-політичних обставин (так, у радянські часи дисидент, друкуючи свої роботи, аналізував, наскільки далеко у висловленні своїх думок йому дозволяли зайти). Тому, на думку авторки цих рядків, слід переосмислити Сверстюкове літературознавство як тодішній аналог соціальної комунікації (фактично, журналістики). Як тільки Сверстюк здобув можливість виступати як журналіст, як речник у масово-комунікаційній схемі, то літературознавчий підхід утратив провідну роль у творчості шістдесятника.

Постать Є. Сверстюка була відомою ще за життя публіциста – як у радянській Україні (приблизно з 1960-х років, коли він, беручи участь у роботі київського Клубу творчої молоді та працюючи завідувачем відділу прози у журналі «Вітчизна», почав товаришувати з діячами покоління шістдесятників – І. Дзюбою, І. Світличним, Л. Костенко, А. Горською і друкувати свої літературознавчі твори, інколи під псевдонімами), як в українській діаспорі, передусім у її інтелектуальному середовищі (з 1970-их років, коли в Парижі вийшла друком книга Є. Сверстюка «Собор у риштованні» [14], а також його «Підпільні есеї» для Українського наукового інституту Гарвардського університету [19]), так і в незалежній Україні та поза її межами. Залишається він знаним і після своєї смерті (1 грудня 2014 року).

У той же час, попри суспільну відомість постаті Сверстюка, він вивчений недостатньо. Ця теза суголосна й з думкою І. Михайлина: «Дослідження творчості провідних українських публіцистів – священний обов'язок нашої науки про журналістику, – писав він. – Євген Сверстюк, безумовно, належить до числа українських інтелектуалів світового масштабу, що й виправдовує звертання до його спадщини, про яку можна написати не одну кандидатську дисертацію. Творчість українських публіцистів, на жаль, ще досліджується недостатньо повно й вичерпно. Не є винятком у цьому сенсі і Є. Сверстюк. Наскільки нам відомо, він не здобувся жодного разу на монографічне дослідження, а всі присвячені йому праці обмежуються рецензіями на його книжки та ювілейними статтями» [9].

Нааявні на сьогодні роботи про Сверстюка і його діяльність, на переконання авторки, можна поділити на три категорії: негативні відгуки в СРСР; героїзація в діаспорі та в

незалежній Україні; академічне вивчення життя і творчості публіциста.

Перша категорія – це критика публіцистичних виступів дисидента авторами підцензурних видань СРСР. Таких публікацій науковця нарахувала три. Автори двох із них – Є. Волошко [3] і П. Колесник [7]. Третє було офіційним повідомленням без зазначення авторства про притягнення дисидента до кримінальної відповідальності [12].

Найбільш рання контрстаття вийшла друком у 1963 році, коли Є. Сверстюк у своєму творчому доробку мав уже біля тридцяти опублікованих робіт на теренах СРСР, в тому числі в газеті «Літературна Україна», в одному з номерів якої й був уміщений критичний відгук на діяльність шістдесятника. Дописувач обрав для критики есей Сверстюка про Т. Шевченка «У пошуках єдино вірного образу» [15]. Здавалося, що Сверстюкова зухвалість в обороні слова зійшла йому з рук. Кілька років провладна цензура ніби не помічала його (а насправді вивчала та придивлялася до опонента), адже тільки в 1972 році у державних виданнях наступна реакція на виступи Сверстюка (повідомлення про притягнення дисидента до кримінальної відповідальності), а ще через два роки – стаття, де розвінчувався український патріотизм Сверстюка.

Не тільки радянська система випробовувала Є. Сверстюка, але й він сам, аналізуючи, наскільки далеко влада дозволяла йому зайти у висловлюванні своїх ідей. Партійне керівництво інколи вдавалося до рішучих кроків: повторне звільнення з роботи, недопуск до захисту дисертації. Якщо в 1964 році Сверстюк пише памфлет «З приводу процесу над Погружальським» щодо резонансної події – підпалу фондів україніки і стародруків у Київській Публічній бібліотеці Академії наук УРСР, не вказуючи свого імені, і таємно передає свою роботу за кордон, то в 1968 році, вже не приховуючи свого авторства, пише есей «Собор у риштованні» на захист роману О. Гончара «Собор».

«Звичайно, про публікацію мені навіть не йшлося, – через кілька десятиліть напише автор. – Але хай звикають у редакціях до чесности». І далі: «Пригадую наші дискусії: пустять на Прагу танки чи ні? Я гаряче обстоював погляд, що не можуть впустити, бо це вже буде цілковитим банкрутством ідеології. Обстоював, але чогось поспішав послати

рукопис до редакції «Вітчизни» ще до прояснення ситуації – до серпня 1968-го. У тому не було сенсу. Бо тоді ж таки в серпні мій рукопис було відіслано до КГБ зі спокійним супровідним листом від редакції за підписом Л. Дмитерка» [13:763]. «Собор у риштованні» (особливо збірка з цією працею, видана українською діаспорою [14]) став одним із основних творів, які фігурували під час слідства над Є. Сверстюком і слугували доказами Сверстюкового «злочину».

До першої категорії історіографії Сверстюка можна віднести й рецензії для слідчих, написані радянськими науковими співробітниками на замовлення КДБ. Хоча ці відгуки на роботи Сверстюка й не були опубліковані в мас-медіа, але вони відіграли свою негативну роль у слідстві над шістдесятником. «На основі рецензії В. Бородіна, – зазначав Є. Сверстюк, – мене винуватили за «наклеп», нібито радянська влада заховала Шевченка від народу» [13:752].

Сам автор не сприймав рецензії радянських науковців як об'єктивне прочитання своєї публіцистики. Він вважав, що в нього розмови з радянським режимом не вийшло. Про це Сверстюк зауважив у промові на суді в 1973 році: «Не можу зрозуміти кримінального звинувачення, що ґрунтується на нерозумінні мого тексту або на явному небажанні його правильно зрозуміти. А тим часом я й досі не отримав на свої статті критичної оцінки – хай найсуворішої, але на рівні наукової сумлінності і логіки» [13:33].

Діаспорні відгуки на діяльність Сверстюка (в пресі та в передмовах до книжок), а після 1990 року – оцінка його діяльності в материковій Україні (окрім наукової рецепції) – становлять другу категорію історіографічних джерел про публіциста. Причому пік таких прижиттєвих відгуків припадає на 1995 рік, коли публіцист отримав Державну премію України імені Т. Шевченка за книгу «Блудні сини України». За підрахунками вийшло близько двох десятків робіт про Сверстюка і його творчість. Серед них можна виокремити публікації І. Дзюби, Л. Тарнашинської, В. Абліцова, І. Бондара-Терещенка, А. Криштальського.

Роботи цієї категорії різко контрастують із рецензіями радянських критиків. Тут у полі уваги домінує сам автор як персона зі своєю харизмою і почуттями, а не його тексти. У таких роботах щодо публіцистики Сверстюка оцінність виключно позитивна. Автори таких

відгуків керувалися корпоративним принципом: Сверстюк – «свій», значить, усе, що він написав і зробив, є автоматично гарним, а дисидент а ргіогі правий.

У цій глорифікації Сверстюкової публіцистики є інша крайність. Такі відгуки (особливо у ЗМІ) одноманітні, штаповані, не мають глибинного аналізу, не зачіпають сутності рецензованих творів. У них занадто відчувається товариське ставлення до автора. Популяризуючи Сверстюка, вони виступали як своєрідні промотексти. Джерелам із другої категорії бракує вдумливості, системності. Тривалий час вони залишалися розрізненими до того, як частина з них увійшла до збірки «На полі чести» [10], виданої як книга пам'яті у зв'язку зі смертю Сверстюка.

Однак автори цих відгуків – талановиті й висококваліфіковані люди. Навіть і не завжди вчитуючись у твори свого колеги, інтуїтивно вони схоплювали важливі тези, які згодом розгорнуть науковці.

Одним із гарних зразків діаспорного прочитання Сверстюкової публіцистики є передмова М. Антоновича до книги «Собор у риштованні» [14] (1970) – першої і в творчому доробку автора, і серед тих його збірок, що з'явилися за кордоном. Вона важлива для науки вже й тим, що є першим відгуком еміграційної критики на роботи Сверстюка.

Передмова М. Антоновича відрізняється від більшості інших джерел цієї категорії тим, що має ознаки критичності і збалансованості думок. Так, автор натякнув, що Є. Сверстюк може бути не завжди правий («з окремими положеннями автора можна погоджуватися, або й ні...» [14:14]). Завдяки цьому передмова не перетворилася на суцільну оду Сверстюковому есею. Таким чином, відгук М. Антоновича є близький до наукової рецепції публіцистики Є. Сверстюка.

Отже, аналіз джерел другої категорії підтверджує вищезазначені слова І. Михайлина про те, що праці про діяльність Сверстюка «обмежуються рецензіями на його книжки та ювілейними статтями» [9]. Ці тексти можна поділити на діаспорні (від 1970 р. і дотепер) й ті, що написані в материковій Україні (від 1990 р. і до сьогодні), за винятком наукових публікацій. Обидва типи відгуків об'єднує виключно позитивна оцінка Сверстюка, а, отже, й односторонність: яскраво виражене захоплення не стільки самими публіцистичними творами, як автором; суб'єктивність. За підрахунками до

другої категорії джерел відноситься найбільша кількість відгуків на праці Сверстюка.

Недоліки попередніх категорій джерел пробують здолати автори текстів третього типу – наукової рецепції в незалежній Україні. Таким відгукам притаманні прагнення об'єктивності, більша зосередженість на аналізі текстів, ніж на особистості публіциста. Якщо науковці й апелюють до персони Сверстюка, то в них він не перетворюється на «ікону», як у авторів другої «промоушн»-категорії. Свої думки науковці намагаються аргументувати. На відміну від авторів першої категорії (серед яких теж були науковці), автори відгуків третього типу не мають ідеологічної упередженості та визнають важливе місце дисидента і його спадщини в українській культурі.

Поки що джерела третьої категорії становлять помітну меншість від основної – «пропагандистської». До настання незалежності України твори публіциста не вводили в науковий обсяг. Основний же корпус наукових робіт про Сверстюка з'явився в 2000-х роках. Таке зростання уваги до Сверстюка з боку науковців пов'язане із загальним визнанням шістдесятника в українському суспільстві та в діаспорі, а також із збільшенням кількості самих робіт у автора.

Його досліджують переважно науковці-початківці. Якщо ж доробок Сверстюка стає предметом кандидатських або докторських дисертацій, то лише як частина ширшого контексту (в першу чергу творчості шістдесятників як літературно-естетичного явища – Л. Василик [2], Обертас [11], Л. Тарнашинська [17], Т. Хоменко [18]). Його творчості повністю присвячена лише одна кандидатська дисертація – Л. Лисенко [8]. Ця робота стала першою спробою системного дослідження публіцистичної діяльності Є. Сверстюка. Л. Лисенко ставила за мету

визначити своєрідність образної системи Сверстюкової публіцистики та її функціонування в соціокомунікаційному просторі України. Їй вдалося розкрити етноментальний, філософський та аксіологічний чинники світоглядної парадигми Є. Сверстюка. Також вона проаналізувала ідіостилістичні, концептуальні, ціннісні доміанти в конструюванні образної системи публіцистики Сверстюка. Крім того Л. Лисенко у своїй дисертації простежила аналітико-рецептивну взаємодію автора з читачем.

Отже, проаналізувавши літературу про публіцистику Є. Сверстюка і розподіливши її на три типи, приходимо до висновку, що вона є недостатньо вивченою. Грунтовних наукових статей із цієї теми мало, і вони здебільшого розкривають засоби художньої виразності текстів і питань націєтворення. В академічному прочитанні Сверстюка, яке є найбільш важливим і об'єктивним серед інших типів джерел, бракує уваги до релігійних аспектів життя публіциста і їхнього відображення в його творах. Монографічних досліджень про Сверстюка і його діяльність ще немає. Згадки про його публіцистику є тільки в кількох монографіях. Найбільша кількість джерел про життя і діяльність Є. Сверстюка, про його погляди на злободенні суспільні проблеми представлена текстами-інтерв'ю, що є виправданим за його життя.

У журналістикознавчій науці з огляду на дослідження публіцистики Сверстюка є напрямки, що потребують подальшого вивчення. Ось деякі з них: якою постає релігійна публіцистика Євгена Сверстюка в умовах соціологізації ЗМІ, впливовість його текстів, роль автора, шляхи розв'язання суспільних проблем у баченні Сверстюка, значення Церкви, проблеми моралі.

Література

1. Бодак В. Етнорелігійна свідомість як стратегія ідентичності особистості та спільноти / Валентина Бодак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філософія. – 2017. – Вип 20. – С. 68–73.
2. Василик Л. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань : концептосфера національної ідентичності : Монографія / Л. Є. Василик. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 416 с.
3. Волошко Є. Хто вони – «друзі» та «доброзичливці»? / Є. Волошко // Донбас. – 1974. – № 4. – С. 114–123.
4. Грабовський С. Феномен нашої доби : постмодерні «рагулі» та політичні гопники / Сергій Грабовський // День. – 2012. – 16 травня.
5. Дзьомба Н. Мовне питання в публіцистичному дискурсі українських шістдесятників / Наталія Дзьомба // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2014. – Вип. 39. – С. 227–238.

6. Залюбівська О. Б. Риторичний ідеал викладача технічного університету : сутність, зміст і структура [Електронний ресурс] / О. Б. Залюбівська, О. В. Діденко // Scientific Journal «ScinceRise : Pedagogical Education». – 2017. – № 2. – С. 31–35. – Режим доступу: http://journals.uran.ua/sr_edu/article/view/94305/90083
7. Колесник П. «Опір оточенню» чи вигадка критика? / П. Колесник // Літературна Україна. – 1963. – 28 травня. – С. 2, 4.
8. Лисенко Л. І. Образна система публіцистики Євгена Сверстюка як чинник оптимізації соціокультурної комунікації українства : дис. канд. наук із соц. ком. : 27.00.04 / Лисенко Леся Іванівна. – К., 2011. – 175 с.
9. Михайлин І. Відгук на автореферат дисертації Лисенко Лесі Іванівни [Електронний ресурс] / Ігор Михайлин. – Режим доступу: <http://www.kafedrajourn.org.ua/media/210>
10. На полі честі : у 2 кн. – К. : ТОВ «Видавництво "Кліо"», 2015. Кн. 2 : Наш сучасник Євген Сверстюк. – 2015. – 600 с.
11. Обертас О. Український самвидав : літературна критика та публіцистика (1960-і – початок 1970-х років) / Олесь Обертас. – К. : Смолоскип, 2010. – 300 с.
12. Повідомлення // Радянська Україна. – 1972. – 11 лютого.
13. Сверстюк Є. На святі надій : Вибране / Євген Сверстюк. – К. : Наша віра, 1999. – 784 с.
14. Сверстюк Є. Собор у риштованні : Док. 3 / Є. Сверстюк; передм. М. Антоновича. – Париж; Балтимор : Смолоскип, 1970. – 173 с. – (Б-ка Смолоскипа; Ч. 6).
15. Сверстюк Є. У пошуках єдино вірного образу / Євген Сверстюк // Дніпро. – 1963. – № 2. – С. 153–158.
16. Слабошпицький М. Сьогодні сорок днів, як з нами немає Євгена Сверстюка [Електронний ресурс] / Михайло Слабошпицький // Урядовий кур'єр. – 2015. – 9 січня. – Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/sogodni-sorok-dniv-yak-z-nami-nemaye-yevgena-svers/>
17. Тарнашинська Л. Б. Дискурс шістдесятництва в українській літературі ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.01.01 «Українська література» / Л. Б. Тарнашинська. – К., 2014. – 45 с.
18. Хоменко Т. Проповідництво і сучасна публіцистика: Монографія / Т. Хоменко. – Львів: ПАІС, 2008. – 136 с.
19. Sverstiuk I. Clandestine Essays / Ievhen Sverstiuk. – Cambridge, 1976. – 100 p.

References

1. Bodak V. Etnorelihiina svdomist yak stratehiia identychnosti osobystosti ta spilnosti / Valentyna Bodak // Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriiia : Filosofiia. – 2017. – Вуп. 20. – S. 68–73.
2. Vasylyk L. Svitohliadna publitsystyka suchasnykh literaturno-khudozhnykh vydan : kontseptosfera natsionalnoi identychnosti : Monografiia / L. Ye. Vasylyk. – Chernivtsi : Chernivetskyi nats. un-t, 2010. – 416 s.
3. Voloshko Ye. Khto vony – «druzi» ta «dobrozychlyvtsi»? / Ye. Voloshko // Donbass. – 1974. – № 4. – S. 114–123.
4. Hrabovskyi S. Fenomen nashoi doby : postmoderni «rahuli» ta politychni hopnyky / Sergii Hrabovskyi // Den. – 2012. – 16 travnia.
5. Dzomba N. Movne pytannia v publitsystychnomu dyskursi ukrainskykh shistdesiatnykiv / Nataliia Dzomba // Visnyk Lvivskoho universytetu. – Seriiia : Zhurnalistyka. – 2014. – Вуп. 39. – S. 227–238.
6. Zaliubivska O. B. Rytorychnii ideal vykladacha tekhnichnoho universytetu : sutnist, zmist i struktura [Elektronnyi resurs] / O. B. Zaliubivska, O. V. Didenko // Scientific Journal «ScinceRise : Pedagogical Education». – 2017. – № 2. – S. 31–35. – Rezhym dostupu : http://journals.uran.ua/sr_edu/article/view/94305/90083
7. Kolesnyk P. «Opir ototchenniu» chy vyhadka krytyka? / P. Kolesnyk // Literaturna Ukraina. – 1963. – 28 travnia. – S. 2, 4.
8. Lysenko L. I. Obrazna systema publitsystyky Yevhena Sverstiuka yak chynnyk optymizatsii sotsiokulturnoi komunikatsii ukrainstva : dys. kand. nauk iz cots. kom. : 27.00.04 / Lysenko Lesia Ivanivna. – K., 2011. – 175 s.
9. Mykhailyn I. Vidhuk na avtoreferat dysertatsii Lysenko Lesi Ivanivny [Elektronnyi resurs] / Ihor Mykhailyn. – Rezhym dostupu: <http://www.kafedrajourn.org.ua/media/210>

10. Na poli chesty : u 2 kn. – K.: TOV «Vydavnytstvo "Klio"», 2015. Kn. 2 : Nash suchasnyk Yevhen Sverstiuk. – 2015. – 600 s.
11. Obertas O. Ukrainskyi samvydav : literaturna krytyka ta publitsystyka (1960-i – pochatok 1970-kh rokiv) / Oles Obertas. – K. : Smoloskyp, 2010. – 300 s.
12. Povidomlennia // Radianska Ukraina. – 1972. – 11 liutoho.
13. Sverstiuk Ye. Na sviati nadii : Vybrane / Yevhen Sverstiuk. – K. : Nasha vira, 1999. – 784 s.
14. Sverstiuk Ye. Sobor u reshtovanni : Dok. 3 / Ye. Sverstiuk; peredm. M. Antonovycha. – Paryzh; Baltymor : Smoloskyp, 1970. – 173 s. – (B-ka Smoloskypa; Ch. 6).
15. Sverstiuk Ye. U poshukah yedyno virnogo obrazu / Yevhen Sverstiuk // Dnipro. – 1963. – № 2. – S. 153–158.
16. Slaboshpytskyi M. Sohodni sorok dnev, yak z namy nemaie Yevhena Sverstiuka [Elektronnyi resurs] / Mykhailo Slaboshpytsyi // Uriadovi kurier. – 2015. – 9 sichnia. – Rezhym dostupu : <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/sogodni-sorok-dniv-yak-z-nami-nemaye-yevgena-svers/>
17. Tarnashynska L. B. Dyskurs shistdesiatnystv v ukrainskyi literaturi XX stolittia : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia doktora filol. nauk : spets. 10.01.01 «Ukrainska literatura» / L. B. Tarnashynska. – K., 2014. – 45 s.
18. Khomenko T. Propovidnytstvo i suchasna publitsystyka: Monohrafiia / T. Khomenko. – Lviv: PAIS, 2008. – 136 s.
19. Sverstiuk I. Clandestine Essays / Ievhen Sverstiuk. – Cambridge, 1976. – 100 p.

УДК 007:304:659.3

В. П. Федоренко

Київський національний університет культури і мистецтв

Роль громадянської позиції ведучого в авторських програмах

Федоренко В. П. Роль громадянської позиції ведучого в авторських програмах. Мета дослідження – огляд та аналіз формування громадської думки суспільства на зразках створення і ведення авторських телевізійних програм відомих українських телевізійних ведучих щодо обґрунтування основних тенденцій впливу вітчизняного телебачення на світогляд глядачів. Методологія дослідження базується на дослідному методі (для визначення специфіки впливу авторських телевізійних програм просвітницького спрямування на загальнонаціональних та регіональних телеканалах України); методі аналізу (для вивчення практичного досвіду створення авторських телепрограм щодо вибору тематики, проблематики та творчо-технологічних засобів публіцистичної та художньо-публіцистичної спрямованості). Наукова новизна дослідження полягає в розгляді недослідженої специфіки впливу авторських телевізійних програм ідеологічного спрямування та виняткової ролі рупорів телевізійних ведучих радянського і пострадянського простору. Також проаналізовано, що на українському ґрунті авторські програми – важливий потенціал вітчизняного телебачення на телевізійній індустрії в цілому, тому вперше досліджено харизматичність постатей телевізійних ведучих та винайдено нові форми впливу, серед яких чільне місце посідають авторські програми. Висновки. Систематизація авторських програм показала, що всі вони з точки зору впливів на глядача є соціально значущими. Повний спектр жанрово-змістовних можливостей сучасної журналістики свідчить, що авторська телепередача як в українському, так і у світовому телевізійному просторі поки не є окремим жанром, але за лідерством має перспективу перетворитися на окрему ділянку телебачення художньо-публіцистичного характеру.

Ключові слова: авторська програма, телебачення, телевізійний ведучий, глядач, жанр, культура.

Федоренко В. П. Роль гражданской позиции ведущего в авторских программах. Цель исследования – обзор и анализ формирования общественного мнения на образцах создания и ведения авторских телевизионных программ известных украинских телевизионных ведущих и обоснование основных тенденций влияния отечественного телевидения на мировоззрение зрителей. Методология исследования базируется на исследовательском методе (для определения специфики влияния авторских телевизионных программ просветительского направления на общенациональных и региональных телеканалах Украины); методе анализа (для изучения практического опыта создания авторских телепрограмм по выбору тематики, проблематики, творчески технологических средств публицистической и художественно-публицистической направленности). Научная новизна исследования заключается в рассмотрении неисследованной специфики влияния авторских телевизионных программ идеологического направления и исключительной роли рупоров телевизионных ведущих советского и постсоветского пространства. Также проанализировано, что на украинском телевиденье авторские программы и харизматичные украинские телевизионные ведущие составляют важный потенциал отечественного телевидения и в телевизионной индустрии в целом, поэтому впервые исследованы харизматичность телевизионных ведущих и изобретены новые формы воздействия, среди которых главное место занимают авторские программы. Выводы. Систематизация авторских программ показала, что все они, с точки зрения воздействия на зрителя, являются социально значимыми. Полный спектр жанрово-содержательных возможностей современной журналистики свидетельствует о том, что авторская телепередача как в украинском, так и мировом телевизионном пространстве пока не является отдельным жанром

журналістського творчства, но по лидерству имеет перспективу преобразоваться в отдельный участок телевидения художественно-публицистического характера.

Ключевые слова: авторская программа, телевидения, телевизионный ведущий, зритель, жанр, культура.

Fedorenko V. P. The role of the host's citizenship in the author's programme. The paper deals with the review and analysis of the formation of citizenship on samples the creation and maintenance of author's television programmes by well-known Ukrainian television broadcasters. Here also the main trends in the influence of domestic television on the audience's point of view are justified. The methodology of the research is based on an experimental method (to define the specificity of the influence of author's TV programmes on the educational direction on national and regional television channels in Ukraine); method of analysis (to study the practical experience of creating author's TV programmes for the selection of topics, problems, creatively technological means of journalistic and artistic-journalistic orientation). The scientific novelty of the research is in examining the unexplored specificity of the influence of author's television programmes of ideological direction and the exclusive role of the mouthpieces of television leading Soviet and post-Soviet space. It is also analyzed that, on Ukrainian soil, author's programmes and charismatic Ukrainian television hosts are an important potential of domestic television in the television industry as a whole. That is why the charismatic figures of TV leaders have been first studied and new forms of influence have been invented, among which the author's programmes have a prominent place. Systematization of author's programmes have shown that all of them from the point of view of the impact on the viewer are socially significant. The full range of genre-content opportunities of modern journalism shows that the author's TV programme in both Ukrainian and world television space is not yet a separate genre of journalistic creativity, but behind leadership has the prospect of becoming a separate section of television in an artistic-journalistic nature.

Keywords: author's programme, television, television presenter, viewer, genre, culture.

Постановка проблеми. Суспільство живе і розвивається в сегментах національного інформаційного простору, громадянських інтересів завдяки діяльності телевізійних корпорацій. Величезні телевізійні конгломерати відображають різноманітні аспекти політичного, економічного, культурного, професійного, спортивного та особистого життя людини, а обличчя вітчизняного телебачення та його вплив на суспільство достеменно не відкрито. Насамперед, елементи масової культури та масового впливу присутні практично, у всіх авторських телепрограмах. Хоча в одних випадках можемо говорити про умовність таких впливів, а в інших, як, наприклад, у серіалах, рекламі, шоу-програмах, про стовідсоткову задіяність прийомів та засобів масової культури (Литвинов, 2012, с. 27). Адже технічний ідеологічний, просвітницький, духовний бік впливу телебачення відбувається такими засобами? як масовість, видовищність, загальнодоступність, що перетворює його на інструмент масової культури. Відповідно, як засіб масової інформації та комунікації, телебачення створює віртуальну реальність, котра стає власним «всесвітом» глядача (Кузнецова, 2005, с. 8).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Авторські програми як явище телефіру відображено у публікаціях західноєвропейських дослідників, серед яких Ж. Бодрійяр, П. Бурд'є, У. Еко, М. Маклюен, Е. Ноель-Нойман, М. Постер, Ф. Бретон, С. Пру, Г. Міллер, які в різних контекстах виявляли особливості телевізійних програм як сфери комунікацій та впливу. Російські

дослідники Р. Борецький, Я. Засурський, А. Вартанов, В. Михалкович, С. Муратов, Л. Цвік, звернувшись до феномену авторських програм, виявили аспекти їх суспільного значення, резонансу, глядацького попиту. Українські науковці, а саме: В. Здоровега, В. Різун, В. Владимиров, І. Зоц, В. Горбачук, В. Романько, А. Москаленко, В. Лизанчук, Б. Потятиник, В. Демченко, В. Іванов, В. Гоян, простежили передумови виникнення та еволюції авторського телебачення в Україні, розглянувши окремі досягнення вітчизняного авторського телебачення та проаналізувавши деякі напрями авторського телебачення на прикладі найбільш яскравих зразків телепередач і роботи ведучих телепрограм. Насамперед, дослідниця А. Шоріна (2009) акумулювала досвід авторських програм українських тележурналістів загальнонаціональних і міжрегіональних телеканалів, чим, зокрема, поставила питання про важливість накопичення власного досвіду авторських програм.

Мета дослідження – огляд та аналіз створення і ведення авторських телевізійних програм щодо обґрунтування основних тенденцій впливу авторських програм на громадський світогляд глядачів. Важливою функцією телевізійно-ідеологічної пропаганди є формування колективної думки, у кінцевому підсумку – в силу універсальності та масовості впливу – суспільної свідомості в цілому, адже телебачення інформує, виховує, наставляє глядача, щоденно продукуючи різноманітні екранні образи, а отже, впливає на думки та вчинки великої кількості людей (Кузнецова, 2005, с. 9).

Виклад основного матеріалу. Сучасне телебачення, що постійно зазнає трансформацій відповідно до загальноісторичних культурних, політичних, геополітичних, психологічних, соціальних процесів, шукає нові форми впливу на аудиторію, серед яких чільне місце належить авторським програмам. Авторські програми, які представлені на центральних та регіональних телеканалах, охоплюють широкий тематичний спектр та мають значну аудиторію глядачів.

Авторська програма, яка є явищем надзвичайно популярним, породжує одне з головних завоювань сучасного телебачення – формування загальних громадських цінностей, вивільнення особистості ведучого, його свобод та прав висловлювати думки, набуває все більшого глядацького попиту. Створення авторських телевізійних програм вимагає вибору певної постаті телевізійного ведучого, який би відповідав смакам телеглядачів і був взірцем для них. Відповідно, постать телеведучого в кадрі, його активна соціальна позиція є найбільшим чинником впливу на свідомість масової аудиторії.

Аналізуючи український телепростір, варто зауважити, що серед облич, які вирізняються як «телеособистості», представлено вже кілька поколінь телеведучих, які уособлюють хвили розвитку як самого телебачення, так і його окремих напрямків. Серед них – Ольга Герасим'юк, Микола Вересень, Костянтин Стогній, Ганна Безулик, Тетяна Цимбал, Василь Бирзул, Оксана Марченко, Людмила Харів, Олександр Денисов, Ілля Ноябрьов та багато інших талановитих і успішних телеведучих.

Так, постійний у своєму прагненні створити авторську програму Микола Вересень має досить значний власний досвід. Його п'ятнадцятихвилинна програма «21 вересня», що виходить на каналі «К-1» має низку авторських «фішок». Це такі вислови: «Мене називають Микола Вересень», манера будувати бесіду з гостем у дещо іронічному тоні, довгі монологічні викладки, у яких передаються головні смислові та світоглядні установки автора програми, красномовна і так само «фірмова» жестикуляція.

У подібному амплуа виступає також Ілля Ноябрьов, який доводить, що авторська телепрограма в сьогодишньому розумінні – це програма, яку глядачі дивляться не за те, про що в ній ідеться, а через те, хто її веде. На телеканалі «Інтер» у ток-шоу «Ми все про вас знаємо», що є переформатованою програмою

«Я все про вас знаю», головною «родзинкою» стали непрості питання, зміст яких тримав рейтинг проекту. У складі ведучих Ноябрьов виділявся виразною харизматичністю, хоча не всі його підходи отримали схвальну оцінку критики.

Варто зауважити, що риси авторської передачі мали такі проекти «Інтера» під орудою Костянтина Стогнія, зокрема «Шок» (за лаштунками швидкої допомоги), «Кримінал» (про надзвичайні ситуації), Ольги Герасим'юк у «Студії 1+1» у програмі «Без табу», Анни Безулик на каналі «1+1» у ролі ведучої «Сніданку з «1+1». На каналі «1+1» також тривалий час виходила програма «Галопом по Європах», у якій брав участь яскравий ведучий Ігор Пелих. Проте, програма недовго протрималася у денному ефірі й була закрита. Старшому поколінню запам'яталась телепрограма «Тетянин полудень» на Новому каналі, а згодом подібного формату програма «Тетянин день» перенесена була на канал СТБ із харизматичною Тетяною Цимбал, яка своїм авторським веденням прикрашала ці дві телепрограми. Залишаючись обличчям Першого Національного телеканалу, Тетяна Цимбал як ведуча, безумовно, є однією із знакових постатей вітчизняного телебачення.

До «помаранчевих» подій на українське телебачення потрапили росіяни Дмитро Кисельов, який на ICTV здійснив спробу створення авторської аналітичної програми, Савік Шустер, який започаткував публіцистичну програму «Свобода слова», Євген Кисельов, який на каналі «Інтер» вів аналітико-публіцистичні програми «Свобода слова» та «Чорне дзеркало», Олексій Суханов, який на ICTV успішно веде публіцистичну програму «Говорить Україна». Попри те, що більшість авторів програм не місцевого походження викликали незадоволення певної частини українського населення, їхню індивідуальну манеру ведучого не заперечували навіть супротивники. Отже, авторські програми є мовно-зображувальним продуктом, конкретизованим автором-громадянином власної країни за змістом та формою. У такому викладі авторська програма суттєво залежить від вибору засобів виразності. Від того, яку мету ставить перед собою журналіст і яке завдання розв'язує в творчому процесі, він обирає жанровий формат, який дає змогу розкрити конкретну тему, виявити свої творчі можливості.

Варто зазначити, що відбір жанру визначає не тільки вид авторської програми, а й роль автора й ведучого у ній. Сучасні авторські програми тяжіють до змішування прийомів та жанрів. Жанр, що є типом твору, який характеризує певна тема, сюжетні або стилістичні ознаки, має ще одне значення – манера, стиль. Жанр є типом твору, що склався в процесі історико-літературного розвитку, як структуру його відрізняє високий ступінь стійкості й історично зумовленої структурно-змістовної єдності твору. У журналістиці під жанром переважно розуміють «усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, чіткими ознаками структури» (Григораш, 1974, с. 76), однак жанри журналістики, які сформувалися внаслідок потреби у різнобічному відтворенні дійсності, не є незмінними: вони змінюються та розвиваються разом із журналістикою, її потребами та вимогами, разом із викликами часу тощо.

Сучасні критерії поділу жанрів журналістики передбачають: а) розгляд об'єкта відображення, тобто конкретного життєвого матеріалу, як основи журналістського твору; б) призначення виступу, де багато залежить від того, яку мету ставить редакція і конкретний автор: просте повідомлення про той чи інший факт, подію отримує форму замітки, хроніки, що об'єднуються поняттям «новини», причому детальне відтворення події отримує форму звіту, репортажу; при тому оповідь про людину, її погляди, думки потребують діалогічної форми відтворення дійсності, що відтворюється у вигляді інтерв'ю; в) виявлення масштабу дійсності (узагальнено) сприяє вирізненню інформаційно-описових та аналітичних матеріалів, диференціації літературних різновидів у групі аналітичних жанрів; це, наприклад, коментар, стаття, огляд, які мають характерну широту охоплення життя; г) використання літературно-стилістичних засобів вираження задуму, таких як суб'єктивність бачення, метафоричність викладу, художня публіцистичність (недоречні в офіційному повідомленні).

Жанри журналістики розподіляють на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. І хоча сам розподіл є дещо умовним, жанри мають визначені ознаки. Так, інформаційні жанри – найоперативніші у сфері газетної, радіо- або телевізійної інформації, що стисло, виразно повідомляють про факти, події,

явища дійсності без домислів, інтерпретацій у тому вигляді, в якому вони доступні відображенню у формі нотаток, звіту, інтерв'ю, репортажу, кореспонденції. Аналітичні жанри – оперативно в публіцистичній формі відображають дійсність, де на підставі аналізу конкретизуються висновки й узагальнення. Найважливішими рисами цієї групи жанрів є аналітичність, критична спрямованість, авторське ставлення до баченого й викладеного (коментар, стаття, рецензія, огляд, лист, звернення тощо). Художньо-публіцистичні жанри характеризуються тим, що автори контролюють фабулу подій, що відбулися, маючи можливість перебудовувати, видозмінювати її силою власного задуму. Відображаючи факти через призму власного бачення, позиції, автор здійснює їх творчий відбір, виявляючи найбільш, на його погляд, істотне у формі нарису, замальовки, авторської художньої документалістики, фейлетону, есе, памфлету, гуморески, байки, пародії тощо. Публіцистика вимагає високого професійного рівня, широкого кругозору, великої відповідальності, зваженості. Відмінність публіцистичних жанрів від інших – у домінуванні авторської основи.

Доцільно зауважити, що публіцистика, як явище, давніша від журналістики і друку. Першими публіцистами були оратори, проповідники, священики. Публіцистичний твір з'явився в результаті осмислення автором подій, які були проаналізовані автором в умовах гарантованого високого рівня свободи, коли він вільно може висловити власне ставлення до матеріалу, використати факти з інших джерел, які узагальнюються та інтерпретуються на його розсуд. Отже, публіцистика – це факт, пропущений через особистість автора. На думку В. Здоровеги (2008, с. 230), публіцистика – це твори, в яких «оперативно досліджуються й узагальнюються з особистих, групових, державних, загальнолюдських позицій актуальні факти та явища з метою впливу на громадську думку, суспільну свідомість, а відтак на соціальну практику». Автор-публіцист має здатність бачити в повсякденному житті суспільну значимість та морально-етичний сенс буденних явищ.

Варто зауважити, що похідна з ораторського мистецтва публіцистика має специфічну, близьку їй мову і способи впливу на аудиторію. Прикладом публіцистичної програми, побудованої на історичній основі в

культурно-мистецькій площині, концепція авторської програми телефільмів «Гра долі» була представлена серією фільмів, що демонструвався на 5 каналі упродовж п'яти років. Окремі фільми-розповіді про приватне життя знаменитих людей, які жили на українській землі, та українців, які живуть по всьому світі, історії кохання, сходження на олімп слави, маловідомі факти з життя українських культурних діячів, мистецтва, науки, демонстрували Перший Національний, «Інтер», «Культура», регіональні канали. Серіал «Гра долі» знімали з 2005 р. у форматі від односерійного до багатосерійних фільмів, загальна кількість яких досягла 79 робіт, зараз ці програми стали доступними глядачам на ютуб каналі. Героями телерозповідей були Тарас Шевченко, Іван Мазепа, Богдан Хмельницький, Леся Українка, Іван Франко, Марія Заньковецька, Лесь Курбас, Володимир Вернадський та багато ін. Особливістю фільмів стало те, що автор і ведуча циклу телевізійних документальних фільмів актриса Наталя Сопіт зі своєю активною громадянською позицією, за допомогою перевтілення виступала не лише коментатором подій, а й вела розповідь від першої особи у детективному, епістолярному, мемуарному жанрі. Не обмежений у часі демонстрування, проект може бути повторений в ефірі декілька разів, адже історії з життя відомих людей будуть цікаві та актуальні впродовж багатьох років. Глядачі фільмів – інтелігенція, люди старшого покоління і молодь, яка цікавиться історією та культурою. Високий рейтинг програми телефільмів «Гра долі» визначає не тільки його значна аудиторія, а й широка інформаційна підтримка і вихід у зручний для глядача час.

Варто зауважити, що особливості підходів щодо створення та ведення авторських програм розкриваються шляхом їх порівняння. Так, якщо порівняти телевізійну передачу Оксани Пушкіної «Жіночий погляд» на російському телебаченні та передачу Юлії Гаврилової «Під знаком Нобеля» на КРТ, можна констатувати, що обидві передачі мають соціальний характер та схожу аудиторію освічених людей, зацікавлених у культурі й мистецтві. За формою обидві програми не є ток-шоу, що належать до проявів масової культури, обидві мають майже однаковий часовий формат – 26 хв в Оксани Пушкіної та 24 хв у Юлії Гаврилової, обидві тематично звертаються до життєвих історій видатних людей, обидві виходили в телефір упродовж кількох років.

Однак, якщо Оксана Пушкіна вивчає історії наших сучасників, то в полі зору Юлії Гаврилової більше постатей, які увійшли в історію. Позиція Оксани Пушкіної – це спроба подивитися на навколишній світ очима популярних особистостей – акторів, спортсменів, політиків, бізнесменів, життя яких викликає захоплення й обговорення. Її герої впродовж передачі камерно розповідали про кар'єру і творчі плани, про особисте життя, батьків, друзів, коханих, про захоплення, труднощі, радощі. Насамперед, передача «Під знаком Нобеля» Юлії Гаврилової мала специфічний «ореол давнини», коли авторці вдавалося уявно перенести глядача у минуле, на тлі якого відкривалися подробиці життя лауреатів Нобелівської премії, письменників, поетів, співаків, акторів, яких, за примхами долі, практично забуто. Програми Юлії Гаврилової повертали сучасному глядачеві знання про різні сторони життя видатних діячів, що залишили помітний відбиток в історії людства. Завдяки введенню авторкою постановочних сцен, у глядача створювалося враження, що про себе розповідають самі герої – Антон Чехов, Козьма Прутков, Ільф і Петров, Аркадій Аверченко, Юджин О'Ніл, Габріель Гарсія Маркес та інші. По-різному в передачах акцентовано позицію автора: Оксана Пушкіна, яка іноді висловлювала свою думку, що подекуди не співпадала із думкою телеглядачів; Юлія Гаврилова надавала можливість порівняти життя свого героя із сучасним життям і тим самим зробити висновки. У руслі свого світобачення та авторської програми як особистість Оксана Пушкіна користується увагою преси, зокрема «жовтої», в той час як Юлія Гаврилова далека від публічності, подробиці її життя вкриті таємницею, яка додає її передачам незаангажованості, об'єктивності, вираженої «нейтральності».

Суттєве значення у формуванні авторської програми належить до громадської трибуни, її визначенню за цільовою аудиторією, тобто за призначенням. На такій основі здійснюється розподіл телепередач за їхнім типом. Так, на всіх без винятку каналах існують телепередачі інформаційного типу. Інформаційно-аналітичні програми. Формат підсумкового інформаційно-аналітичного тижневика у звичному тепер вигляді почав розвиватись на українському телебаченні в середині 2000-х рр. Аналітичні програми, які існували на українському телебаченні, мали дещо інший характер. Серед

них – широковідомі «Післямова» Олександра Ткаченка, «Епіцентр» В'ячеслава Піховшека, позначені властивостями авторської програми. Нині визнаний стандарт – це недільний тижневик, який створюється інформаційною службою та будується за принципом випуску новин, хоча елементи авторської програми в них присутні. Свої «підсумки тижня» є не лише на більшості центральних загальнонаціональних телеканалів, але й на «малих» і регіональних каналах. Першими тижневики запустили найрейтинговіші на той час канали «Інтер» – «Подробности недели» та «1+1» – «ТСН. Підсумки», популярність та затребуваність яких сприяє їх довготривалому існуванню. У 2006 р. з'явилися «Факти тижня з Оксаною Соколовою» на ICTV.

Водночас з'явилися й інформаційно-аналітичні програми у форматі авторських, як, наприклад, «Свобода слова» на ICTV, де телеведучий Андрій Куликов намагався відстоювати в ефірі свою особисту авторську позицію. «Большая политика с Евгением Киселевым», зорієнтована на більшу «суб'єктивність» контенту. І хоча випуски цієї передачі на каналі «Інтер» готував редакторський колектив, суттєве навантаження в них мав авторський аналіз, коментар сюжетів, який належав саме Євгену Кисельову, мав авторське спрямування. Аналітичне мовлення, яке вимагає особливих якостей від журналіста, а саме холонокровності, здатності до всебічного дослідження ситуації, скрупульозності у вивченні матеріалу на противагу до можливих ситуацій із підвищеною емоційністю та імпульсивністю, сформувало потребу в появі ведучого з манерою неупередженості й глибини підходу, свободи від тиску стереотипів, сміливістю перед складними проблемами, яку досліджує, та причин, що її породили.

До поширених типів належать також публіцистичні програми, предметом розмови яких стають найзначніші події тижня. Публіцист прагне проникнути у суть явища, порівнюючи різні точки зору. Інформація, аналіз, прогноз – такі завдання ставляться та вирішуються публіцистом лише за умови мінімуму небезпеки тенденційності. Публіцистика вдосконалює суспільство, говорячи йому правду про нього самого. Складність завдання не тільки в тому, що таку істину не завжди зацікавлені висловлювати співбесідники, є вірогідність, що її просто не знають. Занадто часто правда виявляється дуже

жорстокою для телеглядача, який також волів би її не знати. У програмі «Шустер Live» на ТРК «Україна», яку впродовж кількох років вів Савік Шустер, досвідчений автор-публіцист, він знаходив болючі теми, які не обговорювалися у ЗМІ, але потребували полеміки. У телеформаті публіцистичної програми розкривалися теми, що потребували вироблення певної громадської позиції на основі їхнього глибокого аналізу та різнобічного обговорення. Не нав'язуючи телеглядачам свою думку, він разом з експертами та гостями в студії шукав відповідь на поставлені питання. Авторською специфікою передачі було вміння володіти ситуацією в студії, синтезувати, узагальнювати думки присутніх та складати цілісну картину, зокрема з висновків, несподіваних для самого автора. «Фішкою» передачі була неочікувана зміна напряму бесіди і відповіді на непідготовлені питання. Наявність евристичної бесіди засвідчує приналежність телепрограми до типу пізнавально-просвітницьких. У такому випадку автору важливо знайти підхід до глядача, щоб зацікавити його темою, викликати бажання скористуватися порадами.

Доцільно зауважити, що пізнавально-просвітницьке телебачення стимулює створення та підтримку позитивної мотивації людини до отримання знань, забезпечує дію системи стимулів у навчанні, основною робочою одиницею якої є телеситуація. Телеситуація, створювана на екрані, спонукає до активної усвідомленої форми використання отриманих до того знань, зміцнює особистий пізнавальний інтерес та стимулює його подальший розвиток у межах запропонованої теми. Ще більш посиленна мотиваційна основа закладена в учбовому телебаченні, де телеекран дозволяє внести в навчальний процес крім основної пізнавальної мотивації, яка розгортається в ситуаціях, запропонованих з телеекрану. Отже, пізнавально-просвітне та учбове телебачення сприяє накопиченню знань, конкретних професійних навичок, забезпечує їхню оперативність у процесі навчально-пізнавальної діяльності. Просвітньо-навчальний ефект при використанні телебачення досягається шляхом демонстрації еталона-зразка з телеекрану і через проведення телепередач, перегляд учбових телефільмів, теледраматизації та телелекцій, у процесі яких студенти набувають умінь та навички, необхідні в майбутній професії. Зокрема, телеуроки включають модель комунікативної

діяльності, вдосконалення навичок самоконтролю та самокорекції, вироблення якостей свідомого аналізу та контролю, логічного мислення. Пізнавально-просвітницьке телебачення здатне поєднати та синтезувати різні джерела інформації, аудіовізуальні технічні засоби.

Варто зауважити, що телепрограми розважального жанру, які транслюються в прямому ефірі, завдяки креативності, нестандартності, імпровізаційності мають вищий рейтинг, адже сучасний телеглядач має можливість впливати на формування змісту розважальних програм, взявши безпосередню участь під час їх трансляції. Програми розважального жанру завдяки масовості такого телевізійного продукту розширюють глядацьку аудиторію, що, насамперед, зміцнює вплив телеєфіру на суспільну свідомість. Так, у 2011 р. з одинадцяти нагород премії «Телетріумф» шість статуеток принесла розважальна програма «Х-фактор». Надалі успішними стали проекти «Холостяк», «Україна має талант», «Чорний квадрат», «Київ класичний», «Кіноколо». Так, «ICTV» – перший в Україні недержавний загальнонаціональний канал, який має яскраву добірку телевізійних проектів власного виробництва, зокрема розважальних, які за період 2012–2015 рр. користувалися найбільшою популярністю разом із телеканалами «Інтер» та Студія «1+1». Останній, зокрема, транслював такі телевізійні проекти, як «95 квартал», «Чисто News», «Вечірній квартал», «Київ вечірній», «Казкова Русь», «Мульти Барбара». Розважальні програми українського виробництва групи «Квартал 95» популярні й серед глядачів України та за її межами. Їх вихід на телеекран відкрив новий етап у розвитку розважального сегменту українського телебачення (Гоян, 2001).

Те саме засвідчують «мандрівний» та «вокальний» проекти. На каналі Інтер 10 сезонів демонструється низка самостійних і паралельних проектів про подорожі з основною програмою, яка розширилася під назвою «Курортний» (травень 2013 – червень 2013), «Назад в СРСР» (серпень 2013 – грудень 2013), «На краю світу» (лютий 2014 – серпень 2014), «Неизведання Європа» (вересень 2014 – грудень 2014), «Орел і решка. Шопінг». Ці розважальні програми також з успіхом демонструються на телеекранах Росії, Польщі, Вірменії, Литві, Латвії, Грузії. Має

продовження український вокальний проект «Голос країни» (канал «Студія «1+1»), перший сезон якого відбувся у 2011 р.

У результаті дослідження зауважимо, що, сприяючи релаксації глядацької аудиторії, розважальні програми створюють легкі за змістом, зорієнтовані на дозвілля та відпочинок продукти, що різняться за змістом, структурою організації та проведення, манерою мовлення ведучого. «Розважальний» тип програми передбачає процес, вид поведінки людини, що допомагає їй розслабитися та отримати задоволення (Гоян, 2001, с. 4), відволікає людину від чогось гнітючого, важкого, неприємного, заспокоює, втішає, звеселяє, забавляє, потішає чимось. Часто тотожні гри, яка поєднує гумор, азарт, легкість, насолоду, зняття напруги, емоційний комфорт. Розважальні телевізійні програми розглядаються як форма взаємодії з глядацькою аудиторією за принципом використання зворотнього зв'язку у вигляді активного спілкування – діалогу (Шальман, 2009, с. 11).

До відносно нових типів телепрограм належать культурологічні програми, які поєднують художню-публіцистику та культурно-освітні риси. Головний споживач культурологічних програм – освічений, ерудований, інтелігентний глядач, який прагне усвідомити себе як носія певної культури і духовних цінностей. Культурологічні програми, які вимагають від редакційного колективу певної компетентності, спеціальної підготовки на українському телебаченні, достатньо нечисленні. Присвячена проблемам культури та мистецтва, вона покликана пропагувати найкращі зразки вітчизняної культури, спонукати до творчості. Серед них – «Перша експедиція» на «Інтері», яку майже чотири роки вів кінорежисер Сергій Лисенко, «Документ», яку на «1+1» вів Юрій Макаров, «Документ плюс» із Ларисою Денисенко, Анатолієм Єремою, Юрієм Макаровим. Зокрема, у програмі «Документ плюс» Анатолій Єрема, Юрій Макаров і Лариса Денисенко – дуже різні за темпераментом, звичками та манерою викладу ведучі – спілкувалися на різноманітні теми із творчими особистостями. Те саме стосувалося «Першої експедиції», що була більш динамічною. До культурологічних належала також передача «Три цвета времени» та «Під знаком Нобеля» на КРТ, де автором і ведучою була кандидат філологічних наук, поетеса, випускниця Донецького університету Юлія Гаврилова.

Взаємовідносини влади і культури, релігії та держави, особистості й суспільства, таланту і посередності, які обговорювалися в студії, сприяли усвідомленню минулого й сьогодення, залученню до надбань вітчизняної та світової культури.

Оригінальні програми у формі історично-краєзнавчої рубрики «Україна» в програмі «Телеманія» (студія «1+1») та програми «Дай п'ять!», присвяченої історії та сьогоденню Києва на телеканалі «ТЕТ», вів автор та ведучий Олексій Зотиков – етнограф, кандидат історичних наук, журналіст, режисер та сценарист документального кіно. О. Зотиков є також автором захоплюючого серіалу про історію Одеси «Це діялось в Одесі», який транслювали на українських та російських каналах (у Санкт-Петербурзі).

Новизна дослідження полягає у розгляді недослідженої специфіки впливу авторських телевізійних програм на глядацьку аудиторію та виняткової ролі рупорів телевізійних ведучих радянського і пострадянського простору. У результаті дослідження доведено, що важливою функцією телевізійно-ідеологічної пропаганди є формування громадської думки, у кінцевому підсумку – завдяки універсальності та масовості впливу – суспільної свідомості в цілому. Також проаналізовано, що на українському ґрунті авторські програми і харизматичні українські телевізійні ведучі є важливим потенціалом вітчизняного телебачення в телевізійній індустрії в цілому, тому вперше досліджено харизматичність постатей телевізійних ведучих та винайдено нові форми впливу, серед яких чільне місце належить авторським програмам.

У *висновках* доцільно зауважити, що авторське телебачення в українському інформаційному громадянському суспільстві є важливим комунікативним явищем, яке відображає практичний досвід їхнього створення, тематику, проблематику, творчо-технологічну специфіку, зокрема в аспекті вибору конкретних жанрів. Авторські програми мають інформаційну, ідеологічну, освітню, рекреативну, інформаційно-довідкову функції. Специфіка впливу авторських телевізійних програм просвітницького спрямування на загальнонаціональних та регіональних телеканалах України визначає майстерність телевізійного ведучого, який відповідає за

аналіз та обговорення конкретної тематики у громадському середовищі. Автор-ведучий телевізійної програми є певним феноменом телебачення, займаючи громадянську позицію, завдяки науковому інтересу до його телепрограми вибудовуються принципи його роботи над задумом, драматургічні технології створення телевізійного твору, етапи створення аудіовізуального авторського продукту, особливості формування та втілення мовою екрану авторського задуму.

У ході дослідження з'ясовано, що незалежно від рейтингу та «формату», авторська телепрограма обумовлює наявність особистостей, які мають «своє» виразне обличчя. Специфікою сучасного телебачення є велика кількість авторських програм, які широко представлені на центральних та регіональних телеканалах. Їх появу обумовило вивільнення особистості журналіста, коли кожен може незалежно висловлювати думки та взяти участь у створенні власної авторської телепрограми.

Історія телебачення свідчить про трансформацію авторського самовираження на телеекрані, поступове підкреслення особистісного «Я». Характер відносин автора з аудиторією регулюються ступенями персоніфікації, а саме: персоніфікована інформація (розважально-інформаційні програми); узагальнена по комунікатору інформація, де автор програми є орієнтиром (пізнавально-просвітницькі програми); інтерпретована інформація «від автора» як лідера думки, який розтлумачує складні проблеми, авторитетної в моральному й духовному плані особистості (інформаційно-аналітичні, публіцистичні, художньо-публіцистичні програми). Доцільно зауважити, що авторське, по суті, творче джерело передбачає низку вимог, а саме: чітку громадянську позицію, фахову компетентність, професіоналізм, особисті якості – незалежність, зрілість, впевненість, чесність, і щирість. Отже, авторська програма – вершина телевізійної журналістської майстерності, має піднімати і розвивати громадянську свідомість суспільства. Роль телевізійного ведучого, виконати свій громадянський обов'язок, створювати і пропагувати авторські програми, що забезпечують формування нової української еліти.

Література

1. Гоян В. В. *Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми*. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2001. 53 с.

2. Григораш Д. *Журналістика у термінах і виразах*. Львів : Вища шк., 1974. 294 с.
3. Здоровега В. Й. *Теорія і методика журналістської творчості*. Львів : ПАІС, 2008. 268 с.
4. Кузнецова О. Д. *Засоби масової комунікації*. Львів : ПАІС, 2005. 200 с.
5. Литвинов В. Д. Просвітництво. *Енциклопедія історії України*: В 10 т. Т. 9. Київ : Наук. думка, 2012. С. 36.
6. Шальман Т. М. *Жанрові діалогічні форми сучасного українського телебачення* : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2006. 212 с.
7. Шоріна А. Ю. *Авторське телебачення: жанрові форми та різновиди* : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.04. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2008. 17 с.

References

1. Hoian, V.V. (2001). *Typovi ta zhanrovi osoblyvosti informatiinoi teleprohramy*. The types of genre and special information television programs. Kyiv: Kyiv National Taras Shevchenko University.
2. Hryhorash, D. (1974) *Zhurnalistyka u terminakh i vyrazakh*. Lviv: Vyshcha shkola.
3. Zdoroveha, V.Y. (2008) *Teoriia i metodyka zhurnalistykoï tvorchosti*. Lviv: PAIS.
4. Kuznetsova, O.D. (2005) *Zasoby masovoi komunikatsii*. Lviv: PAIS.
5. Lytvynov, V.D. (2012) *Prosvitnytstvo. Entsyklopediia istorii Ukrainy [Encyclopedia of Ukrainian History]*, in 10 vol. vol. 9. Kyiv: Naukova dumka, p. 36.
6. Shalman, T.M. (2006) *Zhanrovi dialohichni formy suchasnoho ukrainskoho telebachennia*. D.Ed. Kyiv National Taras Shevchenko University.
7. Shorina, A.Yu. (2008) *Avtorske telebachennia: zhanrovi formy ta riznovydy*, Abstract of the PhD diss. Kyiv National Taras Shevchenko University

МЕДІАКУЛЬТУРА І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 007:304:659.3

О. О. Полумисна

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Інформаційно-комунікаційні ресурси для людей з інвалідністю

Полумисна О. О. Інформаційно-комунікаційні ресурси для людей з інвалідністю. У статті розглянуто мережу Інтернет як одну із найпопулярніших інформаційно-комунікаційних структур, завдяки якій люди з інвалідністю можуть повноцінно спілкуватись, викладати і поширювати власні ідеї та думки, ознайомлюватися з інформацією, призначеною саме для них; проаналізовано діяльність різних організацій, які в рамках своєї програми займаються забезпеченням доступності Мережі та співпрацюють з найвищими органами влади з метою оптимізувати доступ людей з інвалідністю до Інтернету та усунути бар'єри, що заважають їм брати активну участь у житті соціуму; з'ясовано, що в Україні не забезпечено належним чином доступ до інформації на офіційних сайтах для осіб з порушенням слуху та зору. Систематизовано переважно українські інформаційно-комунікаційні ресурси за категоріями: загальні інформаційні сайти (Всеукраїнське громадське об'єднання Національної Асамблеї людей з інвалідністю, Інформаційно-ресурсний центр інвалідів, Наукове товариство інвалідів «Інститут соціальної політики», Всеукраїнська організація інвалідів «Союз організацій інвалідів України», благодійний фонд «Повір у себе», INVAK.INFO та інші); сайти вузькотематичної спрямованості: фізичні недоліки, пов'язані з порушенням опорно-рухового апарату (Шейникам, Tvoishag.com, Інвафішки, Асоціація інвалідів-спинальників України, Все про ДЦП та ін.), порушення інтелекту і психічні захворювання (Всеукраїнська благодійна організація «Даун Синдром»), порушення функцій слуху (Київська міська федерація з фізичної культури та спорту глухих, Deaf.Com.Ua), порушення функцій зору (Українське товариство сліпих, Харківська громадська організація «Харківський центр реабілітації молодих інвалідів та членів їх сімей «Право вибора»), порушення роботи внутрішніх органів («Цукровий діабет і все, що з ним пов'язано», Асоціація допомоги інвалідам і пацієнтам з ХЛПЗ). До культурно-спортивних (розважальних) віднесено сайти Спортивної федерації глухих України та Асоціації футболу інвалідів України, авторський сайт Тетяни Яремчук, «Знакомства для інвалідів – близькі люди рядом», до медіаресурсів – Всеукраїнська газета «Без бар'єрів», новинарний сайт АРИС, INVAMEDIA: «Медіапортал рівних можливостей», «Заклик». Зроблено короткий огляд цих інформаційно-комунікаційних ресурсів, що допомагають людям з особливими потребами отримувати доступ до інформації, активно інтегруватися у соціум.

Ключові слова: *люди з обмеженими можливостями, люди з інвалідністю, інтеграція, інформаційно-комунікаційні ресурси, інформація, мережа Інтернет.*

Полумисная О. А. Информационно-коммуникационные ресурсы для людей с инвалидностью. В статье рассмотрена сеть Интернет как одна из наиболее популярных информационно-коммуникационных структур, благодаря которой люди с ограниченными возможностями могут полноценно общаться, выкладывать и распространять собственные идеи и мысли, знакомиться с информацией, предназначенной именно для них; проанализирована деятельность разных организаций, которые в рамках своей программы занимаются обеспечением доступности Сети и сотрудничают с высшими органами власти с целью оптимизировать доступ людей с инвалидностью к Интернету и устранить барьеры, которые мешают им активно участвовать в жизни социума; выяснено, что в Украине не обеспечен должным образом доступ к информации на официальных сайтах для лиц с нарушением слуха и зрения. Систематизированы преимущественно украинские информационно-коммуникационные ресурсы за категориями: общие информационные сайты (Всеукраинское общественное объединение Национальной Ассамблеи людей с инвалидностью, Информационно-ресурсный центр инвалидов, Научное общество инвалидов «Институт социальной политики», Всеукраинская организация инвалидов «Союз организаций инвалидов Украины», благотворительный фонд «Поверь в себя», INVAK.INFO и другие); сайты узкотематической направленности: физические недостатки, связанные с нарушением опорно-двигательного аппарата (Шейникам, Tvoishag.com, Инвафишки, Ассоциация инвалидов-спинальников Украины, Все о ДЦП и др.), нарушения интеллекта и психические заболевания (Всеукраинская благотворительная организация «Даун Синдром»), нарушение функции слуха (Киевская городская федерация физической культуры и спорта глухих, Deaf.Com.Ua), нарушение функций зрения (Украинское общество слепых, Харьковская общественная организация «Харьковский центр реабилитации молодых инвалидов и членов их семей «Право выбора»), нарушения работы внутренних органов («Сахарный диабет и все, что с ним связано», Ассоциация помощи инвалидам и пациентам с ХЛПЗ). К культурно-спортивным (развлекательным) отнесены сайты Спортивной федерации глухих Украины и Ассоциации футбола инвалидов Украины, авторский сайт Татьяны Яремчук, «Знакомства для инвалидов – близкие люди рядом», к медиаресурсам – Всеукраинская газета «Без барьеров», новостной сайт АРИС, INVAMEDIA: «Медиапортал равных возможностей», «Заклик». Сделано краткий обзор этих информационно-коммуникационных ресурсов, которые помогают людям с особыми потребностями получать доступ к информации, активно интегрироваться в социум.

Ключевые слова: *люди с ограниченными возможностями, люди с инвалидностью, интеграция, информационно-коммуникационные ресурсы, информация, сеть Интернет.*

Polumysna O. Information-Communication Resources for People with disabilities. The paper considers the Internet as one of the most popular communicative structures that helps people with disabilities to fully communicate, give and spread thoughts and ideas, find out information intended for them in particular. It analyses the activity of different organizations that, within their programs, provide Internet access and cooperate with the authorities to optimize Internet access for people with special needs and to remove the barriers that prevent them from taking active part in social life. It is established that Ukraine does not appropriately provide access to the information at official websites for

people with sight and hearing disorders. Mainly Ukrainian information-communication resources are categorized into: general informational websites (All-Ukraine Public Association "National Assembly of People with Disabilities", Disability Information Resource Center, Scientific Association of Disabled People "Institute of Social Policy", All-Ukraine Organization of People with Disabilities "Union of Ukrainian Organizations of People with Disabilities", Charity Fund "Believe in Yourself", INVAK.INFO and others); highly specialized websites: physical disabilities related to musculoskeletal system disorders (Sheinikam, Tvioshag.com, Invafishki, Ukrainian Association of People with Spinal Disabilities, Everything about cerebral palsy etc.), brain malfunctions and mental disorders (All-Ukraine Charity Organization "Down Syndrome"), hearing disorders (Kyiv Municipal Federation of Physical Culture and Sport for Deaf People, Deaf.com.ua), sight disorders (Ukrainian Association of Blind People, Kharkiv Public Association "Kharkiv Rehabilitation center for Young People with Disabilities and Their Family Members "Right of Choice"), internal organ disorders ("Diabetes and Everything that has to do with it", Association of Assistance to People with Disabilities and Patients with Chronic Lymphoproliferative Disorders). Cultural-sports (entertaining) websites include websites of Ukrainian Sports Federation of Deaf People and Ukrainian Football Association of People with Disabilities, Tetiana Yarymchuk's Website, "Dating for Disabled People – Close People Nearby", Media resources include All-Ukraine Newspaper "No Barriers", the news site ARYS, INVAMEDIA: Mediaportal of Equal Opportunities", "Zaklyk". A short review of the above information resources, which help people with disabilities to get access to information and actively participate in social life, is given.

Keywords: *people with special needs, integration, information-communication resources, information.*

На сьогодні Інтернет досить міцно вкорінився в життя суспільства, перетворившись на найпопулярнішу інформаційно-комунікаційну структуру, яка відіграє особливу роль у житті людей з інвалідністю, бо саме завдяки їй вони можуть повноцінно спілкуватись, знаходити своє місце в соціумі, ознайомлюватися з інформацією, що стосується саме їх, поліпшуючи, таким чином, свою обізнаність, поінформованість.

Інвалідність як соціальне явище притаманне кожній державі. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, на світовому рівні інвалідизація сягає 750 мільйонів людей, 80% інвалідів проживають у країнах, що розвиваються, 10% населення бідних країн є інвалідами, кожна десята дитина у світі живе з інвалідністю, у бідних країнах лише 2–3% дітей-інвалідів ходять до школи [4]. Рівень грамотності серед дорослих інвалідів сягає 3%, причому в деяких країнах частина освічених серед жінок-інвалідів не перевищує 1% [2]. В Україні статус інваліда мають близько 3 млн. людей [3]. Це інваліди з дитинства, із захворюванням опорно-рухового апарату, нечуючі, незрячі, ті, хто став інвалідом в період Великої Вітчизняної війни, а також війни в Афганістані, під час проведення АТО та ін. З огляду на це, вважаємо за потрібне зробити огляд ресурсів, призначених для людей з інвалідністю, та систематизувати їх.

Об'єкт дослідження – інформаційно-комунікаційні ресурси мережі Інтернет.

Предмет дослідження – українські інформаційно-комунікаційні ресурси, корисні для осіб з інвалідністю.

Долею цих людей досить активно переймається світова спільнота. Як приклад, можна навести діяльність міжнародної професійної організації Internet Society, яка в

рамках своєї програми займається забезпеченням доступності Мережі. До її компетенцій входить співпраця з найвищими органами влади з метою оптимізувати доступ людей з обмеженими можливостями до Інтернету та усунути ті бар'єри, які заважають їм брати повноцінну активну участь у житті соціуму. Окрім того, ця організація на чолі з керівними органами розробляє різноманітні регуляторні та законодавчі інструменти з метою полегшення доступу до Мережі людей з інвалідністю.

На одному з останніх засідань ООН наголошувалося на необхідності бачити в людях не їх інвалідність, а їх можливості, майбутні перспективи. Серед низки питань, порушених під час Дев'ятої сесії Конференції держав-сторін Конвенції про права людини з інвалідністю, йшла мова про підвищення рівня доступу до інформації та комп'ютерних технологій [1].

Більше 100 країн підписали і ратифікували цю Конвенцію, де зазначається: «Всі люди з усіма формами інвалідності повинні користуватися всіма правами людини і основними свободами на рівні з іншими особами» [5]. При цьому, як зазначається на сайті ООН, «відсутність достатніх ресурсів не є вагомою причиною для того, щоб відкласти реалізацію Конвенції, і не повинно використовуватись у якості виправдання для скорочення кола осіб, які здійснюють її положення. В процесі реалізації конвенції мають враховуватись всі форми інвалідності» [5]. Так, у статті 4 Конвенції зазначається, що всі держави-учасники зобов'язуються забезпечувати наявність і використання нових технологій, включаючи інформаційно-комунікаційні технології <...> надавати інвалідам доступну інформацію про

засоби, що полегшують мобільність, прилади та допоміжні технології, в тому числі нові технології, а також інші форми допомоги, допоміжні послуги і об'єкти» [6]. У статті 9 йде мова про забезпечення інвалідам доступу на рівні з іншими до фізичного оточення, до транспорту, до інформації і зв'язку, включаючи інформаційно-комунікаційні технології та системи» [6], у статті 21 говориться про те, що інваліди можуть користуватися правом на свободу вираження думок, включаючи свободу шукати, отримувати та розповсюджувати інформацію та ідеї на рівні з іншими, користуючись при цьому всіма формами спілкування» [6].

Серед країн-учасників є й Україна, влада якої постановила проводити дії, зазначені в законі «Про ратифікацію Конвенції про права осіб з інвалідністю» (стаття 9 Доступність), але при цьому в законодавстві не зазначено жодних юридичних наслідків за невиконання даних обов'язків.

З метою контролю дій влади та об'єднання зусиль громадських організацій для вироблення спільних стратегій щодо впровадження Рекомендацій Комітету ООН з прав людей з інвалідністю у 2016 році було опубліковано порадник для ГО людей з інвалідністю «Нічого для нас без нас» за ініціативи ВГО «Національна Асамблея інвалідів України», де, зокрема, зазначається, що в Україні «не забезпечено напрямок щодо доступності інформації на офіційних сайтах для користування осіб із порушеннями зору та слуху, визначеного «Національним планом дій із реалізації Конвенції ООН про права інвалідів на 2013-2020 роки», послуги перекладачів жестової мови надаються лише неурядовими організаціями нечуючих, особи з інвалідністю по зору не можуть самостійно ознайомитись із документами, які пропонуються під час отримання адміністративних послуг тощо [9, с. 41–42], та пропонуються шляхи вирішення як з боку держави, так і з боку громадських організацій.

Цілком слушним є твердження, що рівень політичного, соціального, економічного та морального здоров'я тієї чи іншої держави можна визначити за становищем осіб з обмеженими можливостями. У нашій країні існують певні перешкоди на шляху до створення належних умов для осіб з інвалідністю. Їх класифікують на:

- ментальні (проблема усвідомлення здоровими людьми ситуації та специфічне

ставлення до осіб з обмеженими можливостями);

- фізичні (транспортна та архітектурна недоступність, що є перешкодою для пересування, праці, освіти тощо);

- інформаційні (переважно стосується людей з вадами зору – відсутність дублювання звуковою інформацією візуальних даних; слуху – відсутність дублювання візуальною інформацією звукових даних тощо [12].

На цьому неодноразово наголошував єврокомісар з прав людини Томас Хаммарберг, стверджуючи, що в Україні існують певні проблеми щодо адаптації людей до соціуму [3].

Особливо це стосується доступності до веб-ресурсів незрячих людей. Кабінет Міністрів затвердив технічні вимоги на створення офіційних сайтів, які були б доступними для користувачів з порушеннями слуху та зору. Так, у постанові Кабміну від 26 вересня 2013 року № 730 йдеться про те, що місцеві держадміністрації повинні забезпечити доступ до своїх офіційних сайтів людям з вадами слуху і зору. Зокрема, «передбачати можливість використання комп'ютерних програм екранного доступу, які забезпечують виведення даних у звуковій або рельєфно-крапковій формі. Аудіо- та відеоматеріали повинні супроводжуватися текстом, еквівалентним інформації, що містить аудіо- та відеозапис. Інформація, розміщена в рухомій стрічці, графічні та мультимедійні матеріали повинні дублюватися за допомогою звичайного тексту тощо» [10]. Наприклад, сайт Укрзалізниці адаптував інформацію на своєму сайті для таких людей, але це поодинокі випадки. Одним із таких є навчально-інформаційний комп'ютерний центр Українського товариства сліпих (НІКЦ УТОС), де вся інформація на сайті пристосована для людей з вадами зору.

З огляду на всі незручності в побуті для осіб з обмеженими можливостями, досить складно переоцінити роль інформаційно-комунікаційних технологій. У цих людей з'явилася можливість знайомитись, спілкуватись, навчатись, працювати, ознайомлюватись з корисною інформацією, орієнтуватись у світових процесах тощо. Тому вважаємо за потрібне систематизувати українські інформаційні ресурси, які є і будуть корисними для осіб з особливими потребами та забезпечать їх право вільно висловлювати власну думку, мати можливість шукати,

отримувати і поширювати інформацію та свої ідеї на рівні з іншими. Ці ресурси можна поділити на такі категорії: загальні інформаційні сайти, тематичні, культурно-спортивні (або розважальні) сайти та медіаресурси.

До загальних інформаційних сайтів можемо віднести сайт Всеукраїнського громадського об'єднання Національної Асамблеї людей з інвалідністю (<http://naiu.org.ua>), де дізнаємось про різноманітні проекти, спрямовані на допомогу людям з обмеженими можливостями. Зокрема, йде мова про програми «Батьки за раннє втручання в Україні», АР «Повернення до життя», проект «TEAM», спрямований на працевлаштування внутрішньо переміщених осіб з обмеженими можливостями, які постраждали на Сході України, проект IDEAS – «Інклюзивні рішення для рівноправного та відповідального суспільства» (для захисту людей з інвалідністю у процесах прийняття рішень та у суспільстві загалом). Для залучення людей з особливими потребами до активного соціального життя влаштовують різноманітні тренінги, семінари, флешмоби з метою покращення доступності послуг. На особливу увагу заслуговує сайт «Безбар'єрна Україна», потрапити на який можна через сайт Національної асамблеї інвалідів. Тут люди з обмеженими можливостями можуть ознайомитися з корисною для них інформацією: новинами, законами, путівником доступних місць в Україні, нормативними документами тощо. У рубриці «Універсальний дизайн» порушуються питання щодо проектування середовища так, щоб ним могли скористатися якомога більше людей, особливо це має бути зручно для людей з особливими потребами. Окрім того, сайт Національної Асамблеї людей з інвалідністю має свою сторінку у соціальній мережі Facebook, що робить її ще більш доступною для інтернет-користувачів (можливість коментувати, висловлювати свою точку зору з тих чи інших питань).

«Інформаційно-ресурсний центр інвалідів» (<http://inva-center.sumy.ua/>) створений за ініціативи співробітників цього центру при Сумській центральній бібліотечній системі з метою максимально задовольнити потреби людей з обмеженими можливостями в отриманні новинарної інформації, веденні власного блогу, онлайн-спілкуванні на форумах, розміщенні повідомлень тощо. На даному порталі є можливість ознайомитися з

громадськими організаціями м. Суми, які працюють з людьми з інвалідністю. Зокрема, зосереджена увага на спортивному житті цих людей: «Спортивний клуб інвалідів «Фенікс», центри по роботі з інвалідами: «Інваспорт», центри соціальної реабілітації: «Феліцитас», «Берегиня», Обласний центр реабілітації дітей з особливими потребами, з фотоматеріалами, корисними для інвалідів. Також є можливість обговорити питання на їхній сторінці у Facebook за певною тематикою, як-от: діяльність організацій, товариств і клубів, юридична консультація, обговорення фото- та відеоматеріалів, коментарі до статей і публікацій, а також пропозиції працевлаштування (форум, де розміщуються пропозиції роботи для людей з обмеженими можливостями), пропозиція своїх послуг (люди з обмеженими можливостями пропонують свої послуги та продукцію потенційним працевлаштувачам і покупцям), обговорюються можливості організації та участі людей з обмеженими можливостями в активному відпочинку, подорожах тощо.

На сайті громадського об'єднання «Наукове товариство інвалідів «Інститут соціальної політики» (<http://isp.rehab.org.ua/ukrainian>) порушуються проблеми, пов'язані з питаннями освіти людей з інвалідністю, у першу чергу, мова йде про науковців, для них проводяться тренінги, семінари (для прикладу «Адаптація до навчання в університеті», «У вас особлива дитина» та ін.).

Оригінальний підхід до організації матеріалів на сайті Всеукраїнської організації інвалідів «Союз організацій інвалідів України». На головній сторінці розміщена інтерактивна карта з назвами обласних центрів. Натискаючи на них, переходимо до сторінки конкретної обласної ради, де розповідається про участь її працівників у житті людей з особливими потребами. Зокрема, на цьому сайті можна попрацювати із законодавчими документами, отримати юридичні консультації щодо правової захищеності людей з інвалідністю. Так, на сторінці Львівської обласної асоціації Всеукраїнської організації союз осіб з інвалідністю розташована газета «Благовіст», телепередача «Береги надії», де розміщується інформація про різноманітні конференції, з'їзди, на яких головними є питання, пов'язані з проблемами людей з обмеженими можливостями. Також тут можна

ознайомитися з електронною версією газети «Сила духу».

Корисним інформаційно-комунікаційним ресурсом є сайт благодійного фонду «Повір у себе» (<http://www.povirusebe.org/about-us/>), засновники якого допомагають українській молоді реалізувати себе, підтримують їхні захоплення, наукові дослідження. На сайті двостороння комунікація, кожен учасник може залишити коментар.

INVAK.INFO (invak.info) – проект благодійного фонду розвитку комп'ютерних та інформаційних технологій для інвалідів, який втілює ідеї інклюзії в українському суспільстві. На цьому порталі міститься інформація, що стосується сфери спорту, освіти, технологій, працевлаштування, законодавчих документів, розповідаються життєві історії людей, «сильних духом». Зокрема, представлені програми «Навчання без обмежень», «Можливості для працевлаштування», «Просвітницька робота», «Благодійність задля незалежності». Окрім того, втілюють у життя такі проекти, як «Комп'ютер – спосіб життя» та «Інтернет без кордонів», що дають можливість людям з інвалідністю бути незалежними від інших.

Оскільки на даний момент відсутній дієвий механізм контролю за реальним створенням робочих місць для людей з інвалідністю [9], надзвичайно корисним таким користувачам буде сайт «НОВИНИ Працевлаштування людей з інвалідністю» (intrud.gov.ua), де можна ознайомитися з пропозиціями роботодавців, порадами щодо адаптації до робочого місця тощо.

На порталі державних послуг запропоновано диференціювати обмежені можливості за таким принципом, як:

1. фізичні недоліки, а саме порушення опорно-рухового апарату;
2. порушення інтелекту і психічні захворювання;
3. порушення функцій слуху (глухі та слабочуючі);
4. порушення функцій зору (сліпі та слабозорі);
5. порушення роботи внутрішніх органів, тобто інваліди по «загальному» захворюванню (цукровий діабет, бронхіальна астма, онкозахворювання та інше) [8]. За таким принципом вважаємо логічним розрізняти сайти вузькотематичної спрямованості.

1. Для користувачів з порушенням опорно-рухового апарату.

Сайт Шейникам (www.sheynikam.com) створений з метою допомогти людям, котрі отримали травму хребта і залишилися прикутими до інвалідного крісла. Тут можна знайти відео різноманітних вправ, які потрібні для відновлення рухових функцій. Поради надаються тими людьми, хто зіткнувся з даною проблемою. Окрім того, можемо ознайомитися зі списком медичних реабілітаційних центрів як в Україні, так і за кордоном, причому дається повна інформація: адреси, телефони та прізвища лікарів. Що стосується травм хребта, то можна згадати блог про реабілітацію Tvoishag.com (tvoishag.com), де від автора можна дізнатись про новинки, розроблені в медицині, що стосуються людей із травмами хребта. Надзвичайно корисним для людей з такими травмами буде сайт «Інвафішки», створений з метою допомогти людям з інвалідністю у побуті.

Про дітей зі спинальною м'язовою атрофією та допомогу їм від благодійних фондів дізнаємося на сайті фонду «Children with Spinal Muskulare» (csma.org.ua). Засновники фонду постійно роблять розсилки про лікування СМА, зосереджуючи увагу на організаціях, які дають практичний доступ до лікувальних процедур. На сайті розміщений форум, де обговорюються методи лікування, діагностика, проводяться різного роду консультації тощо.

На сайті Всеукраїнської громадської організації «Асоціація інвалідів-спинальників України» головна увага зосереджена на питанні допомоги та реабілітації осіб з інвалідністю-спинальників та з порушенням функцій опорно-рухового апарату, на створенні безбар'єрного середовища, а також заходах по забезпеченню рівних прав і свобод. Перевагою цього сайту є надана можливість коментувати ті чи інші постанови, закони, що дає можливість налагодити інтерактивний зв'язок з людьми з інвалідністю, почути їхні думки щодо того чи іншого питання.

«Все про ДЦП» (www.dcp.com.ua) – цей сайт створений для інформування пацієнтів, їх сімей та професіоналів. Інформація про людей із ДЦП подається у світовому контексті: «Увага, чемпіонат з футболу на ходунках», «Світові ігри людей з ДЦП: 400 атлетів змагалися в Ноттінгемі», «Надмірна кількість ліків призначається пацієнтам з аутизмом та затримкою розумового розвитку». Цей ресурс розширює кругозір українських громадян з інвалідністю та допомагає об'єднати їх у

всьому світі й дати поштовх до ініціювання певних змагань на території України.

2. Для користувачів з порушенням інтелекту і психічними захворюваннями.

Досить рідко в українському інформаційному просторі зустрічаються ресурси для такої категорії людей. Проте, існує сайт Всеукраїнської благодійної організації «Даун Синдром» (downsyndrome.org.ua), який сприяє об'єднанню батьків особливих дітей, дає можливість дізнатися про нові методи навчання, події, що стосуються людей із синдромом Дауна.

3. Для користувачів із порушенням функцій слуху (глухі та слабочуючі).

Одним із небагатьох є портал Deaf.Com.UA (deaf.com.ua), призначений для інформаційної підтримки саме тих осіб, які частково або повністю не чуять, але хочуть відчувати себе повноцінними членами суспільства. Тут є багато цікавої інформації для тих, хто хоче вивчити жестову мову, дізнатись, який препарат є найбільш ефективним і допоможе покращити слух. Окрім того, постійно оновлюється інформація про найближчі заходи, зібрання людей з вадами слуху. Варто також згадати про Київську міську федерацію з фізичної культури та спорту глухих (deafsport.kiev.ua), де дізнаємось про спортивні події в житті людей із вадами слуху.

4. Для користувачів із порушенням функцій зору (сліпі та слабозорі).

Сайт для людей із вадами зору «Українське товариство сліпих» ([http://cputos.org.ua/](http://cputos.org.ua)) служить для контролю за діями влади щодо виконання нею своїх обов'язків. На цьому сайті розміщені періодичні видання УТОС: дитячий щомісячний журнал «Школяр», журнал «Заклик» і газета «Промінь». Вони представлені або у вигляді аудіофайлів, або документів з великим шрифтом. Має своє представництво в Мережі Харківська громадська організація «Харківський центр реабілітації молодих інвалідів та членів їх сімей «Право вибора», яка займається проблемами забезпечення права дітей зі складними порушеннями зору на якісне виховання та підготовку до інтеграції в соціум, проводить науково-практичні семінари-тренінги.

5. Для користувачів із порушенням роботи внутрішніх органів, тобто інвалідів по «загальному» захворюванню (цукровий діабет, бронхіальна астма, онкозахворювання та інше).

На сайті «Цукровий діабет і все, що з ним пов'язано» (www.diabet.org.ua) представлено матеріали щодо харчування хворих на діабет, лікування, а також різноманітні дослідження та новини у цій сфері. «Асоціація допомоги інвалідам і пацієнтам з ХЛПЗ» (<http://lympho.com.ua>) – сайт цієї громадської організації призначений для надання інформаційної, діагностичної, медичної та психологічної підтримки хворим на ХЛПЗ та їх родинам.

До культурно-спортивних (або розважальних) ресурсів відносимо сайти Спортивної федерації глухих України (<http://www.deafsport.kiev.ua/>) та Асоціації футболу інвалідів України (<http://afiu.com.ua/>). На сайтах популяризують такий вид спорту, як футбол серед людей як із вадами слуху, так і з різного роду інвалідністю. Наприклад, організують матчі для людей із вадами слуху або зору, серед хворих на ДЦП. Все робиться з метою інтеграції цих людей у повноцінне суспільне життя. До цієї категорії відносимо сайт Тетяни Яремчук (tatyana.yaremchuk.com), хворої з дитинства на ДЦП. Авторка цього ресурсу ділиться з оточуючими своєю життєвою історією та власною картинною галереєю, таким чином даючи поради та надію іншим людям зі схожими діагнозами.

Зокрема, до розважальних належить сайт «Знакомства для інвалідів – близькі люди рядом» (mykontakt.org). Завдяки сучасним комунікаціям людина з обмеженими можливостями має шанс познайомитися з новими людьми, які хочуть знайти собі друзів.

До категорії медіаресурсів можна віднести всеукраїнську газету «Без бар'єрів» (bbnews.com.ua), появу якої ініціювала Національна асамблея інвалідів України у 2008 році з метою підвищення поінформованості суспільства щодо соціального захисту громадян з інвалідністю та допомоги людям, котрі зіткнулися з інвалідністю й шукають шляхи повернення до активного життя. Причому розміщена інформація є не лише теоретичною, але й практичною: даються реальні поради щодо започаткування й ведення власного бізнесу, проводяться різноманітні тренінги щодо реалізації певних програм, надаються кваліфіковані коментарі фахівців, повідомляється про новинки у сфері медицини та реабілітації. Сайт є інтерактивним, тобто користувачі мають можливість поспілкуватись зі спеціалістами шляхом листування, поставити

ім питання, зокрема, зв'язатись безпосередньо із редакцією за допомогою телефону або e-mail тощо. Але останнім часом доступ до сайту призупинено.

Також до медіаресурсів можна віднести новинарний сайт АРИС (aris.at.ua). Читачам пропонується новинарний контент, що стосується людей з обмеженими можливостями, але він не досить часто оновлюється.

«INVAMEDIA: Медіапортал рівних можливостей» (<http://invamedia.com/>) – це інформаційний телевізійний портал, де ми можемо ознайомитися з новинами, що стосуються спортивного життя людей з обмеженими можливостями, дізнатись про події, які очікують на наших спортсменів із посиланнями на Національний комітет спорту інвалідів України, Західний реабілітаційно-спортивний центр НКСІУ, Національний центр паралімпійської і дефлімпійської підготовки «Україна», Національну асамблею інвалідів України. Зокрема, на цьому сайті міститься архів випусків програми про людей з особливою долею «Життя на рівних», що з'являлася на Першому національному протягом 2013 року та мала свої сторінки у соціальних мережах Facebook, ВКонтакте, але так і не отримала свого продовження.

«Заклик» – об'єднана редакція періодичних видань Українського товариства сліпих» (zaklyk.org.ua) – сайт, на якому розміщуються як матеріали, надруковані на шпальтах газети, так і ті, що з різних причин не були опубліковані. Тут представлено сторінки видань «Промінь», «Заклик», «Школяр».

Надзвичайно популярним інформаційно-комунікаційним сервісом Інтернету на сьогоднішній день є соціальні мережі. За визначенням Ю. Слугіної, під соціальними мережами розуміється програмне забезпечення і сервіси на інтернет-платформі, які дозволяють людям збиратися разом у віртуальному середовищі, проводити дискусії, спілкуватися і брати участь у будь-якій формі соціальної взаємодії, що охоплює текст, аудіо, відео та інші медіа індивідуально або у будь-якій комбінації [11: 131]. Майже кожна громадська організація із перерахованих вище має свою сторінку на Facebook, де з легкістю можна

додатися до дискусії з приводу тієї чи іншої події, миттєво отримати відгуки. Люди з особливими потребами об'єднуються в інтернет-спільноти та групи – переважно з метою допомогти одне одному (Харківський центр вільного часу «Мы вместе», «Володя буде ходити!!!/Volodya WILL BE walking!!!», «Інваліди дитинства, діти інваліди, переселенці із зони АТО», «Інваліди України, єднайтесь!!!!» та інші).

Окрім того, що проблемою людей з особливими потребами з України переймаються українські організації, ними ще й зацікавлені інші держави, зокрема Німеччина. Як приклад, на сайті ued-ued.de представлені Громадська Організація «Союз Чорнобиль Німеччина», Громадська організація «Товариство російськомовних інвалідів Німеччини – Під одним дахом». Сайт був розроблений в рамках реалізації програми суспільства з інтеграції людей з обмеженими можливостями та має свої сторінки у соціальних мережах, зокрема на Facebook. Товариство російськомовних інвалідів Німеччини «Unter einem Dach e.V.» спільно із волонтерським рухом, Ротарі клубом RC Kharkiv-City реалізують соціальний проект «Допоможи сім'ї інваліда», спрямований на допомогу українським бійцям з інвалідністю, яку вони отримали під час війни на Донбасі.

Таким чином, на сьогодні маємо певну кількість інформаційно-комунікаційних ресурсів (переважно це сайти громадських організацій), які інформують людей з інвалідністю про ті події, що відбуваються навколо них, намагаються максимально інтегрувати цих людей в соціум. Роль цих ресурсів неоціненна: окрім того, що люди можуть віддалено працювати, вони мають платформи для комунікації, де не лише обговорюють свої проблеми, пов'язані з труднощами працевлаштування, доступністю до різного роду послуг, а й повноцінно беруть участь у різних змаганнях, тренінгах, семінарах тощо. Відповідно, щоб покращити доступ до інформації, потрібно дотримуватись певних норм при створенні сайтів: публікувати інформацію в доступних форматах із використанням технологій, що враховують різні форми інвалідності їх користувачів.

Література

1. Валерій Сушкевич : Міжнародна спільнота ООН наголошує на необхідності бачити в людях їх можливості, а не інвалідність [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/news/valerij-sushkevich-mizhnarodna-spilnota-oon-nagoloshuye-na-n-37445>.

2. Дискриминация в отношении инвалидов [Электронный ресурс] // Сайт Организации Объединенных Наций. – Режим доступа : http://www.un.org/ru/events/humanrightsday/2009/discrimination_disabilities.shtml
3. Ежегодно в Украине растет количество инвалидов [Электронный ресурс] // Health info. – Режим доступа : <http://healthinfo.ua/articles/aktivn-otdh/10978>
4. Инвалидность [Электронный ресурс] // Сайт Организации Объединенных Наций. – Режим доступа : <http://www.un.org/ru/youthink/disabilities.shtml>
5. Инвалиды – развитие и права человека для всех [Электронный ресурс] // Enable. – Режим доступа : http://www.un.org/ru/rights/disabilities/background_6.shtml
6. Конвенция о правах инвалидов [Электронный ресурс] // Сайт Организации Объединенных Наций. – Режим доступа : http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml
7. Конвенція про права інвалідів [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71/ed20151209?lang=en
8. Люди з обмеженими можливостями (інваліди) [Електронний ресурс] // IGov Портал державних послуг. – Режим доступу : <https://igov.org.ua/subcategory/1/3/situation/20>
9. Нічого для нас без нас: порадник для громадських організацій людей з інвалідністю [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://naiu.org.ua/nichogo-dlya-nas-bez-nas-poradnyk-dlya-gromadskyh-organizatsij-lyudej-z-invalidnistyu/>
10. Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 р. № 3 і від 29 серпня 2002 р. № 1302 ; Постанова від 26 вересня 2013 р. № 730 // Офіційний вісник України. – 2013. – № 80. – С.45.
11. Слугина Ю. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: проблемы и перспективы / Ю. Слугина // Вестник финансового ун-та. – 2015. – № 2. – С. 130–134.
12. Циган Х. Як вижити людині з обмеженими можливостями в Україні? / Х. Циган // Буковинське віче. – Режим доступу : <http://invak.info/stati/3841-yak-vizhiti-lyudini-z-obmezhenimi-mozhlyvostyami-v-ukrajini.html>

References

1. Valerii Sushkevych: Mizhnarodna spilnota OON naholoshuie na neobkhidnosti bachyty v liudiakh yikh mozhlyvosti, a ne invalidnist [Elektronnyi resurs] // Ofitsiine internet-predstavnytstvo Prezidenta Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://www.president.gov.ua/news/valerij-sushkevich-mizhnarodna-spilnota-on-nagoloshuye-na-n-37445>.
2. Diskriminaciya v otnoshenii invalidov [Elektronnyj resurs] // Sajt Organizacii Ob'edinennyh Nacij. – Rezhim dostupa: http://www.un.org/ru/events/humanrightsday/2009/discrimination_disabilities.shtml
3. Ezhegodno v Ukraine rastet kolichestvo invalidov [Elektronnij resurs] // Health info. – Rezhim dostupa: <http://healthinfo.ua/articles/aktivn-otdh/109784>.
4. Invalidnost' [EHlektronnyj resurs] // Sajt Organizacii Ob"edinennyh Nacij. – Rezhim dostupa: <http://www.un.org/ru/youthink/disabilities.shtml>
5. Invalidy – razvitie i prava cheloveka dlya vsekh [EHlektronnyj resurs] // Enable. – Rezhim dostupa: http://www.un.org/ru/rights/disabilities/background_6.shtml
6. Konvenciya o pravah invalidov [EHlektronnyj resurs] // Sajt Organizacii Ob"edinennyh Nacij. – Rezhim dostupa: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml
7. Konventsiiia pro prava invalidiv [Elektronnyi resurs] // Rezhym dostupu: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71/ed20151209?lang=en
8. Liudy z obmezhenymy mozhlyvostiamy (invalidy) [Elektronnyi resurs] // IGov Portal derzhavnykh posluh. – Rezhym dostupu: <https://igov.org.ua/subcategory/1/3/situation/20>
9. Nichoho dlia nas bez nas: poradnyk dlia hromadskykh orhanizatsii liudei z invalidnistiu [Elektronnyi resurs] // Rezhym dostupu: <http://naiu.org.ua/nichogo-dlya-nas-bez-nas-poradnyk-dlya-gromadskyh-organizatsij-lyudej-z-invalidnistyu/>
10. Pro vnesennia zmin do postanov Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 4 sichnia 2002 r. № 3 i vid 29 serpnia 2002 r. № 1302. Postanova vid 26 veresnia 2013 r. № 730 // Ofitsiinyi visnyk Ukrainy. – 2013. – № 80. – S.45.
11. Slugina YU. Marketingovye kommunikacii v social'nyh setyah: problemy i perspektivy / Y. U. Slugina // Vestnik finansovogo universiteta. – 2015. – № 2. – S. 130–134.
12. Tsyhan Kh. Yak vyzhyty liudyni z obmezhenymy mozhlyvostiamy v Ukraini? / Kh. Tsyhan // Bukovynske viche. – Rezhym dostupu: <http://invak.info/stati/3841-yak-vizhiti-lyudini-z-obmezhenimi-mozhlyvostyami-v-ukrajini.html>

УДК 004.774:[070.431.1:654.197]

Н. В. Соколова

Маріупольський державний університет

Соціальні мережі як нові джерела отримання інформації в телевізійних новинах

Соколова Н. В. Соціальні мережі як нові джерела отримання інформації в телевізійних новинах. У статті досліджено використання соціальних мереж як джерела інформації для створення телевізійних сюжетів. Традиційно журналісти використовують для пошуку інформації п'ять джерел: державні органи, інформаційні агентства, інтернет, прес-служби, колеги та спостереження. Даний перелік є умовним та постійно доповнюється. Пропонуємо до існуючого переліку джерел додати соціальні мережі. З'ясовано, що інформація, отримана із соціальних мереж, активно використовується журналістами на телебаченні. У статті проаналізовані підсумкові випуски телевізійних новин на телеканалах «1+1» та «Інтер». З розвитком інтернету та комунікаційних технологій стало необхідним активне вивчення соціальних мереж. Новинне виробництво на телебаченні не оминуло можливість використовувати соцмережі як джерела невичерпних фактів. Сьогодні соцмережі є головним джерелом оперативної та сенсаційної інформації для електронних ЗМК. Щонайменше, один сюжет у випуску містить ту чи іншу інформацію з інтернету. Останніми роками соціальні медіа активізували свою інформаційну функцію. Особливістю соціальних мереж стало те, що вони не просто надають інформацію, а дозволяють користувачам активно обговорювати її у коментарях. Таким чином, можна дослідити зріз громадської думки з будь-якого питання. Тому телевізійники мають можливість обирати найбільш обговорювані теми для розкриття у своїх сюжетах, дізнаючись уподобання аудиторії завдяки коментарям у мережі. Найбільшою популярністю в Україні користується «YouTube» як підтвердження відеоінформації, «Facebook» як генератор оперативних новин і зріз громадської думки, та «Instagram» у якості джерела особистих та цікавих фотофактів.

Ключові слова: соціальні мережі, телевізійний сюжет, телевізійні новини, джерела інформації.

Соколова Н. В. Социальные сети как новые источники информации в телевизионных новостях. В статье исследовано использование социальных сетей как источника информации для создания телевизионных сюжетов. Традиционно журналисты используют для поиска информации пять источников: государственные органы, информационные агентства, интернет, пресс-службы, коллег и наблюдения. Данный перечень является условным и постоянно дополняется. Предлагаем к существующему перечню источников добавить социальные сети. Выяснено, что информация, полученная из социальных сетей, активно используется журналистами на телевидении. Сегодня соцсети являются главным источником оперативной и сенсационной информации для электронных СМИ. В статье проанализированы итоговые выпуски телевизионных новостей на телеканалах «1+1» и «Интер». С развитием интернета и коммуникационных технологий стало необходимым активное изучение социальных сетей. Новостное производство на телевидении не обошло возможность использовать соцсети в качестве источника неисчерпаемых фактов. Сегодня соцсети являются главной колыбелью оперативной и сенсационной информации для электронных СМИ. Как минимум, один сюжет в выпуске содержит ту или иную информацию из интернета. В последние годы социальные медиа активизировали свою информационную функцию. Особенностью социальных сетей стало то, что они не просто предоставляют информацию, а позволяют пользователям активно обсуждать ее в комментариях. Таким образом, можно исследовать срез общественного мнения по любому вопросу. Поэтому телевизионщики имеют возможность выбирать наиболее обсуждаемые темы для раскрытия в своих сюжетах, узнавая предпочтения аудитории благодаря комментариям в сети. Наибольшей популярностью в Украине пользуется «YouTube» как подтверждение видеоинформации, «Facebook» как генератор оперативных новостей и срез общественного мнения, и «Instagram» в качестве источника личных и интересных фотофактов.

Ключевые слова: социальные сети, телевизионный сюжет, телевизионные новости, источники информации.

Sokolova N. Social networks as new sources of information in television news. The paper investigates the use of social networks as a source of information for creation of television stories. It was found that the information, obtained from social networks, is actively used by journalists on television. Today, social networks are the main source of operational and sensational information for media. The most popular in Ukraine are: YouTube as a confirmation of video information, Facebook as a generator of breaking news and a cross-section of public opinion, and Instagram as a source of personal and interesting photofacts.

We intended to study social networks as a source of information for television news, because modern newsmakers are increasingly using this source to find topics and information issues for their stories. On average, journalists of the TV channel "1+1" apply up to 28 % issues, that is, almost every third news directly or partially contains data from Facebook for one program. On the second place we allocate YouTube which is used for confirmation of words of the author by video information. This resource takes up to 20 % information in the release. It is interesting that on the network there are first short informative messages from the authorities, either directly from their members: elections, meetings, negotiations etc. They don't just inform, but also provide the opportunity to comment, interpret, discuss with other users, creating feedback. Also, the study of people's reactions to various messages in social networks makes it possible to explore public opinion on any issue.

Keywords: social networks, television plot, television news, sources of information.

Вступ. Сьогодні, як і раніше, новини мають неабияке значення для людей. Ми завжди

прагнемо бути обізнаними у тому, що відбувається навколо нас. Телевізійні новини з

часу свого виникнення завжди намагалися залишатися на лідируючих позиціях. Адже саме телевізійні новини поєднують у собі силу слова, звука, зображення і можливість швидко побачити подію. Та, з виникненням інтернету, телебачення вже не встигає за оперативністю. Репортер вже не є єдиною проміжною ланкою у ланцюгу «подія – глядач». Коли до нашого життя увійшли соціальні мережі, кожна людина отримала змогу виступати у ролі ньюзмейкера. *Актуальність* теми полягає у необхідності вивчення соціальних мереж як джерела інформації для телевізійних новин, адже сучасні ньюзмейкери все частіше використовують цю сферу для пошуку тем та інформаційних приводів для своїх сюжетів. Аналізу, розвитку, теоретичному осмисленню соціальних мереж та їх впливу на журналістику присвячено праці як українських (Г. Почепцова, І. Вишневської, О. Васіної, Д. Губанова, Д. Новікова, О. Онищенко, В. Попика та ін.), так і зарубіжних науковців (Р. Данбара, І. Кудряшова, В. Ейсмунта, К. Галагера). Г. Почепцов влучно зазначив: «Соціальні мережі виникають на перетині нових технічних можливостей і старих людських емоцій» [18]. Також професор говорить про те, що змінюється роль журналістів, вони вже не є «королями інформації». Часто політики, зірки шоу-бізнесу і просто популярні особи діляться особистою інформацією у фейсбуці, твітері та інших популярних мережах.

Дослідження, проведене Інститутом Reuters у 2016 році, показує, що соціальні мережі стали основним джерелом новин для молоді 18-24 років та жінок. Опитування проводилося у 26 країнах, де взяли участь 50 тисяч респондентів. Лідируючі позиції посіли Facebook (44 %), Youtube (19 %) та Twitter (10 %) [19]. Телевізійні ЗМК не оминули можливість використати офіційні сторінки відомих людей в соціальних мережах як нові джерела для своїх сюжетів. *Метою* даної статті є виявити факти використання соціальних мереж у якості джерел для створення телевізійних новин. Ми ставимо такі *завдання*: проаналізувати тижневі випуски новин на телеканалах «1+1» та «Інтер»; вивчити джерела інформації для створення сюжетів; виявити найбільш популярні соціальні мережі, які використовують журналісти у підготовці матеріалів; зробити висновок, з якою метою використовується інформація із соцмереж.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на загальнонауковому методі системного аналізу. Використано контент-аналіз, метод спостереження та узагальнення при доборі матеріалу, історико-порівняльний метод для вивчення спільних та відмінних рис подання тижневих новинних програм на українських телеканалах. З'ясувати особливості розвитку вітчизняних електронних ЗМК допомогли історико-описовий і системно-функціональний методи.

Результати і обговорення. Традиційно журналісти користуються п'ятьма основними видами джерел інформації, це: державні органи, інформаційні агентства, інтернет, прес-служби, колеги та спостереження [4]. Цей перелік досить умовний та абстрактний, безумовно, його можна коригувати і доповнювати. Ми вважаємо за необхідне виокремити соціальні мережі як джерело отримання інформації. На даному етапі розвитку телевізійні ЗМК використовують соціальні медіа як джерела інформації для своїх сюжетів. Про це говорить А. Мордюк у своїй статті: «Тексти в новини часто написано за відео чи коментарями із соціальних та відеоплатформ» [17:74]. Дослідниця також зазначає, що такий підхід до створення новин обумовлений зміною аудиторії та прагненням журналістів бути мобільними та технічно підкованими. «Порівняно з традиційними засобами комунікації перевагою соціальних мереж є те, що вони не лише поширюють інформацію, а й дають можливість одночасно коментувати, обговорювати її, набуваючи при цьому значення механізму зворотного зв'язку. Адже для управлінської діяльності інтерес становлять обговорення актуальних питань політичного, соціально-економічного життя, проектів, законів, реформ, діяльності державних і політичних осіб тощо. Таким чином, дослідження реакції в соцмережах дає зріз громадської думки з того чи іншого суспільно значущого питання», – має рацію І. Вишневська [14:522]. Такої ж самої думки дійшла й інша дослідниця О. Васіна: «Нові медіа також запропонували нове джерело інформації – тексти штучної повсякденності людей, що формується окремими повідомленнями реципієнта у соціальних медіа та різними ознаками його активності у мережі, аби доповнити єдиний текст життя (завдяки гіпертекстовим механізмам) та розвивати протягом тривалого часу. Ці форми самопрезентації особистості можуть давати

найрізноманітніші інформаційні приводи для ЗМК: від заяв політиків до появи нових медійних персонажів» [3:184]. Ще у 2013 році аналітичний центр факультету «Медіа та зв'язків з громадськістю» Лондонської школи економічних та політичних наук у своїй доповіді оприлюднив висновок, що соціальні мережі змінюють роботу традиційних новинних агентств. Як наслідок, замість звернень до інформаційних агентств журналісти знаходять до 80% новин у соцмережах [2]. Українські ЗМК у своєму розвитку дещо поступаються британським, але діють за схожим принципом. Аналізуючи випуски новин «ТСН. Тиждень» на телеканалі «1+1» та «Подробности недели» на телеканалі Інтер, ми встановили, що джерелами новин часто стають саме соцмережі, зокрема, «Facebook» та «Youtube», а також «Twitter» (переважно, якщо мова йде про закордонні новини). Інколи телевізійники звертаються й до офіційних сайтів, переважно державних установ. Соціальні мережі та інтернет виступають не тільки джерелом інформації, а й джерелом відео та зображення. Нерідко кореспонденти використовують у своїх сюжетах непрофесійну зйомку, що знаходять на каналах «Youtube», сторінках звичайних користувачів, в авторських блогах. Щонайменше, один сюжет у випуску містить ту чи іншу інформацію з інтернету. Останніми роками соціальні медіа активізували свою інформаційну функцію. За словами професора Г. Почепцова: «Вони виконують роботу медіа, створюють комерціалізацію мереж, – і все завдяки незначному інформаційному кроку, який може зробити кожен. Але мільйони таких

кроків і створюють в результаті океан інформації» [18]. Цікаво, що саме в мережі з'являються найперші короткі інформативні повідомлення від владних структур, або безпосередньо від їх учасників: з виборів, зустрічей, переговорів та ін. Вони не просто інформують, але й надають можливість одночасно коментувати, осмислювати, обговорювати з іншими користувачами, створюючи при цьому зворотній зв'язок. Також вивчення реакції людей на різні повідомлення у соцмережах дає можливість дослідити громадську думку з будь-якого питання. Р. Данбар дійшов висновку, що число людей, з якими ми можемо підтримувати комунікації, виходячи з обсягу нашого мозку, та зберігати інформацію про них індивідуального порядку, становить 150: «Оскільки є суттєві обмеження на число людей, з якими ми можемо розмовляти в конкретний період часу в офлайн, як і на кількість часу, який є у нас для соціальної взаємодії, з неминучістю є обмеження на розмір нашої егоцентричної соціальної мережі, так як відносини вимагають часу. І навпаки, немає обмежень на число людей, які можуть читати наші пости, отже сайти дозволяють нам йти від обмежень, що накладаються живим спілкуванням. Можливість взаємодії відразу з багатьма індивідами в один і той же час дозволяє нам суттєво збільшити розмір соціальної мережі» [1].

Для аналізу обрані тижневі випуски новин «ТСН. Тиждень» на телеканалі «1+1» та «Подробности недели» на телеканалі «Інтер» за вересень 2018 року [5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13]. Дані представимо у вигляді таблиці.

Назва програми	ТСН.Тиждень	Подробности недели
Середня кількість сюжетів у випуску	20	20
Сюжетів з інформацією з Facebook	28 %	16%
Сюжетів з інформацією з You Tube	19 %	0
Сюжетів з інформацією з Twitter	0	10 %
Сюжетів з інформацією з Instagram	10 %	0
Інші інтернет-джерела	20%	35%

Детально представимо дані однієї програми за 30 вересня 2018 року. Випуск «ТСН. Тиждень» розпочинається з новини, джерелами якої стали соцмережі. У сюжеті «Сексуалізація дітей в Інтернеті може впливати на збільшення злочинів, пов'язаних з педофілією» автор Ірина Курило звертається до обговорень скандальних фото у «Facebook» та «Instagram». Приводом для створення цього матеріалу виступають

неоднозначні коментарі користувачів мережі. Окрім безпосередньо інформаційного приводу, автор активно використовує фотографії та скрінні сторінок «Facebook» та «Instagram». Вже у наступному сюжеті ведуча новин також звертається до фото у «Facebook», а сама інформація розміщена на офіційній сторінці Поліції Одеської області у тому ж «Facebook». В рамках даної програми у сюжеті

«ТСН.Тиждень підрахував, у скільки обійдеться здоровий спосіб життя звичайному українцю». С.Ясинський також активно використовує як текстову, так і зорову інформацію, отриману з соцмереж. Ще одна новина «Facebook повідомив, що хакери зламали 50 мільйонів акаунтів» вже своєю назвою говорить про причетність до соцмереж. А у сюжеті «У Сінгапурі усім повнолітнім хочуть виплатити премій на 511 мільйонів доларів» використовується відео з «YouTube». Ще один сюжет «Чергова сесія Генасамблеї ООН зібрала під одним дахом лідерів з майже 200 країн» містить фото та коментарі з «Facebook». Для наступного сюжету «Календар тижня: нові технології розваг та викриття секретних агентів» автор С. Швець активно використовує відео з «YouTube», до того ж, сам сюжет побудований виключно не на власних відео та фактах, а інформації з мережі інтернет. Відео з «YouTube» є основою сюжету «Потужне цунамі накрило Індонезію, загинуло понад 800 людей» [13]. У випуску «ТСН.Тиждень» за 30 вересня 2018 року 21 сюжет, 10 з яких звертаються до інформації соцмереж. Моніторинг тижневих програм «ТСН.Тиждень» за вересень дає підстави зробити висновок, що соціальні мережі виступають обов'язковими джерелами для пошуку інформації. Якщо раніше пошук новин зосереджувався на вивченні таких традиційних джерел інформації, як прес-служби, інформаційні агентства, державні та недержавні установи, люди. То сьогодні журналісти у першу чергу моніторять події та новини в соцмережах. Для цього є певні підстави. По-перше, офіційна інформація міститься на офіційних сторінках різних установ та інформаційних агентств – як на сайтах відомств, так і в соціальних мережах. По-друге, кожна людина може виступати у якості репортера. Це пов'язано з кількома факторами: технологічний прогрес дозволяє будь-кому за допомогою смартфона робити фото, записувати аудіо та відео; розвиток інтернету та мобільного зв'язку допомагає завантажувати інформацію в мережу, соціальні медіа дають змогу поширювати будь-який контент у реальному часі. Аналіз підсумкових новин на телеканалі «1+1» доводить, що у середньому кожна друга новина має відношення до соціальних мереж.

Для розгляду також було обрано тижневу інформаційну програму «Подробности недели» на телеканалі Інтер. Випуск для детального

аналізу обрано за 28 вересня 2018 року, він містить 25 сюжетів. На даному телеканалі підсумкові програми виходять в ефір щоп'ятниці. Перший же сюжет Ірини Баглай «Активисти призвали найти виновных в резонансных нападениях» починається з відео з мережі, але не вказується якої саме, проте протягом усього сюжету використовуються фото, скріни та текст, опубліковані у «Facebook». Друга новина «США призвали расследовать нападение на украинских активистов» сама по собі є новиною з соцмережі «Twitter», просто прокоментована ведучим. Після основного матеріалу, сюжет про суддів ведучий доповнює інформацією з інтернету: «Генпрокурор оставил Назара Холодницкого без премии». Джерело також не вказується. В наступному сюжеті «Олега Сенцова обследовали в больнице» приводяться факти з інших інтернет-медіа та «Facebook» [8]. Отже, на телеканалі Інтер журналісти також використовують соцмережі як джерела отримання інформації, але більше дотримуються традиційних джерел. Особливість програми «Подробности недели» полягає у залученні в якості підтвердження факту матеріалів інтернет-ЗМІ. Соціальні мережі, зокрема, «Facebook» грають важливу роль у підготовці сенсаційних та оперативних матеріалів. У програмній сітці «Подробностей» такі матеріали розміщують на початку випуску. Таким чином привертається увага глядачів.

Висновки. З часів своєї появи телевізійна журналістика постійно змінює не тільки форми та зміст своїх програм, але і способи отримання інформації. Із розвитком інтернету стає важливим вивчення ролі соціальних мереж у медійній сфері. Зростання їх популярності серед людей відкрило нову сферу для розповсюдження оперативної, актуальної та сенсаційної інформації. Новинне виробництво на телебаченні не оминуло можливість використовувати соцмережі у якості джерела невичерпних фактів. Найбільшою популярністю на українських телеканалах користується інформація, отримана з «Facebook» та «YouTube». У середньому на телеканалі «1+1» до мережі «Facebook» за одну програму журналісти звертаються у 28% випуску, тобто майже кожна третя новина напряму або частково містить дані з цієї мережі. Переважно з «Facebook» журналісти використовують саме факти (текст) або фотофакти, рідше – відео. Друге місце посідає «YouTube», який використовується для

підтвердження слів автора відеоінформацією. Цей ресурс займає до 20% інформації у випуску. Дослідження використання соціальних мереж як джерел отримання інформації залишається актуальним і сьогодні.

З огляду на зростаючу популярність соцмереж, такі аспекти як їх вплив на журналістику, перехід медіа в інтернет, дослідження громадської думки з різних питань наразі мало вивчені та потребують уваги науковців.

Література

1. Bennet D. The Dunbar number, from the guru of social networks. – [Електронний ресурс] / D. Bennet. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2013-01-10/the-dunbar-number-from-the-guru-of-social-networks>.
2. Wakefield J. Social media "outstrips TV" as news source for young people. [Електронний ресурс] / J. Wakefield. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/news/uk-36528256>.
3. Васіна О. Конвергенція жанрів новини і реаліті-шоу в нових медіа / О. Васіна // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – 2016. – № 41. – С. 182–189.
4. Виды источников информации. Мир современных медиа Genefis. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://genefis.ru/view.php?id=35>.
5. Випуск «Подробности недели» за 7 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/7/20/0/>.
6. Випуск «Подробности недели» за 14 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/14/20/0/>.
7. Випуск «Подробности недели» за 21 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/21/20/0/>.
8. Випуск «Подробности недели» за 28 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/28/20/0/>.
9. Випуск ТСН. Тиждень за 2 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-2-veresnya-2018-roku-1210701.html.
10. Випуск ТСН. Тиждень за 9 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-9-veresnya-2018-roku-1214229.html.
11. Випуск ТСН. Тиждень за 16 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-16-veresnya-2018-roku-1217979.html.
12. Випуск ТСН. Тиждень за 23 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-23-veresnya-2018-roku-1221816.html.
13. Випуск ТСН. Тиждень за 30 вересня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-30-veresnya-2018-roku-1225569.html.
14. Вишневецька І. Соціальні мережі як джерело підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2015. – № 41. – С. 521-530.
15. Ейсмунт В. Соціальні мережі знизили ризики для протестувальників – дослідник Нью-Йоркського університету Джошуа Такер [Електронний ресурс] / В. Ейсмунт. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/sotsialni_merezhi_znizili_riziki_dlya_protestuvalnikov_doslidnik_nyuorckskogo_universitetu_dzhoshua_taker/.
16. Кудряшов И. Самосегрегация в сетях [Электронный ресурс] / И. Кудряшов. – Режим доступа: <https://syg.ma/@ivan-kudriashov/samosieghriehatsiia-v-sotssietiakh>.
17. Мордюк А.О. Апгрейд теленовин, або нова подача інформаційної програми в Україні [Електронний ресурс] / А. О. Мордюк // Science and education a new dimension humanities and social science. – 2014 р. – № 36.– Режим доступу: <https://www.slideshare.net/SocietyforCulturalan/36-63859340>.
18. Почепцов Г. Г. Социальные медиа как дружеские сети и как опасные ловушки. – [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступа: <https://psyfactor.org/lib/media-communication-22.htm>.
19. Твиттер обогнал СМИ по скорости распространения новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.polit.ru/news/2013/03/07/twitter_won/.

References

1. Bennet D. (2013), «The Dunbar number, from the guru of social networks», available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2013-01-10/the-dunbar-number-from-the-guru-of-social-networks> (accessed 7 October 2018).

2. Wakefield J. (2016), «Social media "outstrips TV" as news source for young people», available at: <https://www.bbc.com/news/uk-36528256> (accessed 11 October 2018).
3. Vasina O. (2016), «The Convergence of genres news and reality shows in new media», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Serija Zhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Series Journalism]*, no. 41, pp. 182–189.
4. Genefis.ru (2012), «Types of information sources», available at: <http://genefis.ru/view.php?id=35> (accessed 12 October 2018).
5. Podrobnosti.ua (2018), Podrobnosti nedely to 7 September 2018, available at: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/7/20/0/> (accessed 8 October 2018).
6. Podrobnosti.ua (2018), Podrobnosti nedely to 14 September 2018, available at: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/14/20/0/> (accessed 8 October 2018).
7. Podrobnosti.ua (2018), Podrobnosti nedely to 21 September 2018, available at: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/21/20/0/> (accessed 8 October 2018).
8. Podrobnosti.ua (2018), Podrobnosti nedely to 28 September 2018, available at: <http://podrobnosti.ua/news-release-list/2018/9/28/20/0/> (accessed 8 October 2018).
9. TSN. Tyzhden (2018), TSN. Tyzhden to 2 September 2018, available at: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-2-veresnya-2018-roku-1210701.html (accessed 6 October 2018).
10. TSN. Tyzhden (2018), TSN. Tyzhden to 9 September 2018, available at: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-9-veresnya-2018-roku-1214229.html (accessed 6 October 2018).
11. TSN. Tyzhden (2018), TSN. Tyzhden to 16 September 2018, available at: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-16-veresnya-2018-roku-1217979.html (accessed 6 October 2018).
12. TSN. Tyzhden (2018), TSN. Tyzhden to 23 September 2018, available at: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-23-veresnya-2018-roku-1221816.html (accessed 6 October 2018).
13. TSN. Tyzhden (2018), TSN. Tyzhden to 30 September 2018, available at: https://tsn.ua/vypusky/tsn_tyzhden/vipusk-tsn-tizhden-za-30-veresnya-2018-roku-1225569.html (accessed 6 October 2018).
14. Vyshnevsjka I. (2015) «Social networks as a source of information and analytical materials», *Naukovi praci Nacional'noji biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskogo [Scientific works of the National library of Ukraine. V. I. Vernadsky]*, no. 41, pp. 521–530.
15. Ejsmunt V. (2017) «Social networks reduced the risks for the protesters – a researcher at new York University Joshua Tucker», available at: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/sotsialni_merezhi_znizili_riziki_dlya_protestuvalnikov_doslidnik_nyuyorskogo_universitetu_dzhoshua_taker/ (accessed 10 October 2018).
16. Kudrjashov Y. (2017) «Self-segregation in networks», available at: <https://syg.ma/@ivan-kudriashov/samosieghriehatsiia-v-sotssietiakh> (accessed 12 October 2018).
17. Mordjuk A.O. (2014) «Upgrade TV news, or a new supply of information programs in Ukraine», available at: <https://www.slideshare.net/SocietyforCulturalan/36-63859340> (accessed 12 October 2018).
18. Pohepcov G. G. (2017) «Social media as friendly networks and as dangerous traps», available at: <https://psyfactor.org/lib/media-communication-22.htm> (accessed 10 October 2018).
19. Polit.ru (2013) «Twitter has overtaken the media in terms of news speed», available at: http://www.polit.ru/news/2013/03/07/twitter_won (accessed 10 October 2018).

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 077(477):316.773.2

А. С. Рязанов

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Меми в українській інтернет-журналістиці

Рязанов А. С. Меми в українській інтернет-журналістиці. У статті розглядається проблематика залучення мемів до української сфери мас-медіа, зокрема, цифрові засоби масової інформації. Зроблено аналіз наукових праць з меметики та масових комунікацій, у рамках якого розглянуто розвиток мемів, їхні ключові особливості та методи вираження новин за їхньою участю. У статті проаналізовані приклади використання мемів у цифрових та традиційних ЗМІ, особливості їхнього сприйняття цільовою аудиторією та впливу на суспільство. У якості наочного прикладу розповсюдження мемів та їхнього впливу на суспільство наведено публікації українських та зарубіжних ЗМІ. Автор подає розробку питання про меми, як явище журналістики, яке відповідає існуючим журналістським стандартам, незважаючи на унікальні характеристики, що створюють передумови для віднесення мема до категорії мистецького об'єкта. Основою наукової розвідки є практичний досвід автора, отриманий у цифровому ЗМІ, також у якості теоретичного підґрунтя використані праці вітчизняних та іноземних дослідників мемів. Порівняння концепцій різних науковців надало змогу сформулювати власне бачення мемів, як інформаційних одиниць, виділити їхні особливості та розглянути деякі різновиди, що використовуються у засобах масової інформації. Також у статті розглянуто еволюцію мема від біологічного поняття до інформаційної одиниці, особливості кожного етапу розвитку, сучасний стан та перспективи у призмі сфери масових комунікацій. Окрім аналізу існуючих практик залучення мемів до української інтернет-журналістики, стаття привертає увагу наукового суспільства до потенціалу мемів та особливостей їхнього використання у сфері цифрових мас-медіа.

Ключові слова: *меми, інтернет, журналістика, вплив, ЗМІ, медіа.*

Рязанов А. С. Мемы в украинской интернет-журналистике. В статье рассматривается проблематика внедрения мемов в украинскую сферу масс-медиа, в частности, цифровые средства массовой информации. Сделан анализ научных трудов по меметике и массовым коммуникациям, в рамках которого рассмотрено развитие мемов, их ключевые особенности и методы выражения новостей с их участием. В статье проанализированы примеры использования мемов в цифровых и традиционных СМИ, особенности их восприятия целевой аудиторией и влияния на общество. В качестве наглядного примера распространения мемов и их влияния на общество поданы публикации украинских и зарубежных СМИ. Автор освещает разработку вопроса о мемах, как явлении журналистики, которое соответствует существующим журналистским стандартам, несмотря на уникальные характеристики, создающие предпосылки для отнесения мема к категории объекта искусства. Основой научного изыскания является практический опыт автора, полученный в цифровом СМИ, также в качестве теоретической почвы использованы труды отечественных и иностранных исследователей мемов. Сравнение концепций разных ученых позволило сформировать собственное видение мемов, как информационных единиц, выделить их особенности и рассмотреть некоторые разновидности, используемые в средствах массовой информации. Также в статье рассмотрена эволюция мема от биологического понятия до информационной единицы, особенности каждого этапа развития, современное состояние и перспективы в призме сферы массовых коммуникаций. Кроме анализа существующих практик внедрения мемов в украинскую интернет-журналистику, статья привлекает внимание научного сообщества к потенциалу мемов и особенностей их использования в сфере цифровых масс-медиа.

Ключевые слова: *мемы, интернет, журналистика, влияние, СМИ, медиа.*

Riazanov A. Memes in Ukrainian online journalism. The paper deals with the problems of introducing memes into the Ukrainian sphere of mass media, in particular, digital media. The analysis of scientific works on memetics and mass communications has been done, within the framework of which the development of memes, their key features and methods of expressing news with their participation have been considered. The paper analyzes examples of the use of memes in digital and traditional media, especially their perception by the target audience and the impact on society. As a vivid example of the spread of memes and their impact on society, the publications of the Ukrainian and foreign media are presented. The author submits the development of the issue of memes as a phenomenon of journalism that meets current journalistic standards, despite the unique characteristics that create the prerequisites for classifying a meme as an object of art. The basis of scientific research is the practical experience of the author, obtained in the digital media, as well as the theoretical ground used by the works of domestic and foreign researchers of memes. The comparison of the concepts of different scientists allowed to form my own vision of memes as information units, to highlight their features and consider some of the varieties used in media. The paper also considers the evolution of the meme from the biological concept to the information unit, the features of each stage of development, the current state and prospects in the prism of the sphere of mass communications. In addition, here not only existing practices of introducing memes into Ukrainian online journalism have been analyzed, but the paper draws the attention of the scientific community to the potential of memes and the peculiarities of their use in the field of digital media.

Keywords: *memes, internet, journalism, influence, media, mass media.*

Постійний розвиток системи ЗМІ призводить до того, що традиційні засоби масової інформації, до яких варто відносити

телебачення, друківані засоби масової інформації та радіо, збільшують присутність в інтернеті. У таких телеканалів, як «1+1»,

«Україна», «Інтер», журналу «Кореспондент», газети «KyivPost», «The New York Times» та інших ЗМІ, існують інтернет-сайти, представництва у Facebook та інших соціальних мережах.

Разом з інтернет-представництвами традиційних ЗМІ, почали створюватися окремі цифрові ЗМІ, які існують тільки в інтернеті. Але вони у своїй більшості наслідують форму подання інформації традиційних ЗМІ. Приблизно з 2009 року почали працювати ЗМІ, які виконують ті ж завдання, що й традиційні ЗМІ та їхні представництва в інтернеті – збір, обробка та донесення суспільно важливої інформації до аудиторії.

Проте змінився формат медіаконтенту, внаслідок чого деякими ЗМІ почали використовуватися нові форми донесення інформації. Зокрема, мова йде про мему, які мало вивчені як форма вираження новин, з цього випливає актуальність даного явища як предмету наукового дослідження. Завданням статті є аналіз сучасного стану мемів в українській інтернет-журналістиці, можливостей впливу інформаційних одиниць на суспільство.

Мем є новою одиницею вираження інформації, яка дозволяє подавати інформацію лаконічно та концентровано, до чого тяжіють і засоби масової інформації. Явище мему почало поширюватися у середині першого десятиліття ХХІ століття, коли набув розповсюдження і масовий інтернет, адже саме у цей час почали зароджуватися найбільші соціальні мережі («Facebook», «ВКонтакте», «Twitter»).

Саме у соціальних мережах, де користувачі могли спілкуватися та поширювати контент, почали створюватися авторські картинки та відеофайли, часто на основі вже наявних гумористичних картинок та художніх фільмів. Спочатку в інтернеті зароджувалися демотиватори, які засновувалися на картинці, яка розміщувалася у чорній рамці та мала пояснювальний підпис, який допомагав трактувати її зміст.

Наступником демотиваторів став мем. За визначенням німецького дослідника Штефана Прімбса, він є концепцією у формі посилання або графічного, звукового чи відеофайлу, що швидко поширюється через інтернет [9:76], таку ж думку висловив раніше і американський дослідник медіа Дуглас Рашкофф [10:285-294].

При цьому Штефан Прімбс зауважує, що розповсюдження мему не обмежується його масовістю, натомість також відбувається

творча робота з контентом, що поширюється. Тобто кожен користувач інтернету може використати загальновідомий мем для створення власного контенту та його подальшого розповсюдження.

Явище мему зародилося ще до того, як його почали розповсюджувати в інтернеті, наприкінці 20 століття його вивчали дослідники Річард Докінз, Річард Броуді, Антоніо Менегетті, Дуглас Рашкофф.

В Україні журналістикознавці не вивчають мему настільки глибоко, як це роблять їхні західні колеги. Так, у працях Марії Яцимірської, Гліба Семенюка, мем розглядається як одиниця інформації та супроводжуваний журналістські матеріали контент. Проте вираження новин за його допомогою не є предметом їхніх наукових розвідок, оскільки таке явище є порівняно новим для української дійсності, на відміну від західних ЗМІ, де мему почали задіювати у роботі ЗМІ на початку 21 століття.

Зважаючи на поширення мемів та їхнє залучення до сфери масових комунікацій, зокрема традиційних та цифрових ЗМІ, питання вивчення мемів до журналістського середовища дуже важливе та є актуальним.

Західні дослідники приділяли особливу увагу дослідженню медійної функції мему (застар. «міма») та особливостям його поширення і перенесення з опорою на біологічну точку зору, яку в 1976 році запровадив Р. Докінз у своїй праці «Егоїстичний ген» а згодом розвинув у книзі «Розширений фенотип» [2].

На думку Докінза, мему є реплікаторами, тобто об'єктами, які копіюють самі себе задля розмноження. Вони можуть поширюватися як за бажанням носія, так і незважаючи на його наявність. Успішність відтворення безпосередньо залежить від навколишнього культурного середовища та наявності носія, який спрямовано намагається розповсюдити інформацію.

Мему можуть видозмінюватися, комбінуватися між собою та розділятися, щоб формувати нові одиниці. Вони беруть участь у боротьбі один з одним за ресурси, тобто розуми людей-носіїв, та, як результат, піддаються природному відбору [3]. Тож можна вважати, що мему діють за законами, схожими на біологічні, проте існують у культурному середовищі.

Американський дослідник ЗМІ та конспіролог Дуглас Рашкофф описує явища, які

схожі на меми Докінза. Вони здатні до самопоширення, видозміни та впливу на адресатів. Проте Рашкофф називає їх медіавірусами, адже за його думкою, меми є вірусами, які опосередковано впливають на соціум. Дослідник говорить про можливість маніпуляцій суспільною думкою за допомогою медіавірусів, які проникають до свідомості кожного з членів соціуму та можуть змінювати світогляд [10:95].

Якщо проводити аналогію за теорією Річарда Докінза, яка полягає у перенесенні біологічного підходу до вивчення інформаційних одиниць – мемів, то вони беруть участь в боротьбі за виживання, як і всі організми, але предметом боротьби є розум носія. Тож, серед мемів теж панує природний відбір, якому піддаються не тільки самі одиниці інформації, а й їхні носії, тобто люди.

У інтернет-просторі з початком розвитку українського сегменту інтернету у першому десятилітті ХХІ століття, почали з'являтися інтернет-меми, які несли переважно розважальну функцію. За рахунок того, що меми характеризуються яскравістю, виразністю, повторюваністю, вони добре запам'ятовуються та просто повторюються і поширюються, що сприяє збільшенню популярності.

Мем, який є простим та виразним, привертає увагу аудиторії, переважно молоді, яка є найбільш лабільною та чисельною групою користувачів інтернету. Саме молодь використовує все нове та застосовує будь-які засоби комунікації заради привернення уваги, створюючи меми та особливо активно на них реагуючи.

Тому меми містять у собі відбиток молодіжної культури з емоційною насиченістю, яка у тому числі забезпечується за рахунок неправильного використання мови та багатьох варіантів трактування змісту. Прикладами цього можуть бути меми «МЫШ КРОДЕТЬСЯ», «ДРАТУТИ», «ПРЕВЕД», у яких жарт полягає у неправильному, а тому комічному написанні слів.

Емоційне наповнення мема – один із головних чинників його поширення, адже що більшу виразність має одиниця, то легше вона сприймається і меншу критичність викликає у адресата. Цим фактом можна пояснити, чому часто нелогічні та нераціональні меми, які не мають корисного наповнення, стають популярними серед великої аудиторії.

Інтернет-меми у певному сенсі діють як підтекст, адже дають не тільки свободу творчості за допомогою можливості різних трактувань, а й дозволяють транслювати інформацію максимально стисло. Наприклад, отримуючи картинку або мелодію, адресат може самостійно знайти певні сенси та розширити комунікативний канал. Мем має на увазі недовомленість, яка допоможе задіяти індивідуальний досвід задля заповнення «смислових пустот» [3:120-122].

Завдяки цьому в інтернет-просторі почали з'являтися ЗМІ, які спеціалізуються на вираженні новин за допомогою мемів. У Російській Федерації це проект ЗМІ «Lenta.ru», який називається «Лентач», у Республіці Білорусь – «Чай з малинавым варэнням», а в Україні проектом, орієнтованим на висвітлення інформації із залученням мемів, є «Новинач».

Особливістю даних засобів масової інформації є те, що вони використовують концепт «підводка-мем», тобто, за наявною інформацією створюється підводка, а сама новина передається за допомогою мема, який часто перероблюється співробітником ЗМІ, так званим «підчером».

Обрання конкретної основи для створення нового контенту проходить на асоціативному рівні: підчер ознайомлюється з новиною, обирає мем, засновуючись на власному сприйнятті, та створює картинку або відеофайл, які є проблемними, впізнаваними та актуальними для конкретної аудиторії та новини.

Підводка, яка містить лише найважливіше з поданої новини, доповнюється мемом, та внаслідок компіляції ці два елементи утворюють єдину смислову конструкцію, яка дає користувачеві змогу ознайомитися з новиною без необхідності звертатися за перевіркою даних до інших ЗМІ. Таким чином, цифрова журналістика, як і телебачення протягом його розвитку, суміщає інформаційну та розважальну функцію, грамотно їх поєднуючи, проте не замінюючи.

Затвердження мема проходить за участі всієї редакційної колегії, після чого редактор або людина, яка займається перевіркою та випуском інформації, пише супроводжуючу підводку, засновану переважно на офіційних та перевірених джерелах (як передбачається і в робочому процесі інших цифрових та традиційних ЗМІ) та публікує матеріал. Тобто, меми – це одночасно і сприйняття новини окремою людиною, і об'єктивна оцінка

інформаційного приводу. Це дозволяє редакціям, працюючим з мемами, дотримуватися наявних стандартів журналістики, зокрема: балансу думок та точок зору, достовірності, точності, повноти представлення фактів.

Незважаючи на те, що унікальний мем, створений під час роботи онлайн-редакції, є певною проекцією думок та креативу творця, він зберігає в собі якості журналістського матеріалу. Так, публікації, які викладаються редакцією, є оперативними, об'єктивними, лаконічними та неупередженими, це легко перевірити, ознайомившись з історією публічної сторінки. Тому онлайн-ЗМІ, які використовують у своїй роботі меми, можуть вважатися повноцінними ЗМІ, які слідує стандартам, встановленим в українській та міжнародній журналістиці. Отже, залучення мемів до вироблення новинарного контенту не має негативного впливу на якість інформації та сприйняття інформації аудиторією.

Складність полягає в тому, що меми, як правило, накопичують значення, проте не втрачають старих, набуваючи нових [3]. Це призводить до того, що люди, які раніше ознайомилися з початковим мемом за різних обставин, можуть трактувати контент інтернет-ЗМІ по-різному. Індивідуальність для кожного адресата створює проблему, через яку творці унікального контенту мають враховувати всі можливі трактування мема, обираючи оптимальний варіант контенту.

Окремо варто виділяти випадки, коли для ілюстрування новини не беруть сторонній мем, а сама новина є мемом. Зокрема, це випадок з екс-президентом України Віктором Януковичем, коли 17 травня 2010 року під час урочистого заходу біля Могили Невідомого солдата у Києві до пам'ятної дати, на нього впав вінок. Також подібним мемом є стрибання Януковича по пеньках під час інтерв'ю 24 червня 2011 року у Межигір'ї та кидання в нього яйцем 24 вересня 2004 року під час візиту до студентів Івано-Франківська, в ході якого тодішній прем'єр-міністр і майбутній президент знепритомнів.

Прикладом того, коли ситуація стає мемом, може бути і історія спікера палати представників федерального парламенту Австралії Бронвін Бішоп, яка стала відомою у 2015 році. У газетах «The Daily Telegraph» та «The Sydney Morning Herald» вийшли публікації про витрачання нею державних коштів на особисті подорожі. Особливістю

Бішоп було те, що задля подолання шляху лише у 80 кілометрів вона витратила 5 тис. доларів з бюджету держави на оренду гелікоптера, хоча могла використати власний автомобіль [5].

Незважаючи на публікації у ЗМІ, уваги на цю ситуацію ніхто не звернув. Проте суспільний резонанс після поширення мемів, у яких демонструвався дуже дорогий або невиправданий метод пересування та робився підпис, з якого було зрозуміло, що Бронвін Бішоп використовує гелікоптер задля незначних подорожей, призвів до результату. Через вірусність мема навіть ті люди, які раніше не знали про існуючу ситуацію, звернули увагу на чиновницю.

У цій ситуації мем став не тільки розважальним засобом та формою вираження новини, а й набув важливої соціальної функції, викриваючи мінуси окремого політика. Мем спричинив розголос, якого не змогла б дати окрема публікація. Унаслідок цього влада Австралії почала внутрішнє розслідування, та головна героїня мема була змушена скласти повноваження через привернення громадської уваги до її протизаконних дій.

Зважаючи на брак розважального контенту, цифрові ЗМІ, які тяжіють до традиційно офіційної та емоційно нейтральної подачі матеріалу (сайт «BBC Україна» [8], «Днепровская панорама» [1], «Znaj.ua» [4]), періодично запозичують матеріали електронних ЗМІ, що спеціалізуються на вираженні новин за допомогою мемів, для власних публікацій. В українському сегменті інтернету запозичуються переважно публікації інтернет-видання «Новинач», адже вони актуальні для порядку денного української інформаційної сфери та можуть бути сприйняті цільовою аудиторією.

Інші види ЗМІ, особливо телевізійні канали («24 канал», «ICTV»), також намагаються створювати унікальний контент, який заснований на мемах, як у вигляді окремих програм, так і включень популярних мемів до існуючих ефірних продуктів. Проте найчастіше спроби неоднозначно сприймаються аудиторією через невідповідність адресатів до такого методу подачі інформації. Це не означає, що програми такого типу не транслюються, адже спроби адаптації початково інтернет-формату до інших видів ЗМІ здійснюються.

Наприклад, авторське шоу Романа Вінтоніва (псевдонім Майкл Щур) під назвою «#(@)є?\$0» («грати, песик, дужка, гривня, знак

питання, долар, нуль»), почало розповсюджуватися в інтернет-середовищі, а саме у соціальній мережі YouTube. Проте наразі це шоу також виходить у ефірі «24 каналу», що є більше винятком із правил, аніж тенденцією. Більше таких прикладів в українському інформаційному середовищі немає, тож можна зробити висновок, що такий формат досі залишається неприйнятним для телеканалів, через несприйнятливості цільовою аудиторією.

Зважаючи на те, що меми можуть бути формою вираження новин, тобто привертати увагу до інформаційних приводів та соціально важливих явищ (що було доведено у наведеній ситуації з австралійською можновладкою) і проблем суспільства, у подальшому кількість інтернет-редакцій, які використовують меми у своїй роботі, збільшуватиметься. Тому вивчення мемів у ЗМІ та їхнє залучення до інформаційного середовища є актуальним та важливим для журналістської науки.

Література

1. Дары МВФ: в сети шутливо сравнили Президента Порошенко и Гарри Поттера (Фото) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dnpr.com.ua/dp-life/dary-mvf-v-seti-shutlivo-sravnili-prezidenta-poroshenko-i-garri-pottera-foto/> (дата звернення: 02.06.2019). – Назва з екрана.
2. Докинз Р. Расширенный фенотип / Ричард Докинз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://serbialife.ru/img/files/Richard%20Dokinz.Rasshirenny%20fenotip.pdf> (дата звернення 06.06.2019). – Назва з екрана.
3. Докинз Р. Эгоистичный ген / Ричард Докинз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/UKR/courses/asp/asp-lit/Dokinz-1986.pdf> (дата звернення: 2.06.2019). – Назва з екрана.
4. Ехидный Порошенко во время получения автокефалии взрывает сеть: твое лицо, когда подписали Томос [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://znaj.ua/ru/politics/200771-yehidniy-poroshenko-pid-chas-otrimannya-avtokefaliji-pidrivaye-merezhu-tvoye-oblichchya-koli-pidpisali-tomos> (дата звернення: 03.06.2019). – Назва з екрана.
5. Ксенофонтowa И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И.В. Ксенофонтowa. – Интернет и фольклор: сб. ст. / отв. ред. А.С. Каргин. – М. : Гос. республ. центр русского фольклора, 2009. – С. 285–294.
6. Менегетти А. Онтопсихология и меметика / Антонио Менегетти. – Roma: Psicologica Editrice, 2002. – 132 с.
7. Морисон Д. Мемы как субкультура: значение для общества все выше [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tjournal.ru/memes/61796-memy-kak-subkultura-znachenie-dlya-obshchestva-vse-vyshe> (дата звернення: 01.06.2019). – Назва з екрана.
8. Оля Полякова йде в політику: як реагують соцмережі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-48448474> (дата звернення: 2.06.2019). – Назва з екрана.
9. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / Штефан Прімбс. – загал. ред. В.Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Климченко – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с.
10. Рашкофф Д. Медіавірус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание / Дуглас Рашкофф. – пер. с англ. Д. Борисова. – М. : УльтраКультура, 2003. – 368 с.
11. Семенюк Г.С. Медіавіруси на тлі еволюційних процесів медіапростору: суть і проблематика / Г. С. Семенюк. – Інформаційне суспільство : науковий журнал / голова редкол. В. В. Різун, голов. ред. В. Ф. Іванов, – Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2012. – Вип. 15. – С. 46–51.
12. Соколова К.В. Мемі як засіб комунікації в інтернет-середовищі / К.В. Соколова. – Гуманітарний часопис, № 1, 2012. – с. 118-123.
13. Яцимірська М. Візуальні тексти в соціальних мережах (рефлексії, концепти, емоції) / Марія Яцимірська. – Вісник Львівського університету. Серія Журналістика, 2015, Вип. 40. – с. 342-350.
14. Brodie R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme / Richard Brodie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://media.evolveconsciousness.org/books/consciousness/Virus-of-the-Mind-The-New-Science-of-the-Meme-Richard-Brodie.pdf> (дата звернення 07.06.2019). – Назва з екрана.

References

1. Dari MVF: v seti shutlivo sravnili Prezidenta Poroshenko i Garri Pottera (Foto) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://dnpr.com.ua/dp-life/dary-mvf-v-seti-shutlivo-sravnili-prezidenta-poroshenko-i-garri-pottera-foto/> (data zvernennia: 02.06.2019). – Nazva z ekrana.

2. Dokinz R. Rasshyrenniy fenotip / Richard Dokinz [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://serbialife.ru/img/files/Richard%20Dokinz.Rasshirenny%20fenotip.pdf> (data zvernennia 06.06.2019). – Nazva z ekrana.
3. Dokinz R. Egoistichnyi gen / Richard Dokinz [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/UKR/courses/asp/asp-lit/Dokinz-1986.pdf> (data zvernennya: 2.06.2019). – Nazva z ekrana.
4. Ehidnyi Poroshenko vo vremya polucheniya avtokefalii vzryvaet set': tvoyo lico, kogda podpisali Tomos [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://znaj.ua/ru/politics/200771-yehidniy-poroshenko-pid-chas-otrimannya-avtokefaliji-pidrivaye-merezh-zh-tvoye-oblichchya-koli-pidpisali-tomos> (data zvernennya: 03.06.2019). – Nazva z ekrana.
5. Ksenofontova I.V. Specifika kommunikatsii v usloviyakh anonimnosti: memetika, imidjbordy, trolling / I.V. Ksenofontova. – Internet i fol'klor: sb. st. / otv. red. A.S. Kargin. – M. : Gos. respubl. centr russkogo folklora, 2009. – S. 285-294.
6. Menegetti A. Ontopsikhologiya i memetika / Antonio Menegetti. – Roma: Psicologica Editrice, 2002. – 132 s.
7. Morison D. Memi kak subkultura: znachenije dlya obschestva vse vyshe [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://tjournal.ru/memes/61796-memy-kak-subkultura-znachenie-dlya-obshchestva-vse-vyshe> (data zvernennya: 01.06.2019). – Nazva z ekrana.
8. Olya Polyakova ide v politiku: yak reaguuyut' socmerezhi [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-48448474> (data zvernennya: 2.06.2019). – Nazva z ekrana.
9. Primbs. Sh. Socialni media dlya zhurnalistiv. Redaktsiyna robota z Facebook, Twitter & Co / Shtefan Primbs. – zagal. red. V.F. Ivanova, Per z nim. V. Klymchenko – K. : Akademiya ukrainskoi presy, Centr vilnoi presy, 2018. – 198 s.
10. Rashkoff D. Mediavirus. Kak pop-kultura tayno vozdeystvuet na nashe soznanie / Duglas Rashkoff. – per. s angl. D. Borisova. – M. : UltraKultura, 2003. – 368 s.
11. Semeniuk G.S. Mediavirusy na tli evolutsiynikh procesiv mediaprostoru: sut' i problematyka / G.S. Semeniuk. – Informatsiynе suspilstvo : naukoviy zhurnal / golova redkol. V.V. Rizun, golov. red. V.F. Ivanov, – Institut zhurnalistyky KNU imeni Tarasa Shevchenka. – K., 2012. – Vyp. 15. – S. 46-51.
12. Sokolova K.V. Memy yak zasib komunikatsii v internet-seredovyshi / K.V. Sokolova. – Gumanitarnyi chasopys, № 1, 2012. – s. 118-123.
13. Yacymirska M. Vizualni teksty v socialnykh merezhakh (refleksii, koncepty, emotsii) / Mariya Yacymirska. – Visnyk Lvivskogo universytetu. Seriya Zhurnalistyka, 2015, vyp. 40. – s. 342-350.
14. Brodie R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme / Richard Brodie [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://media.evolveconsciousness.org/books/consciousness/Virus-of-the-Mind-The-New-Science-of-the-Meme-Richard-Brodie.pdf> (data zvernennya 07.06.2019). – Nazva z ekrana.

УДК 001.9 (087): [003.2+327.5]

С. В. Хлестова

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Реалізація інформаційної функції коміксу на прикладі «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство»

Хлестова С. В. Реалізація інформаційної функції коміксу на прикладі «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство». Статтю присвячено аналізу інформаційної функції коміксу. На прикладі «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство» ми демонструємо, як інформаційний аспект може превалювати над розважальним в зазначеному форматі; ми аналізуємо прийоми, використані авторами для досягнення значного емоційного ефекту, що дозволяють зберегти при цьому документальний характер. Ми аналізуємо зміст коміксу, його композиційні особливості і екстраполюємо особливості журналістського наукового знання в дослідження коміксів у вигляді документально-художнього тексту. Крім того, на основі результатів нашого дослідження ми вивчаємо особливості, які дозволяють коміксами називатися спеціальними носіями, зі своїми характеристиками та викликаними ними функціями. Ключовим моментом для нашого дослідження є те, що комікси – це засіб, за допомогою якого масова аудиторія отримує нову інформацію, тобто виконує комунікаційні та інформаційні функції. «Перехрестя. Дев'ять історій війни і насильства» є яскравим прикладом такого твору. Автори коміксів надають реципієнту документальну інформацію, використовуючи композиційні особливості жанру. Комікси такого ж формату, як «Перехрестя. Дев'ять історій війни і насильства» не просто виконують інформаційну функцію, повідомляючи про те, що сталося. Вони актуалізують тему, щоб вона не загубилася в інформаційному потоці. А

художня цінність, досягнута завдяки майстерності авторів і методам, які вони використовують, допомагає зафіксувати фрагмент історії, який згадується в оповіданні.

Ключові слова: *масова комунікація, комікс, засіб масової комунікації, комікс-журналістика.*

Хлестова С. В. Реализация информационной функции комикса на примере «Перекрестка. Девять историй о войне и насилии». Стаття посвящена аналізу інформаційної функції комікса. На прикладі «Перекресток. Девять историй о войне и насилии» ми демонструємо, як інформаційний аспект може превалювати над розважальним в указаному форматі; ми аналізуємо прийоми, використані авторами для досягнення значительного емоційного ефекта, дозволяючи зберегти при цьому документальний характер. Ми аналізуємо зміст комікса, його композиційні особливості і екстраполюємо особливості журналістського наукового знання в дослідженні коміксів у вигляді документально-художнього тексту. Крім того, на основі результатів нашого дослідження ми вивчаємо особливості, які дозволяють коміксам називатися спеціальними носіями, со своїми характеристиками і викликає ними функціями. Ключовим моментом для нашого дослідження є те, що комікси – це засіб, з допомогою якого масова аудиторія отримує нову інформацію, тобто виконує комунікаційні та інформаційні функції. «Перекресток. Девять историй о войне и насилии» є яскравим прикладом такого творіння. Автори коміксів надають реципієнту документальну інформацію, використовуючи композиційні особливості жанру. Комікси такого ж формату, як «Перекресток. Девять историй о войне и насилии» не просто виконують інформаційну функцію, повідомляючи про те, що сталося. Вони актуалізують тему, щоб вона не загубилася в інформаційному потоці. А художня цінність, досягнута завдяки майстерності авторів і методам, які вони використовують, допомагає зафіксувати фрагмент історії, який згадується в оповіданні.

Ключевые слова: *массовая коммуникация, комикс, средство массовой коммуникации, комикс-журналистика.*

Khlestova S. The implementation of the informational function of the comic book on the example of «Crossroads. Nine stories of war and violence». The paper is devoted to the analysis of the informational function of the comic book. Taking as an example the comic book "Crossroads. Nine stories about war and violence", we demonstrate how information can prevail over entertainment in the comic book format; we analyze the techniques used by the authors to achieve a significant emotional effect, while maintaining documentary. We analyze the content of the comic book, its compositional features and extrapolate the features of journalistic scientific knowledge into the comic book research as a documentary-fiction text. In addition, based on the results of our research, we study the features that allow comics to be named a special media, with its own characteristics and the functions caused by them. The key point for our study is that the comics is a means by which the mass audience receives new information, that is, it performs communication and information functions. "Crossroads. Nine Stories of War and Violence" implements the informational functions of the comic book. The authors of the comic book submit recipient documentary information, using the compositional features of the genre. The comic books like "Crossroads. The Nine Stories of War and Violence" do not just fulfill the informational function, reporting what has happened. They actualize the theme, let it not to get lost in the information flow. And the artistic value achieved through the skill of the authors and the techniques they use helps to capture a fragment of history, which is mentioned in the narrative.

Keywords: *mass communication, comics, means of mass communication, comics-journalism.*

У сучасному світі інформації стає дедалі більше, а процес її передачі пришвидшується. Через це розширюється інформаційний потенціал будь-якого тексту, а рамки журналістських жанрів стають менш жорсткими. Сьогодні не лише стаття, замітка або ТБ-програма можуть бути журналістськими текстами, під якими ми розуміємо такі, які передають актуальну, суспільно-значущу інформацію великій аудиторії. Журналістськими текстами можуть ставати, зокрема, комікси, якщо вони є документальними, тобто такими, що розповідають історію про події, які реально відбувалися або відбуваються, героями яких є реально існуючі люди.

Питання переважання інформаційного над розважальним у деяких коміксах обумовлено актуальністю нашого дослідження. Принциповим для розуміння нашого задуму є сутність інформаційної функції та сучасні варіанти жанру коміксу, наділені традиційними й нетрадиційними формально-змістовими рисами.

У такому випадку ключовим моментом для нашого дослідження є те, що комікс є засобом, використовуючи який масова аудиторія отримує нову інформацію, тобто він виконує комунікаційну та інформаційну функції.

Мета нашої роботи – дослідити реалізацію інформаційної функції коміксу на прикладі графічного роману «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство».

Об'єктом є комікс «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство». Предметом – риси коміксу, які вказують на домінування інформаційної функції у «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство».

Особливістю сприйняття інформації є те, що в коміксі зображення розташовані в одній площині, реципієнт може охопити їх поглядом, вибравши послідовність і тривалість взаємодії з фрагментами історії (кадром/ сторінкою/ главою), в той час як, наприклад, кінематограф або мультиплікація представляють задану сукупність кадрів.

Теоретичне міркування щодо новітнього прочитання місця коміксу в інформаційному

суспільстві ґрунтується на працях М. Маклюена. Останній, зокрема, стверджує, що комікс як засіб передачі інформації дозволяє глядачеві обирати послідовність, тривалість, а також час сприйняття [4].

Виділяючи особливості процесу передачі інформації за допомогою коміксу, маємо підкреслити, що в коміксі провідну роль у процесі сприйняття та передачі інформації відіграє візуальна складова. При цьому зменшується обсяг інформації, яку можна передати, водночас підвищується рівень деталізації. Як зазначає дослідник коміксів С. Макклауд, комікси можуть адекватно втілювати життя, історію і світогляд автора [3].

Аналізуючи інформаційні особливості коміксу, М. Маклюен зазначає, що комікс дозволяє читачеві максимально зануритися в історію, яка розповідається. «Володіючи низькою визначеністю, комікси є формою вираження, ідеально пристосованою до мозаїчної форми газети. Крім того, вони день у день забезпечують відчуття безперервного плину часу. Окрема замітка в колонці новин дає дуже мало інформації і вимагає від читача довершення, або наповнення, так само, як це роблять телевізійний образ і фототелеграма», – пише дослідник [4].

Ми виходимо з уявлення про те, що комікс є нерозривною текстово-візуальною єдністю. Текст в коміксах супроводжує не всі кадри. Як правило, це нескладні граматичні конструкції. Текст може бути вкладений у уста героїв або виступати в якості коментаря автора. Репліки персонажів розміщуються в спеціальних «хмаринках» – філактерах.

Зображення в коміксах характеризуються різним ступенем деталізації. Ця риса особливо чітко відображена в промальовуванні героїв. Деякі з них зображені чітко і реалістично, інші – карикатурно, схематично. Залежно від деталізації змінюється ступінь прояву фантазії читача: не промальовані моменти він може конструювати в уяві. Відбувається процес угадування інформації на основі персонального досвіду.

Людині притаманно мислити візуальними образами. Розмірковуючи про щось, вона матеріалізує думки в картинках. Перефразовуючи Ніка Соусаніса, під час створення коміксу автор формулює думку у форматі, який більшою мірою передає її, а сама вона проходить менше етапів «декодування» [6].

З огляду на особливості оповіді в коміксі важливо зазначити, що вона характеризується високим ступенем образності, що дозволяє автору навіть документальних історій розробляти близькі до поетичних художні образи [1].

Саме виділені вище риси коміксу як повідомлення повною мірою реалізовані в аналізованому тексті. Книга «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство» була видана у 2017 році за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини і організацій «Ліберко – Партнерство за права людини» і «Східноукраїнський центр громадських ініціатив» [5].

«Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство», незважаючи на візуальну схожість (розміщення кадрів коміксу схоже на розміщення знімків у фоторепортажі, а самі вони теж нагадують фотографії) з фоторепортажем, не можна порівнювати з серією фотографій, зроблених на передовій або в «сірій зоні». Комікс з'явився через тривалий проміжок часу, акцент з констатації факту зміщено на аналіз того, що відбувається, на дослідження долі регіону, заснованому на життєвих історіях окремих мешканців. У свою чергу, одна з авторок журналістських коміксів Сара Гідден каже, що форма коміксу дозволяє «зупинитися і помітити» ту тему, про яку розповідає автор [7].

За словами авторів, художників Сергія Захарова і Софії Рунової, головне завдання «Перехрестя» – розповісти про порушення прав людини та вплив збройного конфлікту на Донбасі на життя окремих людей і суспільство в цілому.

Комікс складається з дев'яти реальних історій, написаних на основі біографічних інтерв'ю з людьми, які так чи інакше опинилися у центрі донбаського конфлікту. Кожна з дев'яти оповідей композиційно виділена в окрему главу. Герої, пригадуючи минуле, розповідають журналістці, яку вони зустріли у поїзді «Львів – Київ», історії про Крим та Донбас, їхнє минуле та ті прояви війни та насильства, з якими вони зіткнулися. Герої не завжди мають імена, проте ця анонімність додає розповідям універсального характеру, може бути сприйнята як історія українського народу в цілому.

Перша глава «Квиток у нікуди» повертає читача до 2013-2014 роки, у Сімферополь. Головна героїня Наталя є координатором «Свромайдану Криму», вона вимушена виїхати

до Львова після захвату півострова «зеленими чоловічками». Вона намагається «знайти своє місце», а тим часом в Сімферополі її розшукують за проукраїнську громадянську позицію.

Друга глава «За покликом серця» розповідає історію героя, який працював у Франківську в медичному університеті до війни. Коли розпочалася мобілізація, чоловік не захотів залишитися осторонь та поїхав служити на Донбас військовим лікарем. Він втрачає друзів та рятував людей. Коли строк служби минув, колишній лікар вирішив стати волонтером. У нашому потязі він їде до бійців, щоб передати їм допомогу.

Головна героїня третьої глави «Мій брат» їде до бойових товаришів брата, який брав участь у військових діях у зоні АТО, а після цього зник без вісті. Хлопець був членом добровольчого батальйону «Донбас», не був оформленим, і лише за рішенням суду родичам вдалося визнати його учасником війни на Донбасі.

Глава «Ціна вибору» розповідає історію сім'ї з Луганська. У 2014 році чоловік прийняв рішення лишитися в місті, аби зберегти колекції рідкісних рослин, а жінка Світлана і донька Віра поїхали. Микола та його колеги їздили через Станицю Луганську на підконтрольну Україні територію за продуктами. Одного разу машина підірвалася на міні, чоловік був вимушений виїхати до Харкова, щоб зробити складну операцію.

Після цієї глави журналістка сідає до іншого потягу – з Києва до Костянтинівки. У купе їй зустрічається попутниця, яка розповідає історію, події якої розгортаються в главі «Особлива вечерея». Героїня Ірина була активістом на Майдані, там вона зустріла Андрія, який також був там активістом. Обидва вони після початку війни поїхали на Донбас служити. Там Ірина дізналася, що Андрій підірвався на снаряді, його взяли у полон. Ірина намагалася визволити товариша, проте їй вдалося зробити це лише після його смерті – повернути тіло родині.

Героїня глави «Нова влада» працювала в Луганській ОДА, вона потрапила у полон «на підвал» через відмову працювати на «Міністерство ЛНР». У підвалі жінка провела певний час, їй вдалося втекти. Темі перебування у полоні бізнесмену присвячена і наступна глава – «Інший назавжди».

Тут журналістка прибуває до Костянтинівки, де намагається знайти спосіб

поїхати до Єнакієво. Вона сідає до автобусу, її попутниця розповідає історію, яка розгортається в наступній главі – «Хто, якщо не я». Героїня пропрацювала лікарем у селищі на Донбасі, яке 45 днів провела без світла і води.

Після цієї історії журналістка прибуває до кінцевого пункту – Єнакієво. Остання глава «Хтось має залишитися» присвячена тому, як жили місцеві під час бойових дій та як відбувається відбудовування міста у відносно спокійні часи.

За інформацією видавців, форму коміксу допомагає безпосередньо звернутися до читачів, передати те, чого не можна сформулювати словами, а також пояснити складні матеріали без довгих текстів, утриматися від суджень і одностороннього зображення дійсності. Завдяки великому рівню візуальності читачі можуть переживати історію разом з героями і побачити світ їхніми очима.

Автори навмисно відійшли від будь-яких рис супергеройських коміксів, зосередившись на фіксації катастрофи людей, які пережили події на Сході України.

Твір містить дев'ять окремих історій, всі вони об'єднані мотивом подорожі, який візуалізований на обкладинці графічного роману зображенням потягу. Одна з героїнь коміксу, журналістка з Німеччини, відправляється зі Львова на схід України, в поїздах, у автобусі вона чує кожен з дев'яти історій.

Композиційно всі історії об'єднуються в одну нелінійну розповідь локаційно, при цьому події її відбуваються одночасно в декількох часових проміжках. Автор використовує прийом ретроспекції, аби надати можливість співбесідникам журналістки пояснити причини того, що відбувається з ними сьогодні. Комікс зберігає при цьому умову документальної достовірності, однак не тільки демонструє події, які відбувалися з персонажами, але й пропонує осмислення подій пост-фактум, коли герої коментують їх як факт з минулого.

Поїзд або автобус як простір, у якому відбувається момент згадування, дає можливість підкреслити стан людей, вимушених покинути непідконтрольну територію України: відсутність домівки та необхідність весь час перебувати в дорозі. Образ журналістки в романі вказує на його документальність, демонструє читачеві реальність розказаних історій, адже у людській свідомості саме журналісти розповідають про

події, не прикрашаючи їх, а констатуючи факти.

З даної точки зору, на документальність твору вказує ще один композиційний елемент – інфографіка, розміщена на останніх сторінках видання. Перша з них – «Шляхи» – демонструє карту України, на якій позначені маршрути, якими пересувалися герої історій, також у рамках поруч із зображеннями персонажів історій подається офіційна статистична інформація, пов'язана з АТО.

Інфографіка «Хронологія подій» є важливою в контексті об'єднання дев'яти окремих історій в одну. Події нової історії, пов'язані з окупацією Криму і війною на Донбасі, відзначені на часовому відрізку в хронологічній послідовності, кожна із них співвіднесена з персонажем-героєм історії. Так, автори подають коротку хроніку, сприйнявши яку реципієнт зможе структурувати всю історію, співвіднівши її з реальністю.

Окрім цього, наприкінці твору автори подають «Примітки», які містять посилання на інформацію, використану в інфографіці. Таким чином, посилюється документальність даного графічного роману, а з нею – його інформаційна функція.

Ще одним важливим для нас елементом реалізації інформаційної функції є кольорове рішення. Комікс намальований у чорно-білих відтінках, характерних для графічного способу відображення. Проте слід зазначити, що чорний колір практично в усіх етнокультурах – це символ темряви, зла, смерті, диявола, пекла, Заходу та ін. В езотериці чорний розглядають як символ первісної мудрості, що походить із Прихованого Джерела. Для Віктора Гюго, Ріхарда Вагнера п'ятьма – це "материнське начало" [2]. На наш погляд, превалювання цього кольору не тільки занурює читача в загальний настрій оповіді: історії про війну, полон, агресію. Графічний спосіб зображення також допомагає зосередитися на деталях, важливих для історії (вирази обличчя, екрани мобільних телефонів і ноутбуків, на яких читається текст), а в той же час – схематично, лише начерками зображати інші елементи (фігури на дискотечі, мітингувальники тощо), які не є центральними для побудовання сюжету.

Крім того, монохромна візуалізація оповіді посилює її мінімалістичність, акцентує для читача три компоненти: локацію, персонаж і якусь кричущу деталь. Наприклад, на картинці нижче такими є

вокзал – кімната, чоловіки – жінки, літери «сб», у яких прочитується «ФСБ», Львів як нове місце життя для Наталії, кіт як утілення мрії про спокійне мирне життя.

«Перехрестя» побудоване за традиційними форматами коміксу стандартами: книга ділиться на новели, новели – на розвороти, розвороти на сторінки, сторінки, в свою чергу, розбиті на кадри. При цьому число кадрів на сторінці варіюється, кожен із них, в залежності від того, наскільки він важливий для розвитку сюжету, може бути більшим, більш дрібним або навіть розділеним на дві частини.



З традиційного способу відображення вибивається новела № 6 «Нова влада». У ній кадри коміксу не відокремлені один від одного. Коли художник показує сцени з перебування героїв у полоні, читач може заглянути в камери, як у ляльковий будиночок. Він одночасно спостерігає зі сторони і подорожує по оповіданню разом з головною героїнею, яка потрапила в полон.

На прикладі цієї оповіді можемо проілюструвати й символіку гри кольорами авторів коміксу. Кадри, в яких жінка зображена в полоні намальовані на чорному тлі, на волі ж фон стає білим. Так художник підкреслює для читача опозицію «свобода – неволя», «рай –

пекло». Крім того, автор композиційно ділить твір.

Незважаючи на те, що цей комікс є документальним твором, такий прийом дозволяє автору акцентувати увагу на позитивних і негативних героях, на категоріях добра і зла в цій історії. Це не тільки емоційно впливає на реципієнта, але й, на наш погляд, демонструє кут зору, під яким переказується історія. Читач бачить світ очима героя, а іноді дистанціюється від нього і може поглянути на ситуацію, віддалившись у часі і просторі, керуючись особистим досвідом і знаннями.

Проаналізувавши комікс «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство», можемо констатувати реалізацію інформаційної

функції коміксу. Автори передають реципієнту документальну інформацію, використовуючи композиційні особливості коміксу задля спрощення сприйняття, а також більшого впливу на аудиторію.

Таким чином, у роботі було доведено, що комікс «Перехрестя. Дев'ять історій про війну і насильство» не просто виконує інформаційну функцію, повідомляючи про те, що сталося. Він актуалізує тему, дозволяє їй не загубитися в інформаційному потоці. А художня цінність, досягнута завдяки майстерності авторів і тих прийомів, які вони використовують, допомагають зафіксувати фрагмент розказаної історії на більш тривалий проміжок часу.

Література

1. Гуменюк Л. Визуальная поэзия: художник Марк-Антуан Матье и эксперт Михаил Хачатуров о комиксах [Электронный ресурс] / Людмила Гуменюк // Теории и практика. – Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/posts/8113-comicsm>.
2. Керлот, Х. Э. Словарь символов : [Мифология. Магия. Психоанализ : Перевод] / Х. Э. Керлот. – М. : REFL-book, 1994. – 556 с.
3. Макклауд С. Переосмысление комикса / С. Макклауд; пер. В. Кистяковский – М. : Белое яблоко, 2018. – 252 с.
4. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа / пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. – М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
5. Перехрестя: девять історій про війну та насильство / І. Гансен [та ін.] ; худож.-оформ. С. В. Захаров, С. Ю. Рунова. – К. : Східноукраїнський центр громадських ініціатив, Лібереко – Партнерство за прав людини, 2017. – 124 с.
6. Статкус Е. Ученый Ник Соусанис: «Комиксы – естественный способ формулировать наши мысли» [Электронный ресурс] / Екатерина Статкус // Теории и практики. – Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/posts/5580-uchenyu-nik-sousanis-komiksy--estestvennyu-sposob-formulirovat-nashi-mysli>.
7. The Economist. The power of comics journalism [Electronic resource] / The Economist, 2016. – Resource access mode: <https://www.economist.com/prospero/2016/10/21/the-power-of-comics-journalism>.

References

1. Gumenyuk L. Vizualnaya poeziya: hudozhnik Mark-Antuan Mate i ekspert Mihail Hachaturov o komiksah [Elektronnyiy resurs] / Lyudmila Gumenyuk // Teorii i praktika. – Rezhim dostupa: <http://theoryandpractice.ru/posts/8113-comicsm>.
2. Kerlot, H. E. Slovar simbolov : [Mifologiya. Magiya. Psihoanaliz : Perevod] / H. E. Kerlot. – M. : REFL-book, 1994. – 556 s.
3. Makklaud S. Pereosmyislenie komiksa / S. Makklaud; per.V. Kistyakovskiy. – M. : Beloe yabloko, 2018. – 252 s.
4. Maklyuen G. M. Ponimanie Media / Per. s angl. V. Nikolaeva; Zakl. st. M. Vavilova. – M. ; Zhukovskiy : KANON-press-Ts, Kuchkovo pole, 2003. – 464 s.
5. Perehresttya: devyat Istorly pro vlynu ta nasilstvo/ I. Gansen [ta In.] ; hudozh.-oform. S. V. Zaharov, S. Yu. Runova. – K. : ShldnoukraYinskiy tsentr gromadskih InItsIativ, Llbereko – Partnerstvo za prav lyudini, 2017. – 124 s.
6. Statkus E. Ucheniy Nik Sousanis: «Komiksyi – estestvennyiy sposob formulirovat nashi myisli» [Elektronnyiy resurs] / Ekaterina Statkus // Teorii i praktiki. – Rezhim dostupa: <http://theoryandpractice.ru/posts/5580-uchenyu-nik-sousanis-komiksy--estestvennyu-sposob-formulirovat-nashi-mysli>.
7. The Economist. The power of comics journalism [Electronic resource] / The Economist, 2016. – Resource access mode: <https://www.economist.com/prospero/2016/10/21/the-power-of-comics-journalism>.

Н. С. Чемеріченко

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

**Інтернет-комунікація довкола музейної тематики в контексті туризму
(на прикладі Києва, Львова і Харкова)**

Чемеріченко Н. С. Інтернет-комунікація довкола музейної тематики в контексті туризму (на прикладі Києва, Львова і Харкова). Репрезентація туристичних об'єктів України в мережі Інтернет популяризує у світі Україну як країну зі сприятливим туристичним кліматом, допомагає швидше інтегруватися країні в міжнародний туристичний простір. У статті досліджується відображення українських спільнотематичних туристичних об'єктів різних регіонів України на прикладі музеїв і виявлення туристичної комунікації відносно до цих об'єктів, що наразі є дуже актуальним, бо комунікація туристів у публікаціях блогерів і на сайтах туристичного та іншого спрямування є вкрай важливою для впливу на обрання вітчизняними та іноземними туристами об'єкту для подорожі й розуміння подібностей і відмінностей між однаковими туристичними об'єктами в різних регіонах нашої країни. Для аналізу було обрано музеї з однаковою тематикою, розташовані на Східній, Західній і Центральній Україні, зокрема музеї-аптеки. Аналіз музеїв відбувався за самостійно розробленими критеріями, що так чи інакше впливають на обрання туристами об'єкту для відвідування, а саме: позиціонування туристичного об'єкту; особливості як об'єкту туристичного маршруту; цікаві факти про туристичний об'єкт; розташування туристичного об'єкту; специфіка того, що знаходиться всередині; фотографії, відео; відгуки і комунікація туристів. Для аналізу музеїв-аптек у Харкові, Києві і Львові було обрано по 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої направленості. У статті проаналізовано спільні й відмінні риси спільнотематичних музеїв, розташованих у різних регіонах України, та комунікацію туристів стосовно них – і виявлено, що для формування повного загального уявлення про музей певного типу, що існує в кількох регіонах країни, достатньо відвідати один в обраному регіоні. На основі аналізу туристичної комунікації виявлено потенційний вплив публікацій про туристичні об'єкти на вибір мандрівниками туристичного напрямку.

Ключові слова: *інтернет-комунікація, музейна тематика, репрезентація туристичних об'єктів, туризм, блог, сайт.*

Чемеріченко Н. С. Интернет-коммуникация вокруг музейной тематики в контексте туризма (на примере Киева, Львова и Харьков). Репрезентация туристических объектов Украины в сети Интернет популяризирует на мировой арене Украину как страну с благоприятным туристическим климатом, помогает быстрее интегрироваться стране в международное туристическое пространство. В статье исследуется отображение украинских общетематических туристических объектов различных регионов Украины на примере музеев и выявление туристической коммуникации по отношению к этим объектам, что в данный момент актуально, так как коммуникация туристов в публикациях блогеров и на сайтах туристической и другой направленности крайне важна для влияния на избрание внутренними и иностранными туристами объекта для посещения и понимания сходств и различий между однотипными туристическими объектами в различных регионах нашей страны. Для анализа были выбраны музеи с одинаковой тематикой, расположенные в Восточной, Западной и Центральной Украине, в частности музеи-аптеки. Музеи анализировались по самостоятельно разработанным критериям, так или иначе влияющим на выбор туристами объекта для посещения, а именно: позиционирование туристического объекта; особенности как объекта туристического маршрута; интересные факты о туристическом объекте; расположение туристического объекта; специфика того, что находится внутри; фотографии, видео; отзывы и коммуникация туристов. Для анализа музеев-аптек в Харькове, Киеве и Львове было выбрано по 6 украинских блогов и сайтов туристической и другой направленности. В статье проанализированы одинаковые и разные характеристики общетематических музеев, расположенных в разных регионах Украины, и коммуникацию туристов по ним – и определено, что для формирования полного общего представления о музее определенного типа, расположенного в нескольких регионах страны, достаточно посетить один в выбранном регионе. На основе анализа туристической коммуникации обнаружено потенциальное воздействие публикаций о туристических объектах на выбор путешественниками туристического направления.

Ключевые слова: *интернет-коммуникация, музейная тематика, репрезентация туристических объектов, туризм, блог, сайт.*

Chemerichenko N. Internet Communication on Museum Subjects in the Context of Tourism (on the example of Kyiv, Lviv and Kharkiv). Representation of tourist sites of Ukraine on the Internet widely popularizes Ukraine as a tourist friendly and interesting country, and thus, helps the country to integrate into the international tourist community faster. The article explores the mapping of Ukrainian tourist-related special sites in various regions of Ukraine on the example of museums. We study tourist communication as a feedback to these objects, which is currently relevant, as tourists' communication via blogging and on tourist and other websites influences domestic and foreign tourists when they choose, which place to visit, and helps to understand the similarities and differences between tourism objects of the same type in different regions of our country. For our analysis, we have chosen thematically similar museums, located in Eastern, Western and Central Ukraine, in particular, apothecary museums. These museums have been analyzed according to independently developed criteria, which somehow affected tourists' choice of an object to visit, namely: self-positioning of a tourist object; its advantages as a tourist object; interesting facts about a tourist site; location of a tourist site; the specifics of its interior; photos, videos; reviews and communication of tourists. For the analysis of apothecary museums in Kharkiv, Kyiv and Lviv, six Ukrainian blogs and sites of a tourist and other orientation have been selected. The article analyzes both common and different characteristics of general thematic museums located in different regions of Ukraine, and the communication of tourists through them – and it is determined that to form a complete general idea of a museum of a certain type, located in several regions of the country, it is enough to visit one in the selected region. The analysis of tourist communication demonstrates the potential impact of publications about tourist sites on the choice of tourism destinations.

Keywords: *internet communication, museum subjects, representation of tourist sites, tourism, blogs and sites.*

Завдяки туризму Україна наразі гармонійно входить у світовий економічний простір і стає невід'ємною частиною європейської спільноти, що дуже важливо для презентації країни в світі як самодостатньої і суверенної, розвиненої, а також туристично привабливої держави. Завдяки введенню безвізового режиму між Євросоюзом і Україною, що набув чинності 11 червня 2017 року, українські туристи отримали можливість набагато простіше та швидше відвідувати різні країни світу, також європейські туристи охоче відвідують Україну, яка приваблює їх об'єктами культурної спадщини, природними рекреаційними зонами, історичними пам'ятками, великими можливостями для різних форм відпочинку та дозвілля. Все частіше на вибір вітчизняними та іноземними туристами об'єктів для відвідування впливає не робота професійних туристичних агентств, а яскраве, цікаве та всебічне відображення туристичного об'єкту в мережі Інтернет, зокрема відгуки й коментарі мандрівників, які вже відвідали цей туристичний об'єкт.

На жаль, тема туризму, зокрема в інформаційно-комунікаційних інтернет-ресурсах, досі недостатньо вивчена журналістикознавцями та потребує більш детального різнобічного дослідження. О. Александров у роботі «Теоретичні проблеми дослідження сучасного українського тревелогу» [1] зазначає: «Невиправданим є те, що сучасний український тревелог фактично поза увагою українських журналістикознавців, адже він став соціокомунікаційним феноменом, який, з одного боку, відображає кризу традиційної для нашої ментальності з її культом роду і землі картини світу, а з іншого, – суттєво впливає на формування нової» [1].

Однак, тема туризму дуже часто фігурує в усіх ЗМІ (зокрема, в інтернет-виданнях і в друкованих засобах масової інформації туристичної та іншої направленості, у блогах тощо). Існує безліч матеріалів, де автори розповідають про ті чи інші туристичні об'єкти, що знаходяться на заході України, на сході, на півдні і в центральній її частині. Ці публікації дають внутрішнім та іноземним туристам загальне уявлення про туристичні об'єкти України. Пишучи про публікації туристичного змісту, В. Перехейда стверджує у своїй роботі «Комунікативна місія внутрішнього туризму в Україні як інтегратора суспільства» [19]: «Завдання полягає в тому, щоб виявити й запропонувати туристу щось особливе –

донести, що в кожному регіоні України є унікальні місця, різноманітні ресурси» [19].

В цьому випадку не має жодного значення, чи матеріал про туристичні об'єкти України був написаний професійним журналістом, чи просто любителем подорожей та пригод. Як правило, публікації непрофесійних журналістів мають розважальний характер, вони оцінюють цікаві місця з погляду власного досвіду перебування там. Натомість зміст журналістських матеріалів так чи інакше направлений на стимулювання споживчої активності людей у галузі туризму. У роботі «Особливості місцевої тревел-журналістики в контексті розвитку внутрішнього туризму» [20] Ю. Полежаєв стверджує, що на формування думки споживачів туристичних послуг однаково впливають публікації як професійних журналістів, так і аматорів: «Авторами робіт про визначні пам'ятки й видатних людей рідного краю виступають як професійні журналісти, так і позаштатні автори. Публікації, в яких самовиражаються пересічні громадяни – любителі та шанувальники рідного краю, не завжди відповідають суворим професійним критеріям журналістики, але разом з тим вони нерідко мають надзвичайно важливі якості – щирість та свіжість сприйняття, непідробне прагнення поділитися своїми живими враженнями» [20].

У роботі використовувалися дослідження сучасних українських журналістикознавців, що стосуються теми туризму в Україні, зокрема таких авторів, як О. Александров, В. Перехейда, Ю. Полежаєв та інші. Вчені, зокрема сучасні українські дослідники з різних галузей, неодноразово торкалися теми туризму в різноманітних контекстах, однак більшість таких досліджень відбувається під кутом зору категорії іміджу, а не вивчає музеї як самостійне явище в межах туристичної комунікації.

Мета роботи полягає у виявленні основних інформаційно-комунікаційних параметрів інтернет-ресурсів із рецепцією однотипних туристичних об'єктів (на прикладі музеїв) різних регіонів України та у визначенні їх ролі у підвищенні туристичної активності.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження використано комплекс загальнонаукових методів, серед яких:

- аналітичний метод використано для відокремлення ознак і характеристик об'єкта дослідження та їх поглибленого вивчення;

- метод наукового синтезу використано для вивчення характеристик і частин об'єкта дослідження у їх цілісному поєднанні;

- метод порівняння допоміг виявити особливості надання інформації про однотипні туристичні об'єкти різних регіонів України у блогах і на інтернет-сайтах та специфіку туристичної комунікації.

На присвячених туризму інтернет-ресурсах можна зустріти описи туристичних об'єктів, інформацію про умови відпочинку, вартість, можливі маршрути, а також відгуки українських і іноземних туристів про ті чи інші туристичні об'єкти України. Це безумовно допомагає мандрівникам скласти туристичний маршрут і зупинити свій вибір на окремій місцині, яку б хотілось відвідати. Зокрема, з таких публікацій туристи можуть дізнатися про велику кількість музеїв, що працюють на території України: художні музеї, галереї, арт-простори, музеї-аптеки, наукові музеї, краєзнавчі музеї, історичні, музеї стародавньої архітектури та інші музеї. Унікальність українських музеїв полягає в тому, що у Східній, Центральній та Західній Україні існують різні музеї з однаковою тематикою. Наприклад, такими є музей-аптека, музей народної архітектури та побуту, художній музей. Відвідування таких музеїв у будь-якій частині України може дати уявлення не тільки про окремий регіон, а й про країну загалом.

Музеї-аптека працюють в Харківській, Львівській та Київській областях і є популярними туристичними об'єктами, про що свідчать багаточисленні відображення на різних сайтах туристичної та іншої направленості. Щоб переконатися в тому, що відвідування кожного з них може дати уявлення не тільки про окремий регіон України, а й про нашу країну в цілому, розглянемо детально, як ці туристичні об'єкти відображаються у блогах та інтернет-публікаціях.

На обрання туристами об'єкту для відвідування часто впливають деякі характеристики туристичних об'єктів, так чи інакше присутні на туристичних та інших сайтах України. Аналіз музеїв відбувався за такими самостійно розробленими критеріями:

- 1) позиціонування туристичного об'єкту;
- 2) особливості як об'єкту туристичного маршруту;
- 3) цікаві факти про туристичний об'єкт;
- 4) розташування туристичного об'єкту;

- 5) специфіка того, що знаходиться всередині;
- 6) фотографії, відео;
- 7) відгуки і комунікація туристів.

Розглянемо за цією схемою однотипні музеї-аптеки, наявні у кількох містах.

Аптека-музей у Харкові

Для аналізу музею-аптеки у Харкові ми обрали 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої направленості:

- Інтернет-видання «Сегодня юа»;
- «В интересах» – пошукова система, що дозволяє знайти людину за інтересами або організацію за відгуками;
- Медіа група «Об'єктив»;
- Блог «Україна. Збірка мандрівок». Цікаві подорожі по Україні;
- Інтернет-видання «VGORODE.UA». Головний сайт міста;
- Інтернет-видання проект «KHARKOVGO».

1. Аналізовані сайти позиціонують харківський музей-аптеку як невід'ємну частину однієї з найстаріших фармацевтичних фабрик Харкова, нині хімфармзаводу «Красная звезда». Унікальне місце, особливість якого полягає в тому, що аптека працює вже протягом ста років: «одно уникальное место – аптеку, которая существует более ста лет» [18].

2. Судячи з аналізу запропонованих сайтів туристичної та іншої суміжної спрямованості музей-аптека у Харкові – унікальний самостійний туристичний об'єкт, що не входить в стандартні туристичні маршрути.

3. Сайти надають коротку історичну довідку: музей-аптеку було відкрито у 2014 році директором великого фармацевтичного підприємства «Красная звезда» на місці аптеки, заснованої ще у 1877 році, коли на все місто було лише кілька аптек: «Она стала восьмой по счету аптекой в Харькове» [18]. Розповідають, що музей-аптека розташований у будинку, що раніше належав дворянці Зайцевій.

4. Лише 4 сайти з 6-ох аналізованих надають точну адресу розташування аптеки-музею: «вулиця Воскресенська, 19, Харків, Харківська область, Україна, 61000» [7]. Майже всі сайти надають точну інформацію про графік роботи музею, ціну на вхідні квитки для різних категорій відвідувачів, що, за інформацією сайтів, різниться від 5 до 10 грн. для дітей і студентів та від 10 до 20 грн. для дорослих.

Крім того, можна дізнатися номер телефону музею та інформацію про вихідні дні.

5. Сайти переважно детально розповідають про експонати музею-аптеки та їх загальну кількість: «Коллекция из более чем 2500 экспонатов формировалась более 20 лет» [14]. Відомо, що експонати музею розміщені в трьох основних залах музею: «Он состоит из трех залов, экспонаты которого сформированы в хронологическом порядке» [14]. 5 із 6-ти сайтів перелічують найцікавіші експонати, що можна побачити в музеї-аптеці: «В музее представлены инструменты для приготовления лекарств, банки и флаконы с фирменными знаками, старинные книги, рецепты и экзотические настойки» [15], крім того, тут можна побачити старовинні меблі, посуд для приготування ліків, паперові рецепти, інструменти, ваги, старовинні парфуми і косметику та інше.

6. Кожен із аналізованих сайтів пропонує туристам роздивитися фотографії, де зображено будинок музею ззовні та всередині, експонати музею, меблі, зали. Сайти пропонують від 1 до 50 фотографій, але лише один сайт пропонує переглянути відео.

7. Туристична комунікація у вигляді коментарів та відгуків присутня лише на 3-х сайтах з 6-ти аналізованих у кількості від 6 до 7. Здебільшого туристи діляться один з одним позитивними враженнями від побаченого, розповідають про експонати музею, на які варто подивитись. Є й коментарі, де туристи розповідають, що відвідували такі ж самі музеї-аптеки у інших регіонах України: «В Киеве тоже есть отличный музей-аптека» [14], що, звісно, є важливим для інших туристів, які про це не здогадуються: «Спасибо, буду знать. Надеюсь когда-нибудь и до киевского музея доберусь» [14].



[14].

Музей-аптека в Києві

Для аналізу музею-аптеки в Києві було обрано 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої спрямованості, серед яких:

- Сайт туристичної компанії «Gold Coast»;
- Doroga.UA – сайт для автотуристів;
- Інтернет-довідник «Топ-20»;
- KudaGo.com – «сервис по продвижению событий»;

- Сайт туроператора «Первое украинское бюро»;
- Блог інтернет-магазину подарунків та вражень bodo.ua.

1. Київський музей-аптека позиціонується на обраних сайтах як перша в місті приватна аптека, що досі діє і водночас є музеєм: «це перша приватна аптека Києва» [16]. Майже всі сайти називають аптеку найоригінальнішим незвичайним музеєм та невід'ємною частиною

життя й побуту Києва як зараз, так і протягом багатьох років: «Необыкновенная аптека-музей в Киеве, которой более 100 лет, расскажет об истории фармацевтики» [13].

2. Майже всі аналізовані сайти пропонують музей-аптеку як частину туристичного маршруту Києвом: «Ми продовжуємо подорожувати Подолом, де зосереджено багато цікавих історичних місць та музеїв» [16]. З 3 з 6 аналізованих сайтів пропонують разом з музеєм-аптекою відвідати від 5 до більш ніж 85 інших музеїв Києва різної тематичної спрямованості та різні постійні й короткострокові експозиції і виставки.

3. Із 6-ти запропонованих нами сайтів 5 подають коротку історичну довідку про музей-аптеку. Зазначається, що аптека, заснована ще у 1728 році, за версією одного з сайтів у 1718 році, досі працює і є водночас музеєм, де проводять екскурсії: «Аптека в цій будівлі відкрилася в 1728 році. Це була перша приватна аптека в Києві. Одним з її перших власників був Георг Бунге» [8]. За свою історію будинок, де знаходилась аптека, кілька разів продавався, горів і реставрувався, після чого був переданий міській громаді і відкритий у якості аптеки-музею. Цікаво, що експонати до аптеки-музею у Києві шукали по всій Україні: «Аптека-музей была открыта в 1986 году. Со всей Украины собирались экспонаты для нее» [5]. Унікальність аптеки полягала в тому, що там продавалися медичні препарати на будь-яку кишеню: «Все лекарственные и косметические препараты делились на 2 категории – для бедных и богатых. В зависимости от суммы, которой располагал покупатель, ему могли предложить скромное мыло из собачьего жира или же средства личной гигиены из оливкового масла» [13].

4. Із 6-ти аналізованих сайтів 5 надають точну адресу аптеки-музею: «г. Киев, ул. Притисско-Никольская, 7» [9]. Також пропонують міський номер телефону музею, точні координати, на одному сайті можна побачити на карті точне розташування музею та прочитати, як саме пройти пішки від найближчої станції метро: «От ст. м. «Контрактовая площадь» пройти по улице Хорива до храма Николая Притиска, свернуть на Притисско-Никольскую улицу» [13], подається інформація про вартість відвідування для різних груп населення (від 15 до 30 грн.) та графік роботи аптеки-музею (щоденно з 9:00 до 17:00), але час закриття музею дехто змінює з 17:00 на 18:00.

5. Всі аналізовані сайти, крім одного, детально описують експонати, наявні всередині музею. Сайти однакові в тому, що музей є достатньо великим і налічує велику кількість експонатів, що за версією різних джерел складає 2000, 3000 або 50000 експонатів: «У 12 залах музею відтворено історію та розвиток не тільки фармакології та медицини, але й побуту лікарів, селян та знахарів минулих століть» [16]. Цікаво, що експонати зібрані в різних залах, відповідно до часу використання. Серед найбільш вагомих експонатів виділяють стародавню аптечну книгу, куди записували рецепти ліків: «Жемчужина коллекции – старинная аптечная книга 1884 года» [5]. Загалом в аптеці можна побачити такі речі: «На вітринах розташувалися посуд для приготування трав'яних сумішей, різноманітні банки і склянки для лікарських препаратів, старовинні рецепти, інструменти фармацевтів минулих століть, заспиртовані змії і краби, з яких колись виготовлялися дивовижні препарати. Але, крім ліків, на тутешніх полицях можна побачити старовинні банки з кремом, пудрою, духами, зубним порошком і навіть чорнилами, бо всі ці речі раніше продавалися виключно в аптеках» [8].

6. Про розмір музею-аптеки і кількість розташованих там музейних історичних експонатів свідчать численні фотографії, розміщені на абсолютно усіх аналізованих сайтах у кількості від 3-х до 20-ти. На них зображено аптеку-музей всередині і ззовні.

7. На 4-х аналізованих сайтах з 6-ти присутня комунікація туристів у вигляді коментарів до публікації чи відгуків у кількості від 2-х до 46-ти. За допомогою зворотного зв'язку на сайтах туристи спілкуються між собою і повідомляють один одному та потенційним мандрівникам про те, що насправді можна побачити в київському музеї-аптеці, що краще все ж замовити екскурсію і в якому залі музею обов'язково слід побувати: «Интересная экспозиция. Если заказывать экскурсию, то в нее входит чаепитие в очень колоритном подвале. Ходили туда с ребенком несколько раз и каждый раз нравилось» [9]. Багато позитивних відгуків – туристи вважають, що музей не лише є цінним під кутом зору історії медицини, а й загалом цінний як культурна спадщина міста Києва: «Дуже цікавий музей. Однозначно варто відвідати як гостям так і жителям Києва, і не тільки шанувальникам медицини» [9]. Є кілька негативних відгуків стосовно організації

роботи музею-аптеки та вартості квитків: «Як-то печально и не організовано. В понеділок созванивались – сказали, что заказать

екскурсію можно на любой день. Сегодня (среда) внезапно выяснилось, что на выходных экскурсии не проводятся» [13].



[8].

Музей-аптека у Львові

Для аналізу музею-аптеки у Львові було обрано 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої спрямованості, а саме:

- Doroga.UA – сайт для автотуристів;
- VisitLviv.net – веб-проект про культурний та туристичний Львів;
- «Відпочинок у Львові» – сайт про відпочинок та розваги у Львові;
- Туристичний портал «Експерсія» – агенція подорожей Україною;
- «MD-UKRAINE» – сайт про подорожі Україною;
- Discover Ukraine – проект про подорожі Україною.

1. Аналізовані сайти позиціонують музей-аптеку у Львові як музей, що водночас є і діючою аптекою, та наголошують на тому, що це унікально: «Це єдина в Україні та Європі діюча аптека-музей» [12]. Кожен із аналізованих сайтів називає аптеку-музей за назвою «Під чорним орлом», дехто розповідає причину такої назви: «виникла від символу,

який висів при вході до неї. За давніх часів було заведено вішати символ на вхід і від нього заклади автоматично отримували назву» [11], сайти позиціонують аптеку як найдавнішу у Львові.

2. З аналізованих 6-ти сайтів туристичної і іншої направленості лише 4 пропонують музей-аптеку як частину повноцінного туристичного маршруту Львовом. Разом із музеєм-аптекою туристам пропонують прогулятися вулицями старого міста, підземеллями. Разом із цим пропонується великий перелік готелів, кафе та інших туристичних об'єктів, розташованих поруч: «Другие интересные места поблизости: Дворец Бандинелли (Музей почты), Музей стекла, Черная каменица» [3].

3. Всі обрані сайти інформують туристів стосовно історії відкриття та безперервної роботи найстаршої львівської аптеки, що з часом перетворилася на музей-аптеку, але не перестала функціонувати: «Ця аптека безперервно функціонує з 1735 року. Спочатку перебувала у власності австрійця Наторпа, потім поляків Склепінських, пізніше українців

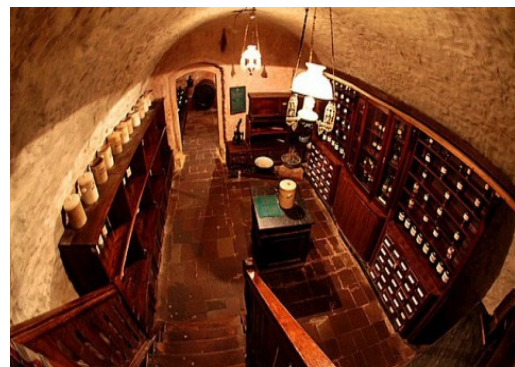
Терлецьких» [17]. Цікаво, що в аптеці є два виходи: зі сторони площі та зі сторони будинків. Унікальністю музею-аптеки «Під чорним орлом» у Львові є те, що тільки тут виробляють і продають настійки «Вигор» і «Залізне вино»: «можно приобрести знаменитое «железное вино» – напиток, обогащенный железом, который улучшает аппетит и повышает уровень гемоглобина в крови. «Железное вино» часто везут как сувенир из Аптеки-музея» [3].

4. Усі сайти без винятку надають туристам повну точну адресу музею-аптеки: «вул. Друкарська, 2. Львів, Львівська область» [2], номери телефонів та графік роботи, але години роботи музею на різних сайтах різняться: з 10:00-17:00 до 10:00-18:00 у вихідні дні. Дехто описує, як можна знайти музей-аптеку, якщо іти пішки: «Знайдеш аптеку за дві хвилини від місцевої ратуші в одному з кутів площі Ринок, на розі вулиць Друкарської та Ставропільської» [11]. Лише на одному сайті надано точні координати розташування туристичного об'єкту, так само як і карта з точним розташуванням музею теж є тільки на одному сайті з 6-ти аналізованих.



Вартість відвідування музею-аптеки на сайтах теж відрізняється від безкоштовного до 5 грн. за людину.

5. Аналізовані сайти ретельно описують, що саме туристи зможуть побачити всередині музею-аптеки: «Зараз експозиція музею значно розширилась і нараховує 16 експозиційних залів загальною площею 700 м. кв. Експозиція представлена більше ніж трьома тисячами експонатів» [12]. Повідомляється, що в різних залах музею можна побачити ліки різних часів, старовинні інструменти для виготовлення ліків, посуд, книги, обладнання, лікарські рослини, меблі та елементи інтер'єрів різних часів: «Високі дубові шафи, прикрашені художньою різьбою, аптечний посуд з фарфору, фаянсу, скла різних кольорів, цікаві ваги в формі засновника медицини Ескулапа та його доньки Гігеї. Варто звернути увагу на прототип сучасного ксерокса – друкарську машинку кінця XIX століття для друку етикеток» [2]. Найціннішими експонатами музею, звісно ж, є старовинні документи: «Найцінніші експонати – документи з історії фармації від давніх часів до сьогодні і видання праць Клавдія Галена, датовані XVII ст.» [11].



[3]

6. Переконалися в красі музею-аптеки «Під чорним орлом» і в кількості експонатів всередині музею можна дуже легко, достатньо лише переглянути фотографії, які пропонують туристам аналізовані українські сайти туристичної та іншої спрямованості. На

кожному сайті є фотографії музею всередині і ззовні у кількості від 1-єї до 43-ох штук.

7. Лише на 2-ох українських сайтах з 6-ти обраних для аналізу є коментарі та відгуки про відвідування туристичного об'єкту музею-аптеки «Під чорним орлом» у Львові.

Коментарі надаються в кількості від 1-го до 8-ми. Комунікація туристів здебільшого містить позитивні відгуки від відвідування музею: «Чудное место, есть что посмотреть, есть что сфотографировать, интересно бродить по лабиринтам. Вошли с аптеку с одной улицы, а вышли уже на другой улице. Получила удовольствие» [10]. Туристи розповідають, що

вони побачили всередині музею, в які зали заходили. Є кілька коментарів та порад стосовно того, що відвідувати музей-аптеку краще з екскурсоводом: «без экскурсовода делать там нечего, полностью теряется впечатление об увиденном» [10], але всі одноставні в тому, що музей обов'язково треба відвідати.

Порівняльна характеристика музеїв-аптек в різних регіонах України

	Харків	Київ	Львів
Позиціювання	Невід'ємна частина однієї з найстаріших фармацевтичних фабрик Харкова; Унікальне місце; Сторічна аптека: «одно уникальное место – аптеку, которая существует более ста лет» [18].	«це перша приватна аптека Києва» [16]; Майже всі сайти називають аптеку невід'ємною частиною життя й побуту Києва: «Необыкновенная аптека-музей в Киеве, которой более 100 лет, расскажет об истории фармацевтики» [13].	Всі сайти позиціонують музей-аптеку у Львові як унікальний музей, що є діючою аптекою; Всі сайти називають аптеку-музей «Під чорним орлом»; Сайти позиціонують аптеку як найдавнішу у Львові.
Особливості як об'єкту туристичного маршруту	Унікальний самостійний туристичний об'єкт, що не входить в стандартні туристичні маршрути	Майже всі сайти пропонують музей-аптеку як частину туристичного маршруту Києвом; 3 з 6 аналізованих сайтів пропонують разом з музеєм-аптекою відвідати від 5 до більш ніж 85 інших музеїв Києва різної тематичної спрямованості.	3 з 6-ти сайтів лише 4 пропонують музей-аптеку як частину повноцінного туристичного маршруту; Пропонують також прогулятися вулицями старого міста, підземеллями; Пропонується великий перелік готелів, кафе й інших туристичних об'єктів поруч.
Цікаві факти	Майже всі сайти подають коротку історичну довідку; «Она стала восьмой по счету аптекой в Харькове» [18]; Розташований у будинку, що раніше належав дворянці Зайцевій.	Із 6-ти сайтів 5 подають коротку історичну довідку; Відомості про унікальність аптеки-музею: «Все лекарственные и косметические препараты делились на 2 категории – для бедных и богатых. В зависимости от суммы, которой располагал покупатель, ему могли предложить скромное мыло из собачьего жира или же средства личной гигиены из оливкового масла» [13]	Всі сайти інформують про історію відкриття та безперервної роботи найстаршої функціонуючої львівської аптеки, що перетворилася на музей-аптеку; В аптеці є два виходи: зі сторони площі та зі сторони будинків; Унікальністю музею-аптеки у тому, що тільки тут виробляють і продають настійки «Вигор» і «Залізне вино».
Розташування	Лише 4 сайти з 6-ох аналізованих надають точну	Із 6-ти сайтів 5 надають точну адресу аптеки-музею;	Усі сайти надають точну адресу музею-аптеки;

	Харків	Київ	Львів
	адресу розташування аптеки-музею; Майже всі сайти надають точну інформацію про графік роботи музею, ціну на вхідні квитки для різних категорій відвідувачів, номер телефону, графік роботи.	Пропонують міський номер телефону музею, точні координати, на одному сайті є карта з точним розташуванням музею і опис пішого шляху від найближчої станції метро; Подається інформація про вартість відвідування для різних груп населення, графік роботи аптеки-музею	Є опис пішого шляху до аптеки-музею: «Знайдеш аптеку за дві хвилини від місцевої ратуші в одному з кутів площі Ринок, на розі вулиць Друкарської та Ставропігійської» [11]; Лише один сайт з 6-ти надає точні координати розташування туристичного об'єкту і карту з точним розташуванням музею.
Специфіка того, що знаходиться всередині	Сайти переважно детально розповідають про експонати музею-аптеки та їх загальну кількість.	Всі сайти, крім одного, детально описують експонати музею; Всі сайти повідомляють про великі розміри музею і велику кількість експонатів: 2000, 3000 або 50000 експонатів; «Жемчужина коллекции – старинная аптечная книга 1884 года» [5].	Аналізовані сайти ретельно описують, що саме туристи зможуть побачити всередині музею-аптеки; Найціннішими експонатами музею, звісно ж, є старовинні документи.
Фотографії, відео	Від 1 до 50 фотографій на всіх сайтах; Відео на одному сайті.	Фотографії розміщені на абсолютно усіх аналізованих сайтах у кількості від 3-х до 20-ти.	На кожному сайті є фотографії музею всередині і ззовні у кількості від 1-єї до 43-ох штук.
Відгуки і комунікація туристів	Коментарі та відгуки присутні на 3-х сайтах з 6-ти у кількості від 6 до 7; Є коментарі про такі ж самі музеї-аптеки у інших регіонах України: «В Киеве тоже есть отличный музей-аптека» [14]. Це важливо для інших туристів: «Спасибо, буду знать. Надеюсь когда-нибудь и до киевского музея доберусь» [14].	На 4-х сайтах з 6-ти присутня комунікація туристів у кількості від 2-х до 46-ти; Багато позитивних відгуків – туристи вважають, що музей не лише є цінним для історії медицини, а й цінний як культурна спадщина міста; Є кілька негативних відгуків стосовно організації роботи музею-аптеки та вартості квитків.	Лише на 2-ох сайтах з 6-ти є відгуки про відвідування; Коментарі надаються в кількості від 1-го до 8-ми; Комунікація здебільшого містить позитивні відгуки; Кілька туристів радять відвідувати музей-аптеку з екскурсоводом: «без экскурсовода делать там нечего, полностью теряется впечатление об увиденном» [10].

Висновки. Було проведено комплексне дослідження українських блогів та сайтів туристичного та іншого спрямування і здійснено аналіз відображення на них однакових туристичних об'єктів на прикладі спільнотематичних музеїв (класичних та специфічних за тематикою) в різних областях України: Харківській, Київській та Львівській. Для цього було використано зазначену вище самостійно розроблену схему. В ході аналізу було виявлено особливості, за якими туристичні об'єкти характеризуються на українських інтернет-ресурсах. У процесі

аналізу туристичних об'єктів на інтернет-сайтах та у блогах було розкрито вплив туристичної комунікації та детального опису туристичних об'єктів на обрання туристами пункту відвідування в будь-якому регіоні України. Задля цього інтернет-ресурси вдаються до детального позиціонування туристичних об'єктів на прикладі музеїв та активно залучають читачів до обговорення об'єктів у коментарях. За допомогою комунікації туристи діляться один з одним досвідом і такою інформацією про музеї, яку неможливо знайти на сторінках інтернет-

видань туристичної та іншої направленості. А саме: інформацією стосовно існування спільнотематичних музеїв в інших містах України, інформацією про організацію роботи музеїв-аптек, поради щодо відвідування, фотографії, позитивні і негативні деталі роботи і специфіки внутрішнього наповнення музеїв. На прикладі відображення однакових музеїв, розташованих у різних регіонах України (східному, центральному та західному), було детально вивчено комунікацію туристів і виявлено, що в Харківській, Київській і Львівській областях існують однакові за тематикою музеї, що майже однаково висвітлюються на інтернет-ресурсах та обговорюються у коментарях під публікаціями. Це дає можливість туристам отримати найбільш повне загальне уявлення про українські музеї-аптеки, відвідавши такий

музей лише в одному найближчому регіоні України. Таким чином, обираючи музей у одній із зазначених областей, можна частково скласти враження про історичні і культурні особливості країни в цілому та туристичні об'єкти по всій території України.

Підсумовуючи, можна сказати, що тема туризму в Україні наразі є актуальною для українців і іноземних туристів, бо просуває український національний туристичний продукт на світову економічну арену. Важливими при цьому є дуже різні – традиційні та новітні – форми інформаційно-комунікаційного позиціонування туристичних об'єктів України (у тому числі музеїв), зокрема відображення туристичних об'єктів України в блогах і на інтернет-сайтах туристичного та іншого спрямування.

Література

1. Александров О. В. Теоретичні проблеми дослідження сучасного українського тревелогу [Електронний ресурс] / О. В. Александров // Збірник наукових праць “Вісник Львівського університету” / Серія: Журналістика. Вип. 43. – Львів. – 2018. – Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8326/8281>.
2. Аптека Музей [Електронний ресурс] // Відпочинок у Львові. – Режим доступу: <http://v.lviv.ua/catalog/museum/apteka-muzej.html>.
3. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Discover Ukraine. – Режим доступу: <https://discover-ukraine.info/ru/places/western-ukraine/lviv/816>.
4. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Doroga.UA. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/poi/Kievskaya/Kiev/Apteka-muzej/144>.
5. Аптека-музей [Електронний ресурс] // KudaGo.com. – Режим доступу: <https://kudago.com/kev/place/apteka-muzej/>.
6. Аптека-музей [Електронний ресурс] // VGORODE.UA. – Режим доступу: <https://kh.vgorode.ua/reference/muzej/282933-apteka-muzei>.
7. Аптека-музей [Електронний ресурс] // В интересах. – Режим доступу: <http://vinteresah.com/catalog-ua/harkovskaya-oblast/harkov/muzei/apteka-muzei-1215>.
8. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Первое украинское бюро. – Режим доступу: <http://www.primetour.ua/uk/excursions/museum/Apteka-muzej.html>.
9. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Топ-20. – Режим доступу: <https://20.ua/ru/kyiv/turizm-puteshestvie/muzei-vyistavki/apteka-muzej-1.html>.
10. Аптека-музей «Під чорним орлом» [Електронний ресурс] // Doroga.UA. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/poi/Ljvovskaya/Ljvov/Apteka-muzej/342>.
11. Аптека-музей «Під чорним орлом» [Електронний ресурс] // MD-UKRAINE. – Режим доступу: https://md-ukraine.com/ua/object/detail/1392_apteka-muzej-pid-cornim-orlom.html.
12. Аптека-музей «Під чорним орлом» [Електронний ресурс] // VisitLviv.net. – Режим доступу: <http://visitlviv.net/institution/ua/apteka-muzej-pid-chornim-orlom/>.
13. Аптека-музей в Киеве: тайны знахарей и монахов [Електронний ресурс] // bodo.ua. – Режим доступу: <https://life.bodo.ua/interesnye-mesta/muzei/226-apteka-muzej-v-kieve>.
14. Аптека-музей в Харькове [Електронний ресурс] // Україна. Збірка мандрівок. – Режим доступу: <https://ua-travels.livejournal.com/3059172.html>.
15. Аптека-музей в Харькове: эликсир с ядом змеи и скорпиона, гиря-свинья и инструменты от морщин [Електронний ресурс] // Сегодня юа. – Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/regions/kharkov/apteka-muzej-v-harkove-eliksir-s-yadom-zmei-i-skorpionagiryasvinya-i-instrumenty-ot-morshchin-786254.html>.

16. Аптека-музей на Подолі [Електронний ресурс] // Gold Coast. – Режим доступу : <http://goldcoast.com.ua/ukra%D1%97na/apteka-muzej-na-podoli/>.
17. Екскурсія до Аптеки-музею [Електронний ресурс] // Екскурсія. – Режим доступу : <https://ekskursiya.com.ua/ua/Ekskursiyi-Lvovom/detalno/tour/ekskursija-do-apteki-muzeju.html>.
18. Первый Музей-аптека в Харькове [Електронний ресурс] // KHARKOVGO. – Режим доступу : <https://kharkovgo.com/places/muzei-places/pervyj-muzej-apteka-v-harkove/>.
19. Перехейда В. В. Комунікативна місія внутрішнього туризму в Україні як інтегратора суспільства [Електронний ресурс] / В. В. Перехейда // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014 (жовтень – грудень). – Т. 57. – С. 83–87. – Режим доступу : file:///C:/Users/User/Downloads/Nzizh_2014_57_18.pdf.
20. Полежаев Ю. Г. Особенности местовой тревел-журналистики в контексте развития внутреннего туризма / Ю. Г. Полежаев // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2013. – Вип. 2 (14). – С. 102–105.
21. Харьковские школьники побывали на экскурсии в аптеке-музее [Електронний ресурс] // Об'єктив. – Режим доступу : <http://archive.objectiv.tv/010616/128698.html>.

References

1. Aleksandrov O. V. Teoretichni problemi doslidzhennya suchasnogo ukrayinskogo trevelogu [Elektronniy resurs] / O. V. Aleksandrov // Zbirnik naukovih prats «VIsnik Lvivskogo universitetu» / SerIya : Zhurnalistika. Vip. 43. – LvIv. – 2018. – Rezhim dostupu : <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8326/828>.
2. Apteka Muzey [Elektronniy resurs] // VIdpochinok u LvovI. – Rezhim dostupu : <http://v.lviv.ua/catalog/museum/apteka-muzej.html>.
3. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Discover Ukraine. – Rezhim dostupu : <https://discover-ukraine.info/ru/places/western-ukraine/lviv/816>.
4. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Doroga.UA. – Rezhim dostupu : <http://www.doroga.ua/poi/Kievskaya/Kiev/Apteka-muzej/144>.
5. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // KudaGo.com. – Rezhim dostupu : <https://kudago.com/kev/place/apteka-muzej/>.
6. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // VGORODE.UA. – Rezhim dostupu : <https://kh.vgorode.ua/reference/muzey/282933-apteka-muzei>.
7. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // V interesah. – Rezhim dostupu : <http://vinteresah.com/catalog-ua/harkovskaya-oblast/harkov/muzei/apteka-muzei-1215>.
8. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Pervoe ukrainskoe byuro. – Rezhim dostupu : <http://www.primetour.ua/uk/excursions/museum/Apteka-muzey.html>.
9. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Top-20. – Rezhim dostupu : <https://20.ua/ru/kyiv/turizm-puteshestvie/muzei-vyistavki/apteka-muzey-1.html>.
10. Apteka-muzey «PId chornim orlom» [Elektronniy resurs] // Doroga.UA. – Rezhim dostupu : <http://www.doroga.ua/poi/Ljvovskaya/Ljvov/Apteka-muzej/342>.
11. Apteka-muzey «PId chornim orlom» [Elektronniy resurs] // MD-UKRAINE. – Rezhim dostupu : https://md-ukraine.com/ua/object/detail/1392_apteka-muzej-pid-cornim-orlom.html.
12. Apteka-muzey «PId chornim orlom» [Elektronniy resurs] // VisitLviv.net. – Rezhim dostupu : <http://visitlviv.net/institution/ua/apteka-muzej-pid-chornim-orlom/>.
13. Apteka-muzey v Kieve: tayni znaharey i monahov [Elektronniy resurs] // bodo.ua. – Rezhim dostupu : <https://life.bodo.ua/interesnye-mesta/muzei/226-apteka-muzey-v-kieve>.
14. Apteka-muzey v Harkove [Elektronniy resurs] // Ukrayina. Zbirka mandrIvok. – Rezhim dostupu : <https://ua-travels.livejournal.com/3059172.html>.
15. Apteka-muzey v Harkove: eliksir s yadom zmei i skorpiona, girya-svinya i instrumentyi ot morschin [Elektronniy resurs] // Segodnya yua. – Rezhim dostupu : <https://www.segodnya.ua/regions/kharkov/apteka-muzey-v-harkove-eliksir-s-yadom-zmei-i-skorpiona-girya-svinya-i-instrumenty-ot-morshchin-786254.html>.
16. Apteka-muzey na PodolI [Elektronniy resurs] // Gold Coast. – Rezhim dostupu : <http://goldcoast.com.ua/ukraYina/apteka-muzej-na-podoli/>.
17. EkskursIya do Apteki-muzeyu [Elektronniy resurs] // EkskursIya. – Rezhim dostupu : <https://ekskursiya.com.ua/ua/Ekskursiyi-Lvovom/detalno/tour/ekskursija-do-apteki-muzeju.html>.
18. Perviy Muzey-apteka v Harkove [Elektronniy resurs] // KHARKOVGO. – Rezhim dostupu : <https://kharkovgo.com/places/muzei-places/pervyj-muzej-apteka-v-harkove/>.

19. Pereheyda V. V. Komunikativna mIsIya vnutrIshnogo turizmu v Ukrayini yak Integratora suspilstva [Elektronniy resurs] / V. V. Pereheyda // Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki. – 2014 (zhovten – gruden). – T. 57. – S. 83–87. – Rezhim dostupu : file:///C:/Users/User/Downloads/Nzizh_2014_57_18.pdf.

20. Polezhaev Yu. G. Osoblivosti mistsevoyi trevel-zhurnalistiki v konteksti rozvitku vnutrIshnogo turizmu / Yu. G. Polezhaev // Derzhava ta regIoni. Seriya : Sotsialni komunikatsiyi. – 2013. – Vip. 2 (14). – S. 102–105.

21. Harkovskie shkolniki pobyivali na ekskursii v apteke-muzee [Elektronniy resurs] // Ob'Ektiv. – Rezhim dostupu : <http://archive.objectiv.tv/010616/128698.html>.

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF MASS COMMUNICATIONS

UDC 070.1:81'27](477)

Butyrina M. V., Temchur K. O.

Oles Honchar Dnipro National University

Hate Speech as a Sociolinguistic Phenomenon

Бутиріна М. В., Темчур К. О. Мова ворожнечі як соціолінгвістичний феномен. Мова ворожнечі є небезпечною рисою сучасного українського медіапростору. Її функціонування пов'язане з об'єктивними суспільно-політичними процесами. Водночас вона є причиною багатьох соціальних конфліктів. Складність, багатогранність та суперечливість проблеми робить її розв'язання дуже складним. Це зумовлює необхідність комплексного аналізу когнітивних, професійних та юридичних особливостей феномену. У статті розглянуто психологічні, етичні та правові аспекти функціонування мови ворожнечі. Запропоновано модель взаємозв'язку цих компонентів. Акцентовано неоднозначність правової оцінки феномену. Зокрема, немає уніфікованого визначення терміну та єдиної класифікації видів і об'єктів мови ворожнечі. Крім цього, боротьба із її проявами може бути потрактована і як захист прав людини, і як утиск свободи слова. Правова невизначеність дозволяє несумлінним журналістам маскувати висловлювання ненависті за прийнятними словесними формами, що сприяє її більшому поширенню. Визначено, що етичні стандарти у цій сфері недостатньо розроблені, тому використання мови ворожнечі залежить від професійної сумлінності журналіста. Показано, що її прояви пов'язані із впливом стереотипів. Узагальнено результати моніторингів медіапростору України на предмет мови ворожнечі. З'ясовано, що найпоширенішими є висловлювання ненависті щодо російсько-українських відносин (57,8 %). Дослідження показало важливість моніторингів для підвищення професійних стандартів. Знання правової, етичної та психологічної специфіки мови ворожнечі сприятиме зниженню конфліктогенності журналістських матеріалів. Цьому також сприятиме розробка класифікації мови ворожнечі та вивчення її специфіки на телебаченні.

Ключові слова: *мова ворожнечі, журналістська етика, соціальні стереотипи, міжнародне право, моніторинг.*

Бутиріна М. В., Темчур К. О. Язык вражды как социологический феномен. Язык вражды является опасной чертой современного украинского медиасообщества. Его функционирование связано с объективными общественно-политическими процессами. В то же время он является причиной многих социальных конфликтов. Сложность, многогранность и противоречивость проблемы делает её решение очень сложным. Это обуславливает необходимость комплексного анализа когнитивных, профессиональных и юридических особенностей феномена. В статье рассмотрены психологические, этические и правовые аспекты функционирования языка вражды. Предложена модель взаимосвязи этих компонентов. Акцентируется неоднозначность правовой оценки феномена языка вражды. В частности, нет унифицированного определения термина и единой классификации видов и объектов языка вражды. Кроме того, борьба с его проявлениями может быть растолкована и как защита прав человека, и как ущемление свободы слова. Правовая неопределённость позволяет несознательным журналистам маскировать высказывания ненависти под приемлемыми словесными формулами, что способствует его большему распространению. Определено, что этические стандарты в этой сфере недостаточно разработаны, поэтому распространение языка вражды зависит от профессиональной сознательности журналиста. Показано, что его проявления связаны с влиянием стереотипов. Обобщены результаты мониторингов медиасообщества Украины относительно предмета языка вражды. Выяснено, что самыми распространёнными являются высказывания ненависти по поводу российско-украинских отношений (57,8 %). Исследование показало важность мониторингов для повышения профессиональных стандартов. Знание правовой, этической и психологической специфики языка вражды способствует снижению конфликтности журналистских материалов. Этому также способствует разработка классификации языка вражды и изучение его специфики на телевидении.

Ключевые слова: *язык вражды, журналистская этика, социальные стереотипы, международное право, мониторинг.*

Butyrina M., Temchur K. Hate speech as a sociolinguistic phenomenon. Hate speech is a dangerous feature of modern Ukrainian media space. Its functioning is associated with objective socio-political processes. At the same time, it causes many social conflicts. The complication, versatility and contradictory nature of the problem makes it very difficult to solve. This paper discusses the psychological, ethical and legal aspects of hate speech functioning. The model of interconnection of these components is proposed. The ambiguity of the legal assessment of the phenomenon is emphasized. It is determined that ethical standards in this area are not developed, therefore, the use of hate speech depends on the professional conscientiousness of a journalist. It is shown that its manifestations are connected with the influence of stereotypes. The results of monitoring of the media space of Ukraine on the subject of hate speech are summarized. It is revealed that hate speech about Russian-Ukrainian relations is the most widespread (57,8 %). The research has shown the importance of monitorings to enhance professional standards. Knowledge of the legal, ethical and psychological specificity of hate speech will help to reduce the conflict potential of journalist materials. The development of the classification of hate speech and the study of its specific character on television will also contribute to it.

Keywords: *hate speech, journalistic ethics, social stereotypes, international law, monitoring.*

The concept of «*hate speech*» in general terms can be interpreted as «*any expression of discrimination and hatred to people through their identity*» [13]. The absence of a common unified definition of this term in the system of international law complicates the search and elimination of linguistic manifestations that affect it. It is associated, in particular, with the ambiguity of the phenomenon itself, which is called «the hate speech», its political, religious, worldview subtext.

At the same time, the impossibility of unambiguous interpretation indicates the complexity and severity of the problem of hate speech. Its roots are in the psychological features of the world perception of a speaker, their stereotypical representations and prejudices against others. Even the unintentional use of hate speech in the media is, in essence, propaganda of hatred (interpersonal, interethnic, interdenominational, etc.) and threatens the democratic society.

The problem of legal assessment of the phenomenon of hate speech was considered by M. Medvedeva, S. Likhova, G. Rybalchenko, T. Mendel, M. Elbakhtimi, R. Cohen and others. An analysis of this phenomenon in terms of professional standards was presented by A. Boyko, M. Kroz, N. Ratinova, A. Verkhovsky, G. Kozhevnikova and others. The researches O. Gladilin, M. Klimova, I. Palkota and others were engaged in the psychological causes of hate speech.

The complexity and diversity of the phenomenon of hate speech requires a complex analysis of its cognitive, ethical and legal aspects. The necessity determines *the purpose of the paper* – to determine psychological, professional and legal peculiarities of functioning of hate speech in the Ukrainian media discourse.

As it has been already noted, *the term «hate speech» has no integral definite meaning*. A common feature of all normative documents that regulate such statements is also the limited nature of categories that correspond with the definition of «hate speech». Thus, the laws of many countries do not provide for the «victims» of linguistic hatred, for example, representatives of the LGBT community. The lack of a common classification of types of hate speech and its objects does not contribute to the scientific and practical clarity.

It is accepted in the scientific circles to take as a basis the definition contained in the Recommendation 97 (20) of the Council of Europe Committee of Ministers: «the term "hate speech" shall be understood as covering all forms of expression which spread, incite, promote or justify

racial hatred, xenophobia, anti-Semitism or other forms of hatred based on intolerance, including: intolerance expressed by aggressive nationalism and ethnocentrism, discrimination and hostility against minorities, migrants and people of immigrant origin» [19]. As it can be seen, the character and categories of hate speech are revealed in the definition itself, but this is done partially, but not in a complex way.

Moreover, the authors of the paper «Hate Speech in the International and European Legal Context» point to the contradiction between the very concept of hate speech [8]. In their opinion, the conflict between freedom of speech and the prohibition of discrimination has been established in it. The danger lies in the possibility of subjective interpretations of the term, which leads to an inappropriate assessment of one or another statement.

Consequently, there is a rather ambiguous situation: on the one hand, manifestations of hate speech threaten the democratic society, limit human rights and need to be eliminated; on the other hand, thoughtless and fanatical struggle with them also prevents the development of democracy, because it restricts freedom of speech.

The journalists become hostages of the *legal uncertainty about hate speech*. They face a dilemma: to provide information objectively or to avoid discrimination. It has been proved that because of the undeveloped ethical standards journalists do not understand or do not want to understand what statements are discriminatory and present them properly [18]. It must be pointed out that the subjectivity of interpretation, which is admitted by the legislation in the sphere of hate speech, really prevents the development of ethical norms to counteract it.

This legal disadvantage allows unscrupulous journalists to mask their statements with discriminatory content under acceptable verbal formulas. From this perspective, euphemistic expressions, which are proposed in contrast to the expressions of hostility, can serve as an instrument of conscious manipulation of the audience. The statement thus retains hatred, but the change in linguistic form avoids legal persecution. As I. Dzyaloshinsky emphasizes, such «tricks» contribute to the assimilation of these ideas by more people [4]. The researcher explains the prevalence of hate speech by the deterioration of the socio-economic situation in post-Soviet countries. In his opinion, this is a mechanism of psychological protection – accusations of external forces in the own problems («we are good» – «they are bad»).

In addition, I. Dzyaloshinsky relates the degree of tolerance of journalistic materials to corporate ideology. He cites *three main paradigms* that the media follow when reporting information:

– *social rejection* – the isolation of a large number of intolerant objects (search for an enemy), the rejection of any dissent, the explanation of internal difficulties by the influence of external factors (Russians / Jews);

– *social survival* – greater tolerance to the representatives of national groups and smaller – to the representatives of some social groups which, in their opinion, impede the survival (good people / oligarchs);

– *social success* – a high level of tolerance both to national and social groups («external forces are not to blame») [4, p. 22].

The coverage of events, whose heroes are traditional objects of hate speech, is connected with the same problems. Not having an idea of professional standards, a journalist takes a risk to provoke a social conflict.

Thus, we are talking about the problems of coverage of information that belongs to the sphere of *journalistic ethics* – both personal and corporate. Accordingly, the question arises about the limits of self-regulation of the statements by journalists. As O. Tribunskaya actually states, social responsibility can not influence the problems which (let it be illusive) a threat of criminal responsibility can't cope with [17]. Consequently, a real reduction in the number of manifestations of hate speech can only be achieved by conscious avoiding it.

Here it is necessary to address *the psychological origin of hate speech*. It is based on social stereotypes. Under the stereotype one should understand «a selective and inaccurate way of taking the reality, which leads to the simplification and creates prejudices» [20]. Such an interpretation, therefore, points to the subjective and not always realistic nature of such statements. In the choice of verbal formulas journalists are also guided by patterns of consciousness that they are almost not aware of.

This situation is determined by the following *features of stereotypes*:

– the similarity of opinions of one group members about the members of another;

– emotional and evaluative character;

– stability and steadfastness;

– simplify and systematize the information about the environment;

– preserve and protect the values of an individual;

– explain the existing intergroup relationships;
– maintain a positive image of the group to which the individual belongs («we-group») [14, p. 44–47; 15, p. 52–53].

To characterize the specificity of hate speech, the notion of «social guidance» is used – a relatively stable system of views, ideas about a social object or event, the accumulation of emotional states, associated with it, which tend to certain actions [7]. A type of social guidance is bias and prejudices – a negative attitude towards representatives of a particular social group only through its affiliation to it [2; 16].

All this explains the complexity of combating hate speech through its fundamental character and rooting into the consciousness. The danger of its manifestations lies in the fact that most biases against a certain group are unobjective. Moreover, the replication of such statements contributes to social tensions and conflicts.

To the psychological features of modern hate speech belongs the specificity of the channels of its dissemination. Digital media (mainly the Internet) contribute to the spreading of hate speech more than their predecessors. Among the reasons for this, T. Isakova names such their properties: audience breadth, unlimited access, interactivity, the ability to anonymous transmitting of messages [6, p. 93].

Taking into account the aspects considered, we have developed the *model of the interconnection of the legal, ethical and psychological components of hate speech (Figure 1)*.

The elemental ignorance of media workers of the examples of hate speech makes the problem complicated. This leads to the subconscious replication of linguistic hatred.

It is necessary to emphasize the exceptional importance of media monitoring (systematically conducted by IAC «Sova», PO «Centr "Social'na dija"», «Detektor media» website, etc.). While none of them claims to be exhaustive and unambiguous, they are examples of tools to combat the violation of journalistic ethics. The recommendations drawn up by them are intended to help journalists reduce the level of conflict of their texts. The results of these monitoring are available in open access. Consequently, the responsibility for the ethics of publications is, to a large extent, imposed on the media workers themselves.

In our study, we reviewed the results of a series of *monitoring of the Ukrainian media space* conducted in 2014–2017 and summarized them [5; 10; 12]. The results of a recent research (2016–

2017 years) give an idea of the prevalence of certain types of hate speech in the media space of Ukraine. It follows that in the contemporary

Ukrainian media discourse hate speech about the Russian-Ukrainian relations is dominant (57,8 %) (Figure 2).

Fig.1 The complexity of the phenomenon of hate speech

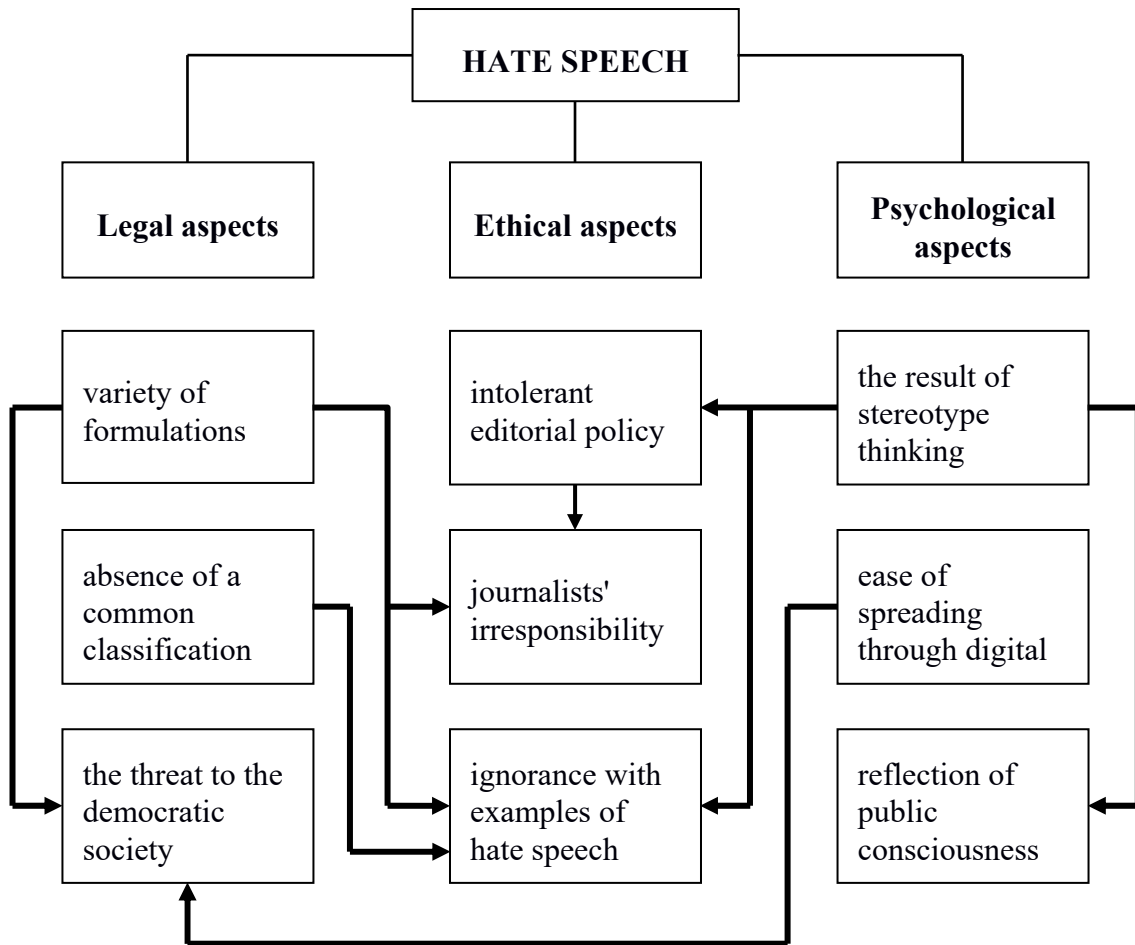
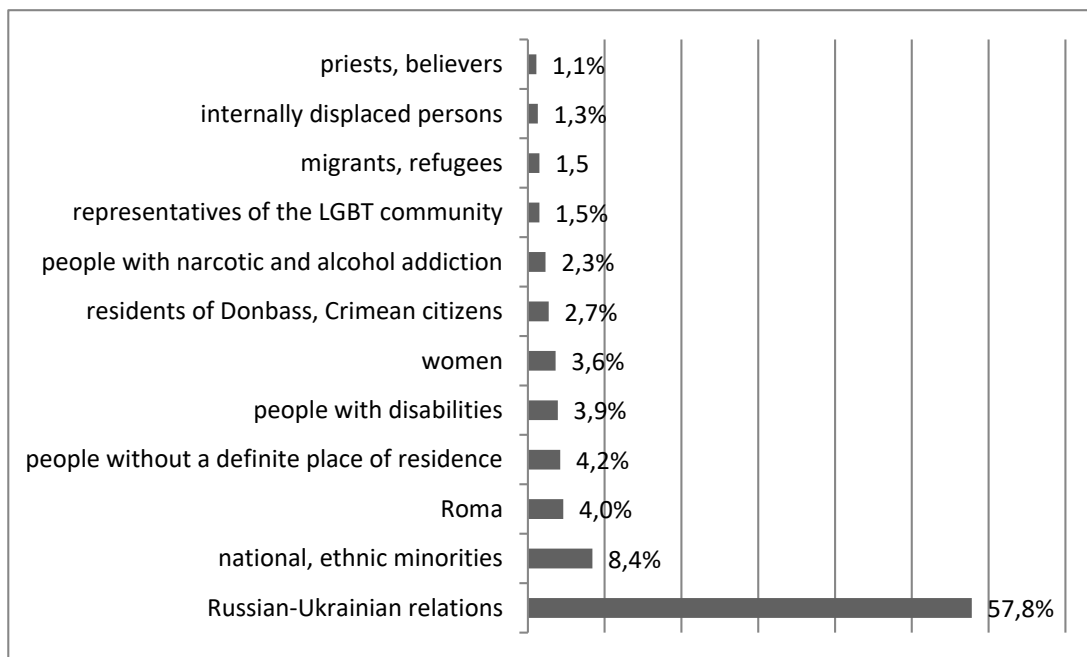


Fig. 2. Objects of hate speech by the results of monitoring 2016–2017 years [10]



These results are confirmed by the intelligence data of a number of Ukrainian researchers [1; 3; 11]. They note that the military conflict in the East of Ukraine has led to the emergence of new examples of hate speech. V. Hnatiuk emphasizes that from the Russian side pejoraty (ironic, disparaging names) with ethnic connotation («ukropy») are popular; from the Ukrainian – those connected with the political position, symbolism, sensory-behavioral models («separ», «kolorady», «vatnyky») [3]. T. Isakova believes that such statements are a classic example of dehumanization of society (a crisis of tolerance), which is aimed at psychological devaluation of the enemy [11].

Based on the analysis of the results of monitoring, one can distinguish the following *patterns of hate speech in Ukrainian media* at the present stage:

1) *the most popular source of hate speech is the Internet* (online editions and social networks);

2) *hate speech is a response to socio-political processes* and does not depend on the type of media;

3) *the majority of hate speech occur in all-Ukrainian media*;

4) *predominantly, journalists relay hate speech* by quoting someone's statement without proper comment;

5) *among the reasons for hate speech – the influence of stereotypes in the absence of time to verify information*;

6) *journalists contribute to the formation of bias* towards certain groups of people, *using inadvertently negatively colored neologisms*.

It should be noted that due to the limited resources, monitoring is mainly provided by printed and the Internet media. The data on hate speech on television are often presented fragmentarily and unsystematically.

Despite the ambiguity of interpretations and the contradictory views on the very concept of hate speech, the problem of linguistic hatred in Ukrainian society really exists. Journalists become its popularizers very often, consciously or unconsciously using destructive statements in their texts or quoting others.

Obviously, it is quite difficult to solve the problem of hate speech both theoretically and practically. However, it is advisable to increase professional standards and adhere to the requirements of professional ethics. Journalists have to be more conscientious about their duties and deliberately strive to avoid the use of hate speech. An important role in this process is played by the media monitoring that are being actively conducted today. At the same time, considering the dynamics of the development of society, it is necessary to record new patterns of hate speech and promote their normalization.

The complexity and diversity of the phenomenon necessitates its permanent theoretical elaboration. In particular, they are still waiting for their researchers to create a unified classification of hate speech and study its specificity in television broadcasting.

Література

1. Бойко А. Дегуманізація медіа та етичні стандарти журналістики (на матеріалі українських ЗМК 2013–2014 рр.). *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 5–11.
2. Бэрн Р., Бирн Д., Джонсон Б. Социальная психология: ключевые идеи: монография. СПб: Питер, 2003. 512 с.
3. Гнатюк В. «Мова ворожнечі» в російсько-українській війні 2014–2015 років та національна самосвідомість українців. *Історико-культурні студії*. 2015. Вип. 2. № 1. С. 47–52.
4. Дзялошинский И. Язык вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы: учеб. пособие для студентов факультета журналистики. М.: Гум. ин-т, 2006. 26 с.
5. Иванов В., Совенко О., Волошенко О. Війна у медіа та медіавійна. Експертна оцінка різних аспектів висвітлення воєнних подій на Сході в українських медіа (вересень 2014р.). URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Reliz_Media_War_Oct_14.pdf (дата звернення: 21.11.2018).
6. Ісакова Т. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41). С. 90–97.
7. Краткий психологический словарь / под ред. А. Петровского, М. Ярошевского. М.: Политиздат, 1985. 431 с.
8. Медведєва М., Дібрівна Е., Кухарчук Р. Мова ненависті в міжнародному та європейському правовому контексті. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2017. Вип. 133. С. 95–105.

9. Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь: справ. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. 672 с.
10. «Мова ворожнечі» в українських ЗМІ: досвід моніторингу та навчання: навч. пос. Одеса: Одеська обласна організація ВГО «Комітет виборців України, 2017. 156 с.
11. Моргун А. Війна Росії проти України: тенденції конфліктного дискурсу в сучасних українських ЗМІ. *Наукові записки ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2016. Вип. 3–4 (83-84). С. 352–362.
12. Проект «Без Кордонів» ГО «Центр "Соціальна Дія"»: звіт за результатами моніторингу мови ворожнечі в українських ЗМІ (2014). URL: http://noborders.org.ua/wpcontent/uploads/2015/12/hatespeech_report_NoBorders_2015.pdf (дата звернення: 10.11.2018).
13. Противодействие ненависти: мониторинг «языка вражды» в отношении ЛГБТ и меры реагирования на его проявления в Беларуси, Кыргызстане, Молдове, России и Украине. URL: <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/03/%D0%9019-LGBT-Hate-Speech-Report-Rus.pdf> (дата обращения: 21.11.2018).
14. Стефаненко Т. Социальные стереотипы и межэтнические отношения. *Общение и оптимизация совместной деятельности*: сб. тр. / под ред. Г. Андреевой, Я. Яноушека. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1987. С. 242–250.
15. Стефаненко Т. Этнопсихология: уч. пос. М.: Российское психологическое общество, 1998. 114 с.
16. Тейлор Ш., Пипло Л., Сирс Д. Социальная психология: учебник. СПб.: Питер, 2004. 767 с.
17. Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды. URL: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm> (дата обращения: 01.11.2018).
18. Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ: сб. ст. М.: РОО «Центр "Панорама"», 2002. 200 с.
19. Council of Europe Committee of Ministers, Recommendation, No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to Member States on «Hate Speech», October 1997 Available at: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/cm/rec%281997%29020&expmem_EN.asp (accessed 21.11.2018).
20. Lippman W. *Publik Opinion*. New York, Macmillan, 1949. 272 p.

References

1. Bojko A. Degumanizacija media ta etychni standarty zhurnalistyky (na materialy ukrai'ns'kyh ZMK 2013-2014 rr.) [Media dehumanization and ethical standards of journalism (based on materials of Ukrainian mass media 2013-2014)]. *Visnik L'vivs'kogo universitetu. Serija Zhurnalistika*, 2018, vol. 39, no. 1, pp. 5–11.
2. Bjeron, R., Birn D., Dzhonson B. *Social'naja psihologija: kljuचेveye idei* [Social psychology: key ideas]. St. Peterburg, Peter Publ., 2003. 512 p.
3. Gnatjuk V. «Mova vorozhnechi» v rosijs'ko-ukrai'ns'kij vijni 2014-2015 rokiv ta nacional'na samosvidomist' ukrai'nciv [«Hate speech» in the Russian-Ukrainian war of 2014-2015 and the national consciousness of Ukrainians]. *Istoryko-kul'turni studii*, 2015, vol. 2, no. 1, pp. 47–52.
4. Dzialoshinskij I. *Jazyk vrazhdy v rossijskih SMI: social'nye, kul'turnye, professional'nye faktory* [Hate speech in the Russian media: social, cultural, professional factors]. Moscow, Gumanitarnyj institute Publ., 2006. 26 p.
5. Ivanov V., Sovenko O., Voloshenjuk O. Vijna u media ta mediavijna. Ekspertna ocinka riznyh aspektiv vysvitlennja vojennyh podij na Shodi v ukrai'ns'kyh media (veresen' 2014r.) [War in the media and media war. Expert evaluation of various aspects of coverage of military events in the East in the Ukrainian media (September, 2014)]. Available at: http://www.aup.com.ua/uploads/Reliz_Media_War_Oct_14.pdf (accessed 21.11.2018).
6. Isakova T. Mova vorozhnechi jak problema ukrai'ns'kogo informacijnogo prostoru [Hate speech as a problem of the Ukrainian information space]. *Strategichni priorityty*, 2016, vol. 41, no. 4, pp. 90–97.
7. *Kratkij psihologicheskij slovar'* [Brief psychological dictionary]. Moscow, Politizdat Publ., 1985. 431 p.
8. Medvedjeva M., Dibrivna E., Kuharchuk R. Mova nenavysti v mizhnarodnomu ta jevropejs'komu pravovomu konteksti [Hate speech in the international and European legal context]. *Aktual'ni problemy mizhnarodnyh vidnosyn*, 2017, vol. 133, pp. 95–105.

9. Meshherjakov B., Zinchenko V. *Bol'shoj psichologicheskij slovar'* [Big psychological dictionary]. St. Petersburg, Prime-EUROZNAK Publ., 2004. 672 p.
10. «Mova vorozhnechi» v ukrai'ns'kyh ZMI: dosvid monitoryngu ta navchannja [«Hate speech» in the Ukrainian media: experience of monitoring and training]. Odessa, Odes'ka oblasna organizacija VGO «Komitet vyborciv Ukrai'ny» Publ., 2017. 156 p.
11. Morgun A. Vijnna Rosii' proty Ukrai'ny: tendencii' konfliktного dyskursu v suchasnyh ukrai'ns'kyh ZMI [The Russian war against Ukraine: contemporary discourse trends in modern Ukrainian mass media]. *Naukovi zapysky IPIEND im. I.F. Kurasa NAN Ukrai'ny*, vol. 83-84, no. 3-4, pp. 352-362.
12. Proekt «Bez Kordoniv» GO «Centr «Social'na Dija"»: zvit za rezul'tatamy monitoryngu movy vorozhnechi v ukrai'ns'kyh ZMI (2014) [The project «Without Borders» PA «Center Social Action»: a report on the results of monitoring hate speech in the Ukrainian mass media (2014): Available at: http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2015/12/hatespeech_report_NoBorders_2015.pdf (accessed 10.11.2018).
13. Protivodejstvie nenavisti: monitoring «jazyka vrazhdy» v otnoshenii LGBT i mery reagirovaniya na ego projavleniya v Belarusi, Kyrgyzstane, Moldove, Rossii i Ukraine [Countering hate: monitoring «hate speech» against LGBT people and responding to its manifestations in Belarus, Kyrgyzstan, Moldova, Russia and Ukraine]. Available at: <https://www.article19.org/wpcontent/uploads/2018/03/%D0%9019-LGBT-Hate-Speech-Report-Rus.pdf> (accessed 21.11.2018).
14. Stefanenko T. *Social'nye stereotypy i mezhjetnicheskie otnoshenija* [Social stereotypes and interethnic relations]. Obshhenie i optimizacija sovmestnoj dejatel'nosti. [Communication and optimization of joint activities]. Moscow, Moscow St. Univ. Publ., 1987. pp. 242-250.
15. Stefanenko T. *Jetnopsihologija* [Ethnopsychology]. Moscow, Rossijskoe psichologicheskoe obshhestvo Publ., 1998. 114 p.
16. Tejlor Sh., L. Piplo, D. Sirs. *Social'naja psihologija* [Social psychology]. St. Peterburg, Peter, 2004. 767 p.
17. Tribunskaja E. Samoregulirovanie SMI v oblasti jazyka vrazhdy [Jelektronnyj resurs] [Media self-regulation in the field of hate speech]. Available at: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm> (accessed 01.11.2018)
18. *Jazyk moj... Problema jetnicheskoi i religioznoj neterpimosti v rossijskih SMI* [My language ... The problem of ethnic and religious intolerance in the Russian mass media]. Moscow, ROO "Center "Panorama" Publ., 2002. 200 p.
19. Council of Europe Committee of Ministers, Recommendation, No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to Member States on "Hate Speech", October 1997 Available at: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/cm/rec%281997%29020&expmem_EN.asp (accessed 21.11.2018).
21. Lippman W. *Publik Opinion*. New York, Macmillan, 1949. 272 c.

УДК 316.6:659.9]:004.7 (043.3)

O. V. Kurban

*Boris Grinchenko Kyiv University
Taras Shevchenko Kyiv National University*

Theoretical and methodological bases of modern hybrid conflicts

Курбан О. В. Теоретико-методологічні основи сучасних гібридних конфліктів. Представлене в статті дослідження розкриває проблематику гібридних конфліктів, із якими пов'язують найбільш важливі сучасні міждержавні протистояння. Дається короткий ретроспективний огляд проблематики застосування та вивчення технологій ведення гібридних конфліктів, що в різні часи знаходило відображення в роботах таких теоретиків, як Сунь-Цзи, Геродот, Йосип Флавій, Плутарх, Аміан Марцелін, Тит Лівій, Корнелій Тацит (Давній Світ); Макіавелі (епоха Відродження); Карл фон Клаузевіц (Новий час); В. Немет, Ф. Хоффман, Д. Кілаллен, Н. Фрейер, Д. Маккуен (Європа та США, ХХ-ХХІ ст.); Л. Левашова, А. Дугіна, І. Панарина, А. Манойло (РФ, ХХ-ХХІ ст.). Визначається поняття «гібридний конфлікт» як загальне, базове поняття, що в свою чергу сегментується на поняття «гібридна агресія» та «гібридна війна». За авторським визначенням, гібридний конфлікт є поняттям геополітичного рівня, в той час як гібридна війна та гібридна агресія відносяться до категорії локальних, міжнародних та внутрішньополітичних конфліктів. Теоретико-методологічна структура порушеної теми передбачає проведення досліджень у двох контекстах – напрямки розвитку суспільства (економічне, політичне,

військове, інформаційне, міжнародне, культура, державне) та інструменти (доктрини, концепції, теорії, стратегії). Виділяються такі основні інструменти, як концепція асиметричної війни (Е. Мак), теорія керованого хаосу (С. Манн), доктрина «м'якої сили» (Дж. Най), доктрина «кольорових революцій» (Дж. Шарп), теорія рефлексивного управління (В. Лефевр), доктрина необмеженої війни (Цяо Лян), доктрина мятежів (С. Месснер), доктрина мережево-центричної війни, теорія інформаційної війни в соціальних онлайн-мережах (О. Курбан). Також, важлива частина дослідження проблематики представлена у форматі трьох ключових етапів – прихованого (латентного), напіввідкритого та відкритого.

Ключові слова: *гібридна війна, гібридна агресія, гібридний конфлікт, інформаційна війна, кібервійна, асиметрична війна, доктрина «м'якої сили», стратегія керованого хаосу, доктрина «кольорових революцій», теорія рефлексивного управління, доктрина необмеженої війни, доктрина мережево-центричної війни, теорія інформаційної війни у соціальних онлайн мережах.*

Курбан А. В. Теоретико-методологические основы современных гибридных конфликтов. Представленное в статье исследование раскрывает проблематику гибридных конфликтов, с которыми связывают наиболее важные современные межгосударственные противостояния. Дается краткий ретроспективный обзор проблематики использования и изучения технологий ведения гибридных конфликтов. В разные времена эта проблематика находила отражение в работах таких теоретиков, как Сунь-Цзы, Геродот, Иосиф Флавий, Плутарх, Амиан Марцелина, Тит Ливий, Корнелий Тацит (Древний Мир); Макиавелли (эпоха Возрождения); Карл фон Клаузевиц (Новое время); В. Немец, Ф. Хоффман, Д. Килкаллен, Н. Фрейер, Д. Маккуэн (Европа и США, XX-XXI вв.); Л. Левашова, А. Дугина, И. Панарина, А. Манойло (РФ, XX-XXI вв.). По авторскому определению, гибридный конфликт является понятием геополитического уровня, в то время как гибридная война и гибридная агрессия относятся к категории локальных, международных и внутривнутриполитических конфликтов. Теоретическая и методологическая структура рассматриваемой темы предусматривает проведение исследований в двух контекстах – направлениях развития общества (экономическое, политическое, военное, информационное, международное, культура, государственное) и инструменты (доктрини, концепции, теории, стратегии). Выделяются, такие основные инструменты как: концепция асимметричной войны (Э. Мак), теория управляемого хаоса (С. Манн), доктрина «мягкой силы» (Дж. Най), доктрина «цветных революций» (Дж. Шарп), теория рефлексивного управления (В. Лефевр), доктрина неограниченной войны (Цяо Лян), доктрина мятежевой войны (Е. Месснер), доктрина сетцентричной войны, теория информационной войны в социальных онлайн-сетях (А. Курбан). Также важна часть исследования проблем в формате трех ключевых этапов – скрытого (латентного), полуоткрытого и открытого.

Ключевые слова: *гибридная война, гибридная агрессия, гибридный конфликт, информационная война, кибервойна, ассиметричная война, доктрина «мягкой силы», стратегия управляемого хаоса, доктрина «цветных революций», теория рефлексивного управления, доктрина неограниченной войны, доктрина сетцентричной войны, теория информационной войны в социальных онлайн-сетях*

Kurban O. Theoretical and methodological bases of modern hybrid conflicts. The study presented in the paper reveals the problems of hybrid conflicts with which the most important modern interstate confrontations are connected. The concept of “hybrid conflict” is defined as a general, basic concept, which, in turn, is segmented into the concepts of “hybrid aggression” and “hybrid war”. According to the author’s definition, a hybrid conflict is a concept of a geopolitical level, while hybrid war and hybrid aggression belong to the category of local, international and domestic political conflicts. The theoretical and methodological structure of the studied subject envisages conducting research in two contexts – directions (economic, political, military, informational, international, cultural, state) and tools (doctrines, concepts, theories). The basic tools are enclosed: the concept of asymmetric warfare (E. Mac), the theory of controlled chaos (S. Mann), the doctrine of “soft power” (J. Ney), the doctrine of “colour revolutions” (G. Sharp), the theory of reflexive control (V. A. Lefebvre), the doctrine of unrestricted war (Qiao Liang), the doctrine of rebellion war (Ye. Messner), the doctrine of network-centric war, the theory of network information warfare (O. Kurban). Also, an important part of the research focuses on problems in the format of three key stages – hidden (latent), half-open and open.

Keywords: *hybrid war, hybrid aggression, hybrid conflict, information war, cyber war, asymmetric war, the doctrine of “soft power”, the strategy of controlled chaos, the doctrine of “colour revolutions”, the theory of reflexive control, the doctrine of unrestricted war, the doctrine of network-centric war, the theory of information wars in social online networks*

In recent years, Ukraine has been in the open state of a hybrid war, unleashed by the Russian Federation, which has covered almost all aspects of the life of Ukrainian society. This is an innovative war that has not yet been studied scientifically and has not been sufficiently studied in practical aspects.

In specialized dictionaries a hybrid warfare, as a rule, is defined as “a purposeful process of establishing external control of an alpha subject over a control object, establishing total control in the field of public administration, in which formation methods play a determining role” [5, p. 69].

In various studies, synonyms or specific aspects of a hybrid war stand out such concepts as: information and psychological war, non-conventional war, sixth generation war, asymmetric, proxy war, non-linear, non-contact / indirect, network, etc.

The practice of the beginning of the XXth century introduced some changes in the principles of the formation of the conceptual and terminological apparatus of the studied problems. Enough controversial terms and definitions began to appear. Such as, for example, “hybrid peace”, which is defined as “the continuation of a hybrid war, the state of conditional rest and virtual

harmony between the preparation of the next stages of hybrid war” [5, p.70].

Unfortunately, the concepts presented above do not fully reflect the whole picture and do not provide an opportunity to analyze the situation systematically.

This circumstance creates a lot of problems that do not allow the relevant state structures and Ukrainian society as a whole successfully repel Russian attacks and respond to key challenges.

Based on the above relevance, the main purpose of the paper is a theoretical and methodological analysis of the main elements and technologies of modern hybrid wars and the clarification of key terms and concepts. To achieve this goal, it is necessary to solve a number of key tasks, in particular such:

- consider the main aspects of the history of the birth and development of hybrid wars technology
- formulate basic theoretical concepts
- identify the main directions of development of modern hybrid conflicts
- systematize the main theories, concepts and doctrines used in the strategic and tactical planning of hybrid conflicts

The history of the study of theoretical and methodological foundations of hybrid conflicts has rather deep roots. For the first time, as part of a comprehensive study, individual tools of hybrid conflicts were considered in the 5th B.C. by a Chinese military and political strategist Sun Tzu in his treatise «The Art of War» [12]. An Ancient Greek explorer, Herodotus, in his book “The Histories” described some hybrid methods of warfare, using the example of Scythian and Persian (6th B.C.) and the Greco-Persian wars (499-449 B.C.) [1]. In the context of individual events in the history of the Ancient World, historians, Plutarch, Amian Marcellinus, Titus Livius, Cornelius Tacitus, described military techniques used by such generals as Alexander the Great, Guy Julius Caesar, Hannibal, Pierre, Marcus Aurelius, etc.

In the Middle Ages, the subject under study was, in general, not seriously worked out, but the work of Nicolo Machiavelli “The Sovereign” should be noted, in which, among other things, by systematizing previous experience, he proposed a number of hybrid tools that the ruler can use to achieve military and political goals [6].

Among the subsequent theoretical and methodological developments there is the work of Prussian general von Clausewitz, “On War”, in which he outlined the basic principles of preparing for a successful war, in particular mentioning the

tools that are now defined as hybrid, should be highlighted [2]. In particular, it should be noted that the strategic and tactical plans of the General Headquarters of the German Army, during the First and Second World Wars, were based his designs.

The XX century has brought a lot of new ideas to the theory and practice of hybrid wars. First of all, it made it possible to systematize practical tools and derive basic categorical concepts. For the first time, the concept of «hybrid war», as an officially recognized term, has been used since 2001.

Among Western experts, this topic was considered in works by V. Nemeth, F. Hoffman, D. Kilkallen, N. Freyer, D. McQueen. The experts understand the hybrid war as an integrated technology that combines economic, political and military aspects.

A significant role in the development and study of hybrid war technologies was made by Russian practitioners and researchers. One of the key developments was the so-called “Gerasimov Doctrine”, in which the conceptual principles of the conduct of the Russian Federation of modern wars were outlined. Among the scientific researches in this direction are L. Levashov, A. Dugin, I. Panarin, A. Manoylo. In particular, they systematized and analyzed the experience of the participation of the USSR and post-Soviet Russia in hybrid conflicts of the 20th – early 21th centuries.

Analyzing the main points and events of the hybrid confrontation of 2014-2018 between the Russian Federation and its allies, on the one hand, and Ukraine and its Western allies, on the other hand, the author came to the conclusion that it is necessary to clarify and expand the theoretical and methodological basis of the subject matter.

In our opinion, the concept of a strategic level, as a hybrid conflict is, should be highlighted. And at the tactical (interstate or domestic political) level, a hybrid conflict can be presented in two versions – a hybrid aggression and a hybrid war.

As a hybrid conflict, we propose to consider the confrontation of geopolitical subjects, which is manifested in the confrontation of the parties, alongside using integrated strategies and tactical decisions of a political, economic, ideological, cultural, military nature. This concept can be attributed to the geopolitical sphere and is determined by the vectorial nature of international politics, in terms of confronting military-political alliances, economic alliances of countries and transnational corporations. For most of the XXth century, such a hybrid conflict took place through

the Warsaw Pact – NATO (military), the CMEA (Countries of mutual economic assistance) – the alliance of the United States and Western Europe. The same kind of conflicts took place in other historical epochs.

At the level of intrastate or regional interstate confrontations, a hybrid conflict can be presented in two forms – a hybrid aggression and a hybrid war. In this case, we are talking about such phenomena as civil conflicts within a single state, which can be both centripetal (the war of 1965–1975, in Vietnam) and centrifugal (the war of 1991–2008, in Yugoslavia). And also, we speak about the confrontation of the two states, without attracting a wide range of allies (Russian-Georgian war of 2008).

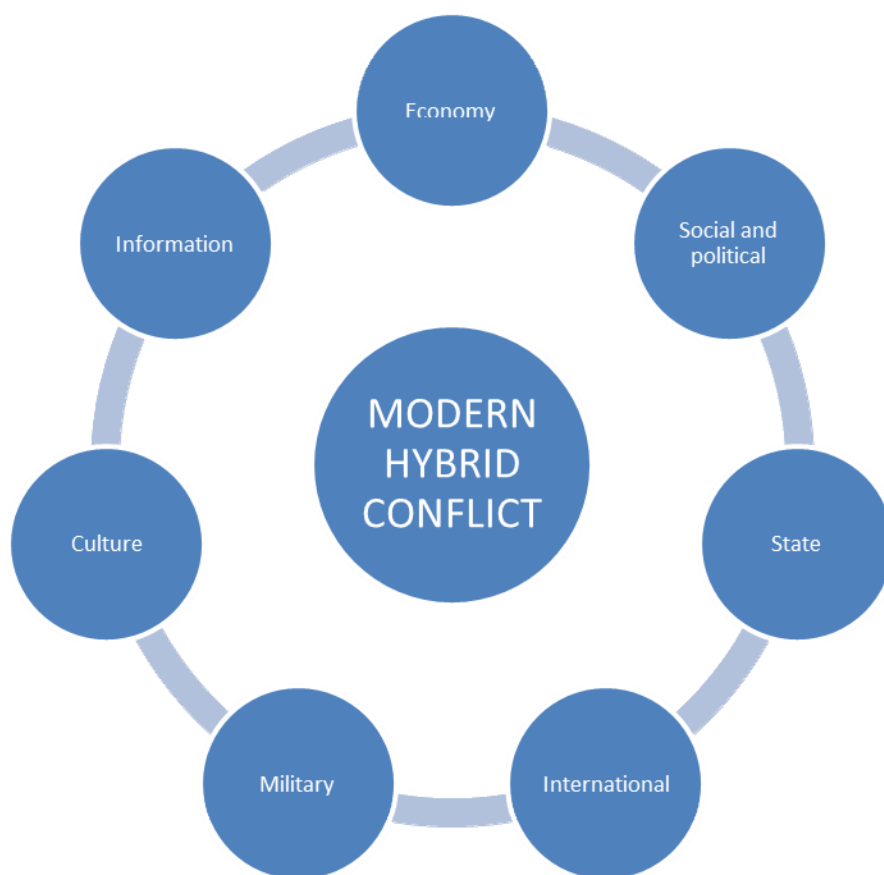
In this case, we claim it is necessary to consider a hybrid aggression as an integrated

impact of a destructive nature, which the attacker applies to his victim, without a different response.

In this case, a hybrid warfare is an open confrontation between individual subjects, alongside using integrated tools of direct and indirect influence. At the same time, the parties to the conflict, consciously and adequately, make efforts to obtain a decisive advantage.

In most cases, within the framework of hybrid conflicts, a hybrid aggression goes into a hybrid war, which can go into a phase of an open military confrontation through international institutions, or can go into a frozen format.

Traditionally, the main areas, in which hybrid conflicts are carried out, are highlighted: economic, social and political, domestic, international, informational, cultural, military (pic. 1.).



Picture. 1. The main directions of hybrid conflicts

The *Economic direction* involves destructive actions in relation to the financial system (weakening the national monetary unit and blocking financial flows, withdrawing capital), economic sanctions (personal or sectoral), restricting or blocking the supply of strategic raw materials (hydrocarbons, agricultural products, etc.), closing / removal of enterprises (belonging to business representatives of the attacking side),

blocking trade routes (hubs, sea, land, air routes). The main goal of actions in this direction is the weakening of the economic potential and the transformation of the attacked country into a raw materials appendage and the sales market of the attacking side.

Social and political direction, it constitutes actions aimed at the organization of inter-ethnic and inter-religious conflicts of an open format,

artificially created political conflicts, acts of civil disobedience, as well as artificially stimulated growth of criminal activity. The main goal of the actions of the attacking side is the atomization of society, the creation / strengthening of a social split.

The *State direction* involves the destructive actions of the attacking side on the state institutions by blocking the activities of all levels of government, undermining the authority of key representatives of the state apparatus, encouraging separatism and violent changes in the constitutional order, as well as encouraging corrupt actions by the officials. The main goal of the enemy's actions is to weaken, block or destroy the state power system.

The *Information direction*, as a rule, is represented by actions aimed at active promotion of alien political ideas and moral and ethical principles, capturing the national information field (promoting foreign media, taking control of national ones), saturating the national information field with negative information (fakes). The continuation of the information direction is a cyber war, which involves the deployment of confrontations on the Internet. Key elements include dDos and Phishing Attacks, the use of OSINT technologies (gathering information from open sources) and HUMINT (forming insider networks). The main task of actions in this direction is to get an opportunity to control the emotional state of key people (opinion leaders) or of the society as a whole.

The *Cultural direction* is represented by humanitarian aggression, which aims to destroy the national heritage (architecture, artifacts), direct or indirect actions aimed at restricting the language of the titular nation, negativizing the national culture and traditions, imposing foreign mass culture (cinema, literature, theater, visual arts and etc.), as well as the negativization of the moral authorities of the nation (culture, art, science). The main goal of the attacks is to show the failure of the nation, the lack of historical past and prospects for the future.

International direction implies destructive actions detrimental to the international image of the attacked side in the form of refusal from direct interstate contacts, non-recognition of the official leadership of the country and its representatives in the negotiations, breaking or ignoring interstate treaties and agreements, and also refusal to recognize international conventions, pressure through international organizations or mediation structures, closing of diplomatic missions,

recalling of ambassadors and consuls. The main goal of such actions is to deprive the enemy of the status of subjectness in international processes.

The *Military direction* is traditionally represented by such actions as the involvement of private military companies, terrorist acts, the organization of guerrilla and insurgent movements, supply of weapons, ammunition and the conduct of such operations as peace enforcement or peacekeeping. The main goal of actions in this direction is weakening or elimination of the national security system.

The typology and classification of the main tools, used in the framework of hybrid conflicts, are represented by a wide range of doctrines, concepts and strategies, among which the most popular are: the strategy of controlled chaos; the doctrine of "soft power", the doctrine of colour revolutions, the theory of reflexive control, the doctrine of unlimited war, the doctrine of network-centric war, the concept of asymmetric war, the rebel war doctrine.

The *CONCEPT OF ASYMMETRIC WARFARE* (proposed by Andrew J. R. Mac in 1975) implies a concentration of resources and the efforts of the attacking side to attack the enemy in an unexpected way and in an unexpected place [15].

One of the basic concepts here is the "asymmetric threat", which is defined as "a variety of internal and external, objective and subjective contradictions of social development in the environment of the functioning of an object that is not adequate to the level of the subject's readiness to manage threats" [5, p.34].

Typical signs of asymmetric confrontation are: opposition of technological advantages to quantitative, attacks on the infrastructure of the enemy, strikes in poorly protected places, non-standard tactics, unexpected decisions (going against international conventions and humanitarian principles). In hostilities, this concept involves the use of mobile war tactics, the use of special operations forces or private military companies.

The *STRATEGY OF CONTROLLED CHAOS* (proposed by Stephen Mann in 1992) implies a set of actions aimed at introducing the attacked party's society to a state of "political criticality" that blocks or destroys its key institutions [16].

One of the conceptual provisions of the theory of chaos, which is the basis of the strategy under consideration, is the fact that «the theory of chaos will determine that it is very difficult to make long-range predictions» [16, p. 64].

Among the typical signs that are peculiar markers of using this strategy are: attacks on

national cultural identity, the formation of a state of hopelessness in society, the creation of totalitarian ideologies and cults, atomization of society, concentration of public attention exclusively on material problems, stimulation of corruption, activation of ideological faults of society, the negative authority of the government, the formation of conditions for the emergence of civil won or imposed public opinion, stimulating economic problems.

The *DOCTRINE OF "SOFT POWER"* (proposed by Joseph Nye in 1990), involves the attacker to carry out a set of actions that demonstrate their own advantages to the enemy [9]. Such demonstration actions are intended to affect the emotional state of the key personnel of the opponent or his society as a whole. In this case, the attacking side has an opportunity to control or have a significant impact on public life, the economy, foreign and domestic policies of the attacked side.

According to some researchers, in the doctrine of "soft power", the actions of international organizations, which "are a good platform for realizing the "soft power" of the country, are important. The state has the right to disseminate its ideas, values and policies within the organization, among other member states, and through this organization to non-member states" [8, p. 38].

The *DOCTRINE OF COLOUR REVOLUTIONS* (proposed by Gene Sharp in 1993) involves the organization and implementation of mass social movements whose goal is a non-violent change of the political system or the management elite of a society [14].

According to G. Sharp, "Nonviolent struggle is much more complicated and diverse than violence. Both the people and public institutions use psychological, social, economic and political weapons, known as protests, strikes, boycotts, refusal to cooperate, express discontent, and people's self-government. As mentioned above, any government can rule insofar as the sources of its strength are replenished by the cooperation, subordination and obedience of individuals and public institutions. Unlike violence, political disobedience has a unique ability: it blocks such sources of power" [14, p. 34].

As a rule, innovators become the initiators of colour revolutions (10-15% of the total population), and the middle class (50-60% of the total population) becomes the driving force that penetrates innovative ideas and brings about changes in society. Typical examples of such revolutions are: "Velvet Revolution" in

Czechoslovakia (1989), "Bulldozer Revolution" in Yugoslavia (2000), "Rose Revolution" in Georgia (2003), "Tulip Revolution" in Kyrgyzstan (2005), "Brick Revolution" in Moldova (2009), "Jasmine Revolution" in Tunisia (2011), etc.

The *THEORY OF REFLEXIVE CONTROL* (proposed in the late 1960s, based on the development of V. A. Lefebvre) involves the use of integrated tools that allow influence the decisions of the adversary, beneficial to the attacking side, as a consequence of creating certain situations or demonstrating potential threats [10].

According to the profile researchers, "the concept of "the reflexive control" reflects the general approach to managing a person using various methods of covert psychological coercion and using reflection as the leading system-forming psychological mechanism of this management process [3].

The main methods of achieving the above objectives are: distraction, the formation of a dense information flow, the processing of which requires significant resources, the introduction of cognitive dissonance into the state of blocking the decision-making function, the depletion of the enemy's resources to solve few significant problems or fake threats, allies, putting vigilance to sleep (reducing stress or transferring processes to a hidden format), provoking rash decisions and actions, psychological pressure and intimidation.

The *DOCTRINE OF UNRESTRICTED WAR* (developed in the 1990s, by Qiao Liang, based on the principles of unrestricted submarine war), involves the implementation of aggressive actions that are not governed by time frames (cyclical processes) or constraining principles (moral and ethical standards or international conventions) [17].

The *DOCTRINE OF REBEL WAR* (proposed by Yevgeny Messner in the 1960s) suggests the formation and support of active legal protest movements and underground groups that operate through aggressive agitation and propaganda campaigns and demonstrative terrorist acts [7]. The action of these subjects is aimed at the elimination of moral values, moral (scandals, slander, compromising evidence) and physical (demonstrative attempts) destruction of opinion leaders. In a more rigid form, terrorist acts can be carried out aimed at seizing or destroying objects of national historical heritage (historical and natural reserves, architectural objects) and symbolic objects (monuments to heroes, events, objects of worship).

The founder of the Doctrine of Rebellious Ye. Messner, justifying this term, notes that “In two world wars and many local wars, a world revolution was born and developed, wars intertwined with revolts, revolts with wars, a new form of armed conflict was created, which we will REBEL WAR” [7, p.15].

The *DOCTRINE OF THE NETWORK-CENTRIC WAR* (presented in the American military doctrines of “Join Vision 2010” and “Join Vision 2010”) is a set of measures aimed at concentrating the information resources of the attacking side necessary to ensure the operational and effective management of military operations (automated control systems) [10]. Also, the key task of the actions of the attacking side is blocking and destruction of information potential.

The *THEORY OF NETWORK INFORMATION WARFARE* (presented by the author of this paper in 2016) involves the integrated use of digital, humanitarian (managerial) and psy-technologies to coordinate information processes (creation, distribution, search for content) in social online networks [3].

Chronologically, hybrid conflict is traditionally divided into three stages: preparatory, active, and final [11]. Based on the characteristics and specifics of the latest, most resonant hybrid conflicts (Russian-Georgian, Russian-Ukrainian), we offer some adjustments to the names of the stages and their content. The most adequate will be the segmentation into hidden (latent), half-open and open stages.

The *Hidden (latent) Stage*, in its essence, more closely matches the parameters of the concept of hybrid aggression proposed by us. Within this period, the attacking side exercises, in relation to his victim, the impact of an economic, external and domestic political nature, information pressure, active pressure in the field of culture. The side of the aggressor, through the tools of «soft power», imposes on the object of aggression, its vision of its role and place in the geopolitical alignments, forms profitable social settings, and carries out the correction of the state strategy.

The *Half-open Stage* is a confrontation in the format corresponding to the concept of hybrid war as presented by us. At this stage, the attacking side moves to demonstrative methods of pressure, using the whole range of methods and directions of destructive influence, excluding open armed conflict. The attacked side answers to aggression, because of its capabilities and in accordance with the actions of the enemy. At this stage, first attacking, and then the responding side, the tools of

such hybrid doctrines as colour revolutions, the strategy of controlled chaos, reflexive control, and rebellion war used.

The *Open Stage* of the hybrid conflict involves the direct use of the armed forces. In the event that the attacking side does not have an overwhelming advantage, armed clashes are local in nature. They are carried out, mainly, in the form of mobile combat, using special operations forces (SOF) or point military operations with limited use of aircraft and artillery. Quite often, such forms of armed confrontation take the form of peace enforcement operations or peacekeeping operations. At the same time, the most popular form of tactical decisions is the concept of network-centric warfare and asymmetric warfare. In addition to purely military methods, the tools of the doctrine of unrestricted war and the theory of reflexive control are used. Also, they continue to actively, but selectively (to save resources), use hybrid technologies inherent in the latent stage – controlled chaos, muddling, and reflexive control.

Summing up the research, presented in the paper, we note rather deep historical roots of the study of hybrid conflicts, which, in our opinion, have sources in the works of researchers of the 1st millennium B.C. (Sun Tzu, Herodotus, Thucydides, etc.). It should also be noted that to a large extent the applied nature of such studies, which were in great demand in all historical epochs, despite the fact that the term itself, a hybrid war appeared only in the beginning of the 21st century.

Considering the theoretical and methodological aspects of the core topic, in our opinion, a certain coordinate system should be set to determine the nature and specificity of the hybrid conflict in two planes – directions (economic, military, cultural, international, social and political, domestic, informational), as well as tools (strategy of controlled chaos, the doctrine of “soft power”, the doctrine of colour revolutions, the theory of reflexive control, the doctrine of unrestricted war, the doctrine of rebel war, the doctrine of net-centric war, the concept of asymmetrical warfare). Also, referring to applied research, one should take into account the chronological features and specificity of hybrid conflicts, which are segmented within the framework of three stages – latent (latent), half-open and open.

Summarizing, it should be noted the need for further consideration and scientific discussion in this direction with segmentation in individual areas using application aspects.

Література

1. Геродот. История / Геродот. – Киев: Азбука. – 2015. – 768 с.
2. Карл фон Клаузевиц. О войне (пер. с нем. А.Рачинский)/ Карл фон Клаузевиц. – Москва: АСТ. – 2016. – 320 с.
3. Колпаков В. М., Дмитренко Г. А. Стратегический кадровый менеджмент [Электронный ресурс] / В.М.Колпаков, Г.А.Дмитренко //Библиотека экономической переводной литературы [Сайт]. – Режим доступа: <http://econbooks.ru/books/part/15127>
4. Курбан О. В. Інформаційні війни у соціальних он-лайн-мережах: монографія / О.В.Курбан. – Київ: Київський ун-т ім. Б.Грінченка. – 2017. – 392 с.
5. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації: [словник] / Т. В. Попова, В. А. Ліпкан. – Київ : ФОП С. Ліпкан, 2016. – 416 с.
6. Макиавелли Н. Государь / Николло Макиавелли. – Москва: Эксмо. – 2016. – 320 с.
7. Месснер Е. Э. Всемирная мятежевойна / Е. Э. Месснер. – Москва: Кучково поле, 2004. – 512 с.
8. Минасян Е. Концепция «мягкой силы» в контексте теории международных отношений [Электронный ресурс] / Н. Минасян // CyberLininka.- 21 век. – 2017. – № 3 (44). – С. 35-42. – [Сайт]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kontseptsiya-myagkoy-sily-v-kontekste-teoriiy-mezhdunarodnyh-otnosheniy>
9. Най, Джозеф С. Гибкая власть : как добиться успеха в мировой политике / Джозеф С. Най ; пер. [с англ. В. И. Супрун]. – Новосибирск; Москва: Фонд социо-прогност. исслед. «Тренды», 2006. – 221 с.
10. Сетцентрическая война: основные черты, особенности и принципы ведения [Электронный ресурс] // MilitaryArms.Ru. – 17.05.2018 [Сайт]. – Режим доступа: <https://militaryarms.ru/voennye-konflikty/setecentricheskaya-voyna/>
11. Стратегия и тактика гибридных войн в контексте военной агрессии России против Украины [Электронный ресурс] // Борисфен Интел. – 24.11.2014 [Сайт]. – Режим доступа: <http://bintel.com.ua/ru/article/gibrid-war/>
12. Сунь-Цзи. Мистецтво війни (перекл. з китайської, С.Лесняк) / Сунь-Цзи. – Львів: Видавництво «Старого Лева». – 2015. – 112 с.
13. Чаусов Ф. Основы рефлексивного управления противником // Морской сборник : журнал. – 1996. – Сентябрь (т. 1834, № 09). – С. 11–15.
14. Шарп Дж. От диктатуры к демократии (пер. с англ. Н.Козловская) / Дж. Шарп. – Москва: ЛитРес, 2012. – 90 с.
15. Mack A. Why big nations lose small wars: the politics of asymmetric conflict // World Politics. 1975. Vol. 27. – № 2. P. 175-200
16. Steven R. Mann. Chaos Theory and Strategic Thought [Электронный ресурс] // Internet Archive [Сайт]. – Режим доступа: <https://archive.org/details/1992Mann>
17. Qiao Liang. Unrestricted Warfare: China's Master Plan to Destroy America /Qiao Liang. – Pan American Publishing Company, 2002. – 208 p.

Reference

1. Herodot. Ystoryia / Herodot. – Kyev: Azbuka. – 2015. – 768 p.
2. Karl fon Klauzevyts. O voine (per. s nem. A.Rachynskyi)/ Karl fon Klauzevyts. – Moskva: AST. – 2016. – 320 p.
3. Kurban O. V. Informatsiini viiny u sotsialnykh on-lain-merezhakh: monohrafiia / O.V.Kurban. – Kyiv: Kyivskiy un-t im. B. Hrinchenka. – 2017. – 392 p.
4. Kolpakov V. M., Dmytrenko H. A.. Stratehycheskyi kadrovyi menedzhment [Elektronnyi resurs] / V. M. Kolpakov, H. A. Dmytrenko //Byblyoteka ekonomycheskoi perevodnoi lyteratury [Sait]. – Rezhym dostupu: <http://econbooks.ru/books/part/15127>
5. Popova T.V., Lipkan V.A. Stratehichni komunikatsii: [slovnnyk] / T. V. Popova, V. A. Lipkan. – Kyiv : FOP S.Lipkan, 2016. – 416 p.
6. Makyavelly N. Hosudar /Nykollo Makyavelly. – Moskva: Eksmo. – 2016. – 320 p.
7. Messner E. E. Vsemyrnaia miatezhvoina / E. E.Messner. – Moskva: Kuchkovo pole, 2004. – 512 p.
8. Mynasian E. Kontseptsiya «miahkoi syly» v kontekste teoryy mezhdunarodnykh otnosheniy [Elektronnyi resurs] / N. Mynasian // CyberLeninka.- 21 vek. – 2017. – № 3 (44). – S. 35-42. – [Sait]. –

Rezhym dostupu: <https://cyberleninka.ru/article/v/kontseptsiya-myagkoy-sily-v-kontekste-teoriy-mezhdunarodnyh-otnosheniy>

9. Nai, Dzhozef S. Hybkaia vlast : kak dobytsia uspekha v myrovoi polytyke / Dzhozef S. Nai ; per. [s anhl. V. Y. Suprun]. – Novosybyrsk; Moskva: Fond sotsyo-prohnost. yssled. «Trendy», 2006. – 221 p.

10. Setetsentrycheskaia voina: osnovnye cherty, osobennosty y pryntsypy vedeniia [Elektronnyi resurs] // MilitaryArms.Ru. – 17.05.2018 [Sait]. – Rezhym dostupu: <https://militaryarms.ru/voennye-konflikty/setecentricheskaya-voyna/>

11. Stratehiia y taktyka hybrydnykh voyn v kontekste voennoi ahressyy Rossyy protyv Ukrainy [Elektronnyi resurs] // Borysfen Yntel. – 24.11.2014 [Sait]. – Rezhym dostupu: <http://bintel.com.ua/ru/article/gibrid-war/>

12. Sun-Tszy. Mystetstvo viiny (perekł. z kytaiskoi, S.Lesniak) / Sun-Tszy. – Lviv: Vydavnytstvo «Staroho Leva». – 2015. – 112 p.

13. Chausov F. Osnovy refleksyvnoho upravleniia protyvnykom // Morskoi sbornyk : zhurnal. – 1996. – Sentiabr (t. 1834, № 09). – S. 11–15.

14. Sharp Dzh. Ot dyktatury k demokratyy (per. s anhl. N.Kozlovskaia) / Dzh. Sharp. – Moskva: LytRes, 2012. – 90 p.

15. Mack A. Why big nations lose small wars: the politics of asymmetric conflict // World Politics. 1975. Vol. 27. – № 2. P. 175-200

16. Steven R. Mann. Chaos Theory and Strategic Thought [Elektronnyi resurs] // Internet Archive [Sait]. – Rezhim dostupu: <https://archive.org/details/1992Mann>

17. Qiao Liang. Unrestricted Warfare: China's Master Plan to Destroy America /Qiao Liang. – Pan American Publishing Company, 2002. – 208 p.

O. D. Zinenko

V. N. Karazin Kharkiv National University

The Role of Culture Events in Shaping the Discourse of Independent Journalism in Ukraine in 1991-2018

Зіненко О. Д. Роль культурних подій у формуванні дискурсу незалежного журналізму в Україні в 1991-2018 роках. Стаття присвячена пошуку відповіді на питання, яку роль відіграють культурні практики у формуванні дискурсу незалежної журналістики в Україні. В ситуації політичних, соціальних та економічних трансформацій українська журналістика опинилася на роздоріжжі: працювати як засіб пропаганди або розваг, мати ресурси та не мати довіри публіки; або розвиватись як мас-медіа, яке відповідає викликам соціальної дійсності, слідує міжнародним стандартам журналістики та має довіру публіки, але тоді не зрозуміло, звідки брати ресурси. Парадокс українських ЗМІ полягає в тому, що дискурс незалежної журналістики в незалежній Україні підтримувався або в дидактиці політичного або освітнього нарративу, або в контексті гуманістичних дискусій у незалежних інтернет-медіа, на громадських платформах, у блогах, у межах художніх ініціатив, акцій, неформальних зустрічей та інших публічних заходів, які не завжди включають парадигму «справжньої» журналістики. Автор пропонує розглянути проблему крізь призму культурних практик, окреслює контекст розвитку української журналістики в синхронії та діахронії відносин публіки та медіа на прикладі публічних подій культурної тематики та телевізійних шоу, в яких публіка бере активну участь. Для аналізу публічних подій культурної тематики автор використовує класичну модель масової комунікації та визначає структуру об'єктів як репрезентативного, детермінантного та каталізуючого середовища комунікативної дії. В ході дослідження виявилось, що дискурс незалежної журналістики у період з 1991 до 2018 рр. великою мірою підтримувався за рахунок громадського активізму культурних ініціатив у взаємодії з новими медіа.

Ключові слова: мас-медіа, публіка, журналістика, громадське мовлення, публічні події.

Zinenko O. The Role Of Culture Events In Shaping The Discourse Of Independent Journalism In Ukraine In 1991-2018. The paper is devoted to the search for an answer to the question of the role played by cultural practices in the formation of the discourse of independent journalism in Ukraine. In a situation of political, social and economic transformation, Ukrainian journalism has found itself at a crossroads: either to work as a means of propaganda or entertainment, to have resources and do not have public confidence; or to develop as a media that meets the challenges of social reality, to adhere to international journalism standards and have public confidence, but then it is not clear where to get resources. The paradox of the Ukrainian media is that the discourse of independent journalism in independent Ukraine was maintained either in the didactic way in politics or education narrative or in the context of humanist narratives of the independent Internet media, public platforms, blogs, artistic initiatives, actions, meetings and other informal public events, which do not always include the paradigm of «true» journalism. The author suggests to define the problem through the prism of cultural practices, outlines the context of the development of Ukrainian journalism in synchronicity and diachrony of relationship between the public and the media on the example of public cultural events and television shows in which the public plays an important role. For the analysis of public events on cultural issues, the author uses the classic model of mass communication and defines the structure of objects as a representative, determinant and catalysing medium of communicative action. In the course of the study, it turns out that the discourse of independent journalism in the period from 1991 to 2018 has been largely supported by the social activism of cultural initiatives in interaction with the new media.

Keywords: mass media, public, journalism, community media, public events.

Зіненко Е. Д. Роль культурных событий в формировании дискурса независимой журналистики в Украине в 1991-2018 гг. Статья посвящена поиску ответа на вопрос, какую роль играют культурные практики в формировании дискурса независимой журналистики в Украине. В ситуации политических, социальных и экономических трансформаций украинская журналистика оказалась на распутье: быть средством пропаганды или развлечений, имея ресурсы, но без доверия публики; или развиваться в контексте мировой журналистики, следовать международным стандартам, иметь доверие публики, но тогда не понятно, откуда брать ресурсы. Парадокс украинских СМИ заключается в том, что дискурс независимой журналистики в независимой Украине поддерживался либо в дидактическом политическом или образовательном нарративе, либо в контексте гуманистических дискуссий независимых интернет-СМИ, публичных платформ, блогов, художественных инициатив, акций, встреч и других неформальных публичных активностей, которые не всегда включают парадигму «настоящей» журналистики. Автор предлагает рассмотреть проблему сквозь призму культурных практик, определяет контекст развития украинской журналистики в синхронии и диахронии отношений публики и медиа на примере публичных событий культурной тематики и телевизионных шоу, в которых публика принимает активное участие. Для анализа публичных событий культурной тематики автор использует классическую модель массовой коммуникации и определяет структуру объектов как репрезентативное, детерминантное и катализирующее пространство коммуникативного действия. В ходе исследования оказалось, что дискурс независимой журналистики в период с 1991 по 2018 годов в большой мере поддерживался за счет общественного активизма культурных инициатив во взаимодействии с новыми медиа.

Ключевые слова: СМИ, публика, журналистика, общественное вещание, публичные события.

The freedom of speech, freedom of expression and freedom of peaceful assembly, proclaimed in 1991 and enshrined in the Constitution of Ukraine,

has provided the basis for the development of independent Ukrainian journalism [3]. However, in the late 1990's the traditional media in Ukraine

have chosen the path of tabloid journalism, not having managed to get rid of the post-colonial dependence on the technologies of the Soviet propaganda machine. Independent journalism has remained at an alternative or informal stage.

In July 2018 the collection of the Ukrainian non-official media archiverments of the late 80's and early 90's was represented in Kyiv, and under the moderation of Volodymyr Birchak, the head of the academic programmes of the Center for Liberal Movement Studies, a question was arised: «Were the Ukrainian media able to take an advantage of that window of opportunity, which appeared after the independence had come in the 90's?». They emphasized that the informal Ukrainian media at that time became the platform for the development of national mass media of the independent Ukraine, public movements and cultural initiatives, and gave the communities of public leaders, but because of the influences of the ruling elites the desire to become independent failed. Ukrainian mass media are not those free media that the Ukrainian activists of the 90's have dreamed about. The participants of the discussion also noted that the informal media of that era wrote about events, processes and phenomena that took place there and then, they had direct contact with the audiences, and they believed that the authenticity of the facts was important and that the independence of free press was a key factor for the development of a society [8].

In a situation of political, social and economic transformations Ukrainian journalism is at a crossroads: either to work as a means of propaganda or entertainment, to have resources and not to have public confidence; or to develop as media that meet the challenges of social reality, to adhere to international journalism standards and have public confidence, but then it is not clear where to get resources from.

On the one hand, the official Ukrainian journalism has Soviet genetics with a traditional attitude to the journalism as a means of propaganda that establishes the power of man, elite, idea or product, not as a means of communicating with the local reflection of the world in its diversity [15]. On the other hand, the Ukrainian journalism, which was born under a constant pressure from the imperialist or totalitarian regimes, has existed on the values of freedom of speech and the protection of human rights in a relevant historical context. According to Ihor Mykhailyn, a researcher in the history of Ukrainian media, more than two hundred years of history of Ukrainian journalism (not just journalism on the territory of Ukraine) has

witnessed the permanent search for forms of existence of the discourse of social activism, the upbringing of the culture of freedom of speech and access to information in the context of political pressuring [6, p. 8-10]. Another Ukrainian researcher Stepan Kost' explores the structure of the Ukrainian press of the first half of the 20th century and notes that it has always been the mouthpiece of the national idea, reflecting the most important stages of its development [4, p. 6-8]. Thus, Ukrainian journalism has a powerful historical background, especially in the context of the prospects for the development of community media, outlined by a British media researcher Steve Buckley in an analytical report «Community media in Ukraine», which was provided by the Project «Freedom of media in Ukraine» and implemented within the Council of Europe and European Union Programmatic Cooperation Framework, the project has been presented for different audiences in 2016-2018 [1].

The paradox of the Ukrainian media is that the discourse of the independent journalism in independent Ukraine has been maintained either in the didactic way within the political or educational narratives or in the context of humanist narratives of the independent Internet media, public platforms, blogs, artistic initiatives, actions, meetings and other informal public events [16], which do not always include the paradigm of «true» journalism. Ukrainian media researchers in theoretical discourse pay more attention to traditional mass media and media production technologies, discussing formal signs of «true» journalism, but not the content as facts of reality that opens a new discourse. Meanwhile, the necessity of paying attention not only to traditional technological media, but also to the public communication has drawn attention of the Ukrainian media researcher Borys Potiatynyk, who talks about the limits of definition of the concept of mass communication [9, p. 8-10].

Actualization of the values of freedom of the media in Ukrainian cultural discourse is an important task for the researches of Ukrainian journalism, especially if it is about ruining stereotypes of the perception of journalistic activity as a means of propaganda, PR, or entertainment. This requires the study of mass communication processes, not only on traditional media practices, but also in the study of cultural practices that perform social functions of mass media, that Denis McQuail strongly advocates in «Mass Communication Theory» (dissemination of news, mobilisation of people for good causes or bad ones

and for the promotion of democratic participation, shaping public opinion and influencing behaviour, “watch dog” for government, and entertainment etc.) [5, p. 84-86].

The question of this work is *about the role of the culture public events in the development of independent journalism in Ukraine*. The object of the study is the culture public events and media events from 1991 to 2018.

In the face of political changes, the public becomes a protagonist of social reality. If cut off the access to national media, institutions and individual activists go outdoors and arrange meetings in public spaces. Peaceful gatherings, provided by the communities, street rallies, cultural events, trade fairs in public spaces, become an alternative mass media that disseminates information or ideas, promotes democratic values. And we can see such processes in Ukraine not only in politics but in culture and media sphere. We can see it in symbolic communication between the public and the media. The development of relationships from 1991 to 2018 can be divided into four periods and monitored by every example of public events and entertaining television shows with the participation of the public: post-Soviet (1991-1999), advertising and tabloid (2000-2005), informational and entertaining (2006-2012) public and educational activism (2013-2018).

1. *Post-Soviet (1991-1999) – from the proclamation of the Independence to the foundation of new Ukrainian TV channels*. After the collapse of the USSR, there was an illusory impression of the complete freedom and independence of any media. Due to economic conditions, a political and commercial mainstream with censorship of formats was rapidly emerging; stakeholders were interested in making media agenda depending on their personal interest. The politicization of culture, the desire for independence from the Soviet rule, and the reduction of the distance between the public and the media through the creation of open media formats (talk shows, events from the scene, live translation) were typical for that period of time. That was the period of appearing of new Ukrainian TV channels and new national projects. One of the most striking musical pop projects was Territory A (1994), which gave Ukraine new pop stars, but the most popular Ukrainian cultural media projects of that period were Karaoke on Maidan (1999) and The Chance (1999). Everyone could take part in it if he/she could sing, and spectators voted for them [2]. In addition, Ihor Kondratiuk, the author and the host of the project, admitted in one of his

interviews that he was the first public relations expert in the USSR, and in response to the question of the truthfulness of the popular vote in his new Ukrainian programmes emphasized on it as an important value for building trust.

2. *Advertising and tabloid (2000-2005) – from the release of the first domestic series «The Birthday of a Bourgeois» to the first «Eurovision» in Ukraine in 2005*. During that period the quick development of the consumer market, advertising, show business, cinema, mobile communications and the Internet began. In 2003, Ukraine took part in the Eurovision Song Contest for the first time, and in 2004 Ruslana became a winner. Of course, the most influential public event of that period in Ukraine was the Maidan, the Orange Revolution, which attracts the attention of researchers even nowadays.

«The Cyberpolitics of Music in Ukraine 2004’s Orange Revolution» is a deep analysis of musical discourse of the Orange Revolution held by Adriana Helbig. In particular, the researcher emphasizes the politicization of musical discourse as a response to the pressure on the national media and attempts to control the media from the authorities from 2002 to 2004. The author notes that that period is marked with the growth of the Internet audience, the emergence of the Internet media as trusted. In the paper, the author gives figures on the growth of the Internet users from 2000 to 2005, and notes that, through the Internet, music fans of new Ukrainian musicians, such as Maria Burmaka, VV, Ocean Elzy, Plach Ieremii, etc., received unbiased information, including on the political events [17]. So, during that period we could see the increasing of the distance between the culture as a purely creative sphere and the media as a purely commercial sphere. The only thing that would continue to combine these two elements was the struggle for the audience.

3. *Information and entertainment (2005-2012) – from «Dancing with the Stars» to Euro 2012*. That was the period of the construction of a new glossy media reality of show business with the adaptation of Western television show formats and the development of national television shows of local production. The important feature of such was the presence of viewers during the show and the participation of the public in contests. Ukrainian projects «The Chance» and «Karaoke on Maidan» did not stand up to competition with foreign franchise and gave way to a new glossy show, which allowed «people to people» to become stars, but if they were very talented. Each year, a new talent show has started, thus, television

channels competed with each other for imaginary audiences: «Dancing with the Stars» (2006), «The Star Factory» (2007), «Everyone Dances» (2008), «Ukraine Has A Talent» (2009), «X-factor» (2010), «Maidan's» (2011), etc. Selection tours were organized in the biggest cities, street heroes, neighbours, acquaintances became more and more desirable guests of television studios, interviewed representatives of the press. During that period, new cultural agents came to market: event agencies, which distributed show-based resources and star fees in the segment of private and corporate leisure. They were becoming more and more active in the market, so entertainment turned into an important part of consumption.

Meanwhile, the gap between the culture and intellectual Ukrainian elite and the media has been increasing. In the article «The Voice of a laugh of culture» a correspondent of the newspaper «Day» Katerina Yakovenko [12] weighed that. In short interviews in 2010, writers, musicians, and cultural figures have pointed out that «there is no culture on television, because the television is devoid of Ukrainian context, it does not work on the domestic market, ignores writers, artists, scientists, because it has to have state support and should be created in cooperation with the artistic world».

According to the analytical report, the Ukrainian Media Landscape – 2012, prepared with the support of Konrad Adenauer Foundation, was currently exacerbating pressure on the media, as marked by the media researcher Oksana Voloshenyk «with eight of the nine national TV channels controlled by the authorities» [18, p. 17-18]. An illustrative example was the TV show «Maidan's»: a massive dance show, which was held in the central square of Kiev, with the participation of show experts from Russia. Participants of the show were collectives from different cities of Ukraine. It was broadcasted by the national TV channel «Inter». Media ratings of the programme were high and constantly growing, as indicated in the material of the magazine [11]. According to the quite emotional utterance of the correspondent of UNIAN, Masha Mischenko, this show, whose financing was hidden, was aimed at «humiliating the idea of Maidan... so that the Maidan never became a place of civil protest. The authorities want those who were standing on the Maidan to be deprived of their values, but whether Arbuzov [at that time, the head of the National Bank of Ukraine – the author] prints this amount of money, and whether Russia can give birth to such a political technologist, to erase the memory to repel the desire of freedom for all people?» [7]. As we

can see from the examples, entertainment journalism at that time was aimed to distract from politics, fatigue and bad news, and imposed anti-democratic ideas in a manipulative way.

At that time, the pro-Russian president Viktor Yanukovich had come to power, and pressure on the media became even more intense, a fear about full turning to pro-Russian direction was real, however, as noted by the researcher Martha Dyczok, a revenge was impossible, «because the turn to symbolic values and accumulation of cultural capital has already taken place. And an important role in this again played the Internet media» [15]. The production of smartphones with free access to the Internet and social media has changed media contexts crucially, providing access to additional information on a global scale, as well as helping to develop (not to die) cultural initiatives. Cultural activists, artists, performance-directors hold public events, post announcements on the site or on social networks, without resorting specifically to traditional mass media, and the reporter comes without a special call.

Here are examples of influential cultural events in different cities of Ukraine: Veloden in Kharkiv (conducted since 2005), Gogolfest in Kyiv (conducted since 2007) and the Book Forum in Lviv (conducted since 1994, since 2006 it becomes international). These events are united by the fact that they were not created as media projects of a certain national media. They were created by public initiatives or communities of interest to make public event effect as a specially organized action to attract media with public activities, that was outlined in the paper «Public event effect: representation of social and media interaction» [19]. Those events integrate and mobilize not only activists of current local communities, but also promote informational, cultural communication between regions, thus, they become communication platforms for exchange experience in the relevant fields of social or commercial activity (cycling, theater, literature).

The main features of culture public events are their communication structure: the senders are the initiators, which are the community of interests, but not the authorities. There is a target audience with a specific feature. There is a message and its attribute. There is a communication channel. There are effects. Examples can be seen in the table.

Therefore, such public events become not only a social or cultural phenomenon, but also a phenomenon of mass media. They also show the influence of non-political on public opinion. We have an example of a public event that relates to a

large number of people who have never heard of it. The exhibition of Roman Minin «Plan to escape from the Donetsk region» was held in Kharkiv in the Municipal Gallery in 2011. As the artist noted in an interview in 2016, he wanted to "highlight such a problem as the wish of people not to change their country, but to escape from here, from the Donetsk region. It was clear that the ship has sunk, and everyone wanted to become a refugee. "This was in 2011. Not a media wrote about this issue.

Now, in 2018, this exhibition looks like a prophecy". [10] The artist's message with social meaning wasn't noticed by journalists that time, or, for some reason, they did not interpret it in 2011. So, cultural practice has outpaced official journalistic discourse, taking on the role of a «watch dog». But the lack of a dialogue with mass-media has reduced the effectiveness of communication.

Table 1.

Event	Sender	Recipient	Message	Communication Channels	Effects
	organizer	TA with a specific feature	Desire to change, expressed in moto or mission of a public event	Points or places for contacting messages with audiences	New knowledge about social reality
Lviv Book Forum http://bookforum.ua/	Book publishers	Read books Publish books	Integration around book reading	Lviv, Pototsky Palace, network of book publishers, site, direct-mail	In Ukrainian society there is a powerful and influential community of book publishers
GOGOLfest http://www.gogolfest.org.ua/	Community of alternative theaters and cultural activists	Visiting theaters Playing in an informal theater	Looking for the future of contemporary Ukrainian theater	Kyiv, Arsenal, site, informal theaters, students	Contemporary art and contemporary theater are not institutions, but people
VeloDay Kharkiv http://xt.phpbbs.com/viewtopic.php?f=17&t=404377	Community of cyclists of Kharkov (entrepreneurs, public eco-activists)	Has a bike Is a bicycle distributor or spare parts for them Are the manufacturer of bicycles or spare parts to them	Integration around a healthy lifestyle	Kharkiv, Freedom Square, site-forum	There are many people in the Ukrainian society who like to travel by bicycle and they can influence the decisions of local authorities

Cultural public events have the form of strategic communication, but they are only a part of it. The *main purpose of these public events is the creation of possibility for public expression and participation in the creation of symbolic message*: about the books as media, modern theater as an opportunity to the future, cycling as an ecological alternative for urban spaces, life on Donbass territory as a social disaster etc. In essence, this is event journalism as it is, or rather, as it should be. One way or another, but the Dutch are not afraid to come cheering for their team in Kharkiv in 2012 during FC Euro 2012. This case of public event was analyzed in detail in the paper by O. Zinenko «Reversing the value of public space as a place of a public event realization» [20]. This event has changed not only the old way of

making news-rooms, press service and sport events in Ukraine, but also has opened minds to possibilities in organization of leisure events for football fans and friends.

4. *Public active (2013-2018) – from the Revolution of Dignity to the opening of Public Broadcasting Company of Ukraine.* Informational formats are gaining popularity: live broadcasts, talk shows with opinion leaders, live events reporting. Public turn characterized media in this period. If in previous periods it was possible to observe the effects of media influences on consumers, we can now see the reverse effect: how consumers influence on the media. Real life becomes interesting and open to dialogue, the spectator goes out on the streets and initiates events, the social reality becomes so diverse that

no television format can reproduce it fully: it is either difficult or requires high costs.

Civic activists are increasingly becoming the initiators and organizers of direct action-oriented cultural events, attracting opinion leaders, a broad audience to discuss important issues in street-format, set up «street universities», and carry out cultural shows that attract media attention. Media are reporting all this in live reports or no comments reports: women's marches, parade of embroidery, open air music festivals, environmental artistic actions, etc. Such public events involve many people, keeping in touch with them through social media. With including social network and blogs into their structure give them an impulse of turning into cross-media platforms or a kind of mass media. *An important feature of cultural public events is the close contact with the target audience, which is both a co-author and a participant in the creation of a public message.*

The analysis of social events of culture is not an aesthetic spectacle, but as a way of symbolic communication between the society and the media opens up the possibility of understanding

the public as the subject of media activity, outlining its participation as an act of public consent, regarding the content of the proposed message. As a representative environment, public action is an act of overcoming the privacy barrier for the purpose of utterance in the public space. As a determinant environment, a public event reflects the position of symbolic power of agents in the field of socio-cultural interaction and defines a means of communication in the context of existing norms, laws, and traditions. As a catalyst for communicative action, a public event generates interpretations that disseminate the media to their wide audiences. And the very *conditions of public communication and the possibility of a variety of cultural practices* in interaction with mass media and authority are a *marker of freedom of speech, freedom of expression and the basis for the development of independent journalism.* So, we do not argue about the “true” journalism, we are looking for opportunities to conduct a competent dialogue between the media and the public to develop independent journalism in Ukraine.

Література

1. Баклі С. Мовлення громад в Україні: можливості для розвитку. [Електронний ресурс] // Стівен Баклі. Аналітичний звіт. Підготовлений в рамках проекту «Свобода медіа в Україні», що впроваджується в межах Рамкової програми співробітництва Ради Європи та Європейського Союзу. – 2016. – Режим доступу : <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016806a6732>].
2. Бугай В. Кондратюк закриває свій "Шанс" [Електронний ресурс] // Київські відомості. – 2008. – 22 січня. – Режим доступу : <https://tvgid.ua/news/20080122/14372/>
3. Конституція України. Документ 254к/96-вр, чинний, поточна редакція – Редакція від 30.09.2016, підстава 1401-19 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 2016. – 30 вересня. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
4. Кость С. Історія української журналістики (західноукраїнська преса першої половини ХХ ст.: структура, проблематика. Книга перша) / Степан Кость. – Львів, 2008. – 264
5. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл ; перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с.84-86)
6. Михайлин І. Л. Історія української журналістики ХІХ століття: Підручник / Михайлин Ігор. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 720с.
7. Міщенко М. Майданс гуляє: чи вистачить грошей на амнезію цілого народу? [Електронний ресурс] // УНІАН. – 2011. – 05 квітня. – Режим доступу : <https://www.unian.ua/politics/479617-Maidans-gulyae-chi-vistachit-groshey-na-amneziyu-tsilogo-narodu.html> <https://www.unian.ua/politics/479617-Maidans-gulyae-chi-vistachit-groshey-na-amneziyu-tsilogo-narodu.html>
8. Презентація оцифрованої колекції неформальної преси 80-90-х років. [Електронний ресурс] / УКМЦ. – 2018. – 26 липня. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=8MqcMaUjQc4>
9. Потятиник Б. Медіа : ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 256 с. (Серія : Медіакритика).
10. Соколова А. «План побега» художника Минина. [Електронний ресурс] // Анна Соколова. MediaPort. – 2016. – 16 февраля. – Режим доступу : <http://www.mediaport.ua/plan-pobega-hudozhnika-minina>

11. Телесмотрение «Майданс» продолжает стабильно расти. [Електронний ресурс] // МедиаБизнес. – 2011. – 18 апреля. – Режим доступа : <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/23618/lang,ru/>
12. Яковенко К. Закадровий сміх культури. Українські митці – про взаємодію культури та телебачення. [Електронний ресурс] // Катерина Яковенко. День. – 2010. – 30 липня. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/zakadrovii-smih-kulturi>
13. City of New York – 2006. – № 82. – Access mode : <https://currentmusicology.columbia.edu/article/the-cyberpolitics-of-music-in-ukraines-2004-orange-revolution/>
14. Dyczok M. "Do the Media Matter? Focus on Ukraine" [Електронний ресурс] // Marta Dyczok and Oхana Gaman-Golutvina (eds.) Media, Freedom and Democracy: The Post-Communist Experience. – 2009. – Bern: Peter Lang. – Access mode : https://www.academia.edu/2900729/Do_the_Media_Matter_Focus_on_Ukraine
15. Dyczok M. Ukraine's Media in the Context of Global Cultural Convergence [Електронний ресурс] // Dyczok Marta. Demokratizatsiya. – 2014. – Vol 22, № 2. – Режим доступу : http://demokratizatsiya.pub/archives/22_2_FUW271337N0VJ1G4.pdf.
16. Facing reality after the Euromaidan. The situation of journalists and media in Ukraine. June 2016. [Електронний ресурс] / European monitoring report by "Reporters Without Borders" – Режим доступу : <https://www.refworld.org/docid/5784f0cd4.html>
17. Helbig A. «The Cyberpolitics of Music in Ukraine 2004's Orange Revolution» [Електронний ресурс] // Adriana Helbig / Current Musiology. By the Trustees of the Columbia University in the Voloshenyuk O. Media NGOs and international organizations' activities in media sphere. [Електронний ресурс] // Ukrainian media landscape – 2012. KAS Policy Papers. – 2013. – Вип. 21. – Режим доступу : https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=a4bb7413-20eb-104c-9dad-0092c5e7a435&groupId=252038
18. Zinenko O. «Public event» effect: representation of social and media interaction. // Olena Zinenko. – Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. – 2018: – № 44. – p. 260–269 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9377>.
19. Zinenko O. Reversing the value of public space as a place of a public event realization. Spheres of Culture / Olena Zinenko, Ed. by Ihor Nabytovych. – 2018. – Vol. 17. p. 489-496.

Reference

1. Bakli S. Movlennya hromad v Ukrayini: mozhlyvosti dlya rozvytku. [Elektronnyy resurs] // Stiven Bakli. Analitichnyy zvit. Pidhotovlenyy v ramkakh proektu «Svoboda media v Ukrayini», shcho vprovadzhuyet'sya v mezhakh Ramkovoyi prohramy spivrobotnytstva Rady Yevropy ta Yevropeys'koho Soyuzu. – 2016. – Rezhym dostupu : <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016806a6732>].
2. Buhay V. Kondratiuk zakryvaye sviy "Shans" [Elektronnyy resurs] // Kyivivs'ki vidomosti. – 2008. – 22 sichnya. – Rezhym dostupu : <https://tvgid.ua/news/20080122/14372/>
3. Konstytutsiya Ukrayiny. Dokument 254k/96-vr, chynnyy, potochna redaktsiya – Redaktsiya vid 30.09.2016, pidstava 1401-19 [Elektronnyy resurs] // Verkhovna Rada Ukrayiny. – 2016. – 30 veresnya. – Rezhym dostupu : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
4. Kost' S. Istoryia ukrayins'koyi zhurnalistyky (zakhidnoukrayins'ka presa pershoiy polovyny XX st.: struktura, problematyka. Knyha persha) / Stepan Kost'. – L'viv, 2008. – 264
5. Mak-Kveyl D. Teoriya masovoyi komunikatsiyi / Devid Mak-Kveyl ; perekl. z anhl. O. Voz'na, H. Stashkiv. – L'viv : Litopys, 2010. – 583 s.84-86)
6. Mykhaylyn I. L. Istoryia ukrayins'koyi zhurnalistyky XIX stolittya: Pidruchnyk / Mykhalyn Ihor. – K.: Tsentr navchal'noyi literatury, 2003. – 720s.
7. Mishchenko M. Maidans hulyaye: chy vystachyt' hroshey na amneziiu tsiloho narodu? [Elektronnyy resurs] // UNIAN. – 2011. – 05 kvitnya. – Rezhym dostupu : <https://www.unian.ua/politics/479617-Maidans-gulyae-chi-vistachit-groshey-na-amneziiu-tsilogo-narodu.html> <https://www.unian.ua/politics/479617-Maidans-gulyae-chi-vistachit-groshey-na-amneziiu-tsilogo-narodu.html>
8. Prezentatsiya otsyfrovanoyi kolektsiyi neformal'noyi presy 80-90-kh rokiv. [Elektronnyy resurs] / UKMTs. – 2018. – 26 lypnya. – Rezhym dostupu : <https://www.youtube.com/watch?v=8MqCMayjqC4>

9. Potyatynyk B. Media : klyuchi do rozumynnya / B. Potyatynyk. – L'viv : PAIS, 2004. – 256 s. (Seriya : Mediakrytyka).
10. Sokolova A. «Plan pobeha» khudozhnyka Mynyna. [Elektronnyy resurs] // Anna Sokolova. MediaPort. – 2016. – 16 fevralya. – Rezhym dostupu : <http://www.mediaport.ua/plan-pobega-hudozhnika-minina>
11. Telesmotrenye «Maidans» prodolzhaet stablyl'no rasty. [Elektronnyy resurs] // MedyaByznes. – 2011. – 18 aprelya. – Rezhym dostupu : <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/23618/lang,ru/>
12. Yakovenko K. Zakadrovyy smikh kul'tury. Ukrayins'ki myttsi – pro vzayemodiyu kul'tury ta telebachennya. [Elektronnyy resurs] // Kateryna Yakovenko. Den'. – 2010. – 30 lypnya. – Rezhym dostupu : <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/zakadrovyy-smikh-kulturi/>
13. City of New York – 2006. – № 82. – Access mode : <https://currentmusicology.columbia.edu/article/the-cyberpolitics-of-music-in-ukraines-2004-orange-revolution/>
14. Dyczok M. "Do the Media Matter? Focus on Ukraine" [Електронний ресурс] // Marta Dyczok and Oxana Gaman-Golutvina (eds.) Media, Freedom and Democracy: The Post-Communist Experience. – 2009. – Bern: Peter Lang. – Access mode : https://www.academia.edu/2900729/Do_the_Media_Matter_Focus_on_Ukraine
15. Dyczok M. Ukraine's Media in the Context of Global Cultural Convergence [Електронний ресурс] // Dyczok Marta. Demokratizatsiya. – 2014. – Vol 22, № 2. – Режим доступу : http://demokratizatsiya.pub/archives/22_2_FUW271337N0VJ1G4.pdf.
16. Facing reality after the Euromaidan. The situation of journalists and media in Ukraine. June 2016. [Електронний ресурс] / European monitoring report by “Reporters Without Borders” – Режим доступу : <https://www.refworld.org/docid/5784f0cd4.html>
17. Helbig A. «The Cyberpolitics of Music in Ukraine 2004's Orange Revolution» [Електронний ресурс] // Adriana Helbig / Current Musiology. By the Trustees of the Columbia University in the Voloshenyuk O. Media NGOs and international organizations' activities in media sphere. [Електронний ресурс] // Ukrainian media landscape – 2012. KAS Policy Papers. – 2013. – Вип. 21. – Режим доступу : https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=a4bb7413-20eb-104c-9dad-0092c5e7a435&groupId=252038
18. Zinenko O. «Public event» effect: representation of social and media interaction. // Olena Zinenko. – Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. – 2018: – № 44. – p. 260–269 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9377>.
19. Zinenko O. Reversing the value of public space as a place of a public event realization. Spheres of Culture / Olena Zinenko, Ed. by Ihor Nabytovych. – 2018. – Vol. 17. p. 489-496.

УДК 070 (091)

K. O. Temchur

Oles Honchar Dnipro National University

Sources of forming the author's position in Benjamin Franklin's «The Silence Dogood Letters» essay

Temchur K. Sources of forming the author's position in Benjamin Franklin's «The Silence Dogood Letters» essay. The article analyzes peculiarities of Benjamin Franklin's publishing and journalistic work, based on the essay «The Silence Dogood Letters». Here we establish different sources of the written work and the reflection of the author's political and life views into it. Using the scientific and periodical data, background and information sources, we find the origins of the author's position in «The Letters», which we conditionally divide into the following thematic groups: 1) descent and family relations; 2) parenting and life stories; 3) personal experience; 4) literary preferences of the author. The main features of the work we define as: unobtrusive statement of ideas in conjunction with a clear author's position; the religious and at the same time democratic nature of the author's ideological beliefs; respect for knowledge and scientific research. According to the results of the comparative analysis of the work «The Silence Dogood Letters» and the established primary literary sources, it was concluded that the correlations between their contents (in particular, the plot) and the forms existed. It can be explained through a wide use of popular editions by a young autor as a literary ground for his text, besides they influenced the most on forming his personality. Among them, the English magazine «The Spectator» of Addison and Steele and an allegorical novel of the puritan writer John Bunyan «The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come». The work of the latter, in our opinion, had the greatest influence on the

formation of the author's position and the architectonics of «The Letters», and an essay from the magazine «The Spectator» – on the choice of form and individual fragments of the analyzed work.

Keywords: *USA journalism, history of American literature, XVIII century.*

Темчур К. О. Джерела формування авторської позиції в есе Бенджаміна Франкліна «Листи Сайленс Дугут». У статті проаналізовано особливості видавничої та журналістської діяльності Бенджаміна Франкліна на прикладі есе «Листи Сайленс Дугуд». Встановлено джерела написання твору та відбиття в ньому політичних та життєвих поглядів автора. На підставі даних наукових праць та періодичних, довідкових, інформаційних джерел визначено джерела формування авторської позиції в «Листах», які умовно поділено на такі тематичні групи: 1) походження та родинні зв'язки; 2) виховання та життєві погляди; 3) особистий досвід; 4) літературні вподобання автора. Характерними ознаками твору визначено: ненав'язливий виклад ідей у поєднанні з чіткою авторською позицією; релігійний та водночас демократичний характер ідейних переконань автора; повага до знань та наукових пошуків. За результатами порівняльного аналізу твору «Листи Сайленс Дугуд» та встановлених літературних першоджерел зроблено висновок про кореляцію їх змістів (зокрема фабул) та форм. Це пояснюється тим, що молодий письменник використовував популярні видання як базу для написання власного твору, до того ж саме вони справили визначальний вплив на формування його особистості. Серед них особливе значення мали англійський журнал «Глядач» Аддісона та Стіла та алегоричний роман пуританського письменника Джона Баньяна «Шлях пілігрима». Твір останнього, на наш погляд, мав найбільший вплив на формування авторської позиції та архітектонику «Листів», а есе з журналу «Глядач» – на вибір форми та окремих фрагментів аналізованого твору.

Ключові слова: *журналістика США, історія американської літератури, XVIII століття.*

Темчур К. О. Источники формирования авторской позиции в эссе Бенджамина Франклина «Письма Сайленс Дугут». В статье проанализированы особенности издательской и журналистской деятельности Бенджамина Франклина на примере эссе «Письма Сайленс Дугут». Установлены источники написания произведения и отражения в нём политических и жизненных взглядов автора. На основании данных научных трудов и периодических, справочных, информационных источников определены источники формирования авторской позиции в «Письмах», которые условно разделены на такие тематические группы: 1) происхождение и семейные связи; 2) воспитание и жизненные взгляды; 3) личный опыт; 4) литературные предпочтения автора. Характерными чертами произведения определены: ненавязчивое изложение идей в сочетании с чёткой авторской позицией; религиозный и одновременно демократический характер идейных убеждений автора; уважение к знаниям и научным поискам. По результатам сравнительного анализа произведения «Письма Сайленс Дугут» и установленных литературных первоисточников сделан вывод о корреляции их содержания (в частности, фабул) и форм. Это объясняется тем, что молодой писатель использовал популярные издания как базу для написания собственного произведения, к тому же именно они оказали определяющее влияние на формирование его личности. Среди них особое значение имели английский журнал «Зритель» Аддисона и Стіла и аллегорический роман пуританского писателя Джона Баньяна «Путь пилигрима». Произведение последнего, на наш взгляд, имело наибольшее влияние на формирование авторской позиции и архитектонику «Писем», а эссе из журнала «Зритель» – на выбор формы и отдельных фрагментов анализируемого текста.

Ключевые слова: *журналистика США, история американской литературы, XVIII век.*

Biography and intellectual activity of the prominent educator, philosopher, writer, publisher, scholar, public and political figure, diplomat, one of the authors of the Declaration of Independence (1776) and the Constitution of the United States of America (1787) Benjamin Franklin (1706-1790) have always been the subject of the interest of a large number of researchers in various fields of knowledge. Articles about him can be found in the Encyclopedic Dictionary by Brockhaus and Efron [13], the multivolume edition of «World History of Economic Thought» [9], in a series of publications «The Life of Remarkable People» [5]. They became the subject of scientific works: such as, for example, the full research work of Ya. V. Abramov «Benjamin Franklin, his life, social and scientific activity: a biographical profile» [1], the first biographical essay about Franklin in Russian by Andrei Turgenev [11] and even modern printed publications [2, 7, 8, 15].

Therefore, one can assure that personality of Benjamin Franklin was interesting not only to his contemporaries. However, Franklin's political, scientific, and social activities were the subject of

a detailed analysis of these works at first. Scientists are most interested in the personality of Franklin as the author of the theory of atmosphere electricity, the inventor of Thunderbolt, the forerunner of labor ethics and the economic theory of labor value. It can be stated that now there is no thorough scientific research devoted to the study of Benjamin Franklin's publishing and journalistic work, which constituted the greatest part of his interests. This work aims to fill this gap partially.

And today, researchers have a fertile ground for analyzing information on Benjamin Franklin's life and work. So, in 2006, an international conference, devoted to the Franklin's 300th anniversary, was held, in which such prominent scholars as Academician A. A. Fursenko, S. E. Prince, the director of the Museum of the American Philosophical Society, created by Franklin, and researchers from London, the USA, the Netherlands took part. Therefore, one can state that the study of the life, social and professional activities of B. Franklin will remain relevant in the future.

This work belongs to a few scholarly works, devoted explicitly to Benjamin Franklin's publishing and journalistic work.

For the first time, «The Silence Dogood Letters» is analyzed from the point of view of the principles, which formed the author's position, and also we make a scientifically substantiated selection of its sources and factors of intertextual influence.

On the basis of it we propose our own classification of these sources.

The subject of the work is the peculiarity of Benjamin Franklin's publishing and journalistic work. We are to investigate specific features of his publishing and creative manner.

The object is the cycle of the essay by B. Franklin, known as the «The Silence Dogood Letters», which was published on the pages of «The New England Courant» in 1722.

The purpose of this work is to determine the peculiarities of B. Franklin's publishing and journalistic work, based on the analysis of artistic texts and scientific sources on the subject. In particular, we tend to draw a conclusion on the sources of writing the work «The Silence Dogood Letters» and the reflection of the author's political and life views.

The tasks of the article:

- definition of the ground for the emergence of a certain author's point of view in «The Silence Dogood Letters»;

- comparative analysis of the content of «The Silence Dogood Letters» to the content of literary sources, which formed the thought of the lyrical hero of the work.

In 1718, Benjamin enters the printing house of a brother as an apprentice of a printing house worker. Benjamin mastered quickly the skills of a printer, simple at the time, and began to perform a variety of functions at the company, including moulding of print and machine adjusting.

His first literary attempts refer to these years. At the age of 13, he wrote two ballads concerning the news of the day about a sea bastard and a shipwreck. These ballads were approved by an influential client of the printing house, who took care of Benjamin, and printed. Benjamin personally distributed the brochures that were in high demand, so the brother ordered them to Benjamin one by one [1, p. 233].

In 1721, when Benjamin was 15 years old, his brother James began publishing one of the first American periodicals, «The New England Courant». Benjamin set up and typed the issues of the newspaper, and then delivered them to

signers. Here appeared his first work in prose, signed by the pseudonym Silence Dogood.

The first publication, which took place on April 2, 1722, received good approvals not only by readers and authors of the newspaper, but by the editor himself. 13 more publications followed. The author on behalf of the widow Dogood spoke about moral, ethical and socio-political issues, showing his thoughts in the form of memoirs of an imaginary heroine. Written in a light style, these letters showed Franklin as a young man of greatest erudition, who was well aware of women's psychology [6, p. 390]. Wishing fame, Franklin revealed himself causing respect of his friends and anger of his brother and father. Since then their relationship became worse [12, p. 418].

The sources of author's position in «The Silence Dogood Letter» can be divided into the following thematic groups: 1) origin and family ties; 2) parenting and life stories; 3) personal experience; 4) literary preferences of the author.

The first category of sources is related to the origin of Franklin from the environment of English immigrants – in the vast majority of educated and talented people. Hiding from persecution for religious beliefs, they developed a system of democratic foundations of coexistence on new lands. Franklin's ancestors were engaged in active social and political life.

The second category reflects the Puritan education of Benjamin Franklin (connected with the first one) as well as the formation of rigorous religious and ethical norms and principles of life.

The third category reflects the tremendous importance of personal life experiences for the newcomer writers, whose first works are almost entirely built on the basis of real events. So, specific cases of Franklin's life have become elements of «The Silence Dogood Letters».

The fourth category is closely linked to the previous ones, because another source of the first literary attempts – the works of the developed writers. This category can take place, because Franklin had learned to read early («as if he was born with a book in his hands», as his father had said) and was marked by an incredible thirst for reading. And since the father's little library consisted mainly of religious-polemical works, their ideas reflected on the linguistic and meaningful canvas of «The Letters».

The primary factor in the formation of Benjamin Franklin's position as an author was, in our opinion, his origin from the environment of settlers. Emigrants understood religion as a way to knowledge, and the observance of divine laws,

according to their convictions, led to civil liberty. As Alexis Torville noted [14, p. 34], American civilization unbelievably combined «the religious spirit and the spirit of freedom».

Hence, there are the following views of Benjamin Franklin: 1) advocating the need for training (Letter 5 on the need for women's education); 2) understanding of knowledge as an ultimate goal, to which the thorny path lies (Letter 4 on the dream of the widow); 3) conviction of the need to adhere to the democratic principles of state and society (considerations regarding the service to the state in Letter 3).

Numerous troubles, that followed the Franklins as adherents of religious beliefs persecuted in England, have developed a tendency to research and firmness in defending the convictions.

Franklin's eldest uncle on the paternal line was the initiator of all social affairs in his hometown. The second uncle carefully investigated the state of modern political system. Franklin's father was the least educated among the brothers, but valued education highly and instilled respect to it from his children. Franklin's grandfather on his mother's side, Peter Folger, was among the first colonizers and the author of a number of brochures, one of which was printed. It was devoted to freedom of conscience and was directed against the oppression of the apostates of the Anglican Church. From him, Franklin inherited the principles of tolerance [1, p. 226]. These factors contributed to the development of the following features in the style of «The Silence Dogood Letters»:

- unobtrusive statement of ideas in conjunction with a clear position of the other;
- religious and democratic character of the author's ideological beliefs;
- respect for knowledge and scientific research.

Let's turn from determining the origins of semantic ambiguities of the work to the analysis of its vital basis. Everything that happened to Franklin during the period, as he remembered himself, came into the piggy bank, from which he drew the plot base of his first work in prose. In particular, such a detail is vivid: the Franklins lived at the seaside. It is possible that from the environment of migrants, who came to America by the sea, someone could tell the boy life stories related to the trip, whether the boy himself could have witnessed some kind of marine adventure. These stories came later to the text of the «Letters» as a description of the voyage of Mrs. Dogood's parents, which final point – New England – also coincides with the final point of the trip of Franklin's parents.

All free time in printing house Benjamin spent reading, even at night. He read everything that was in the small library of his father, and that he was able to get at his friends and acquaintances. Among Franklin's favorite works were Plutarch's "Life Notes", Defoe's «Experience of Projects», and «The Means to Do Good» by the puritan preacher Mater. One of the visitors of the printing house, a wealthy merchant, noticed a talented boy and allowed him to use his library [16, p. 27]. This event played a great role in Franklin's life, not only having made it possible to get acquainted with many classical works, but also entered the text of «The Letters» as part of the portrait of the church teacher of the author.

According to Y. V. Abramov [1, p. 233], the reason for writing «The Letters» was the dispute between Benjamin and a boy named Colins, who also liked to read about the need of women's education. Sharing the scholar's opinion, we add that in our opinion there were two other factors: 1) the content of Defoe's «Experience of Projects», in which the author substantiated the necessity of all kinds of social initiatives, including women's education; 2) Franklin's awareness of his ability to write not worse than the writers of the brother's newspaper «The New England Courant», made on hearing their talks. The controversy with Colins really did influenced the letters' writing. First, giving a theme to one of them; and, secondly, to some extent conditioned the very form – letters, because, feeling unable to defend their thoughts orally, Franklin decided to put them on paper; thus, the correspondence began.

Another important consequence of the controversy with Collins was the development of Franklin's peculiar manner of writing. The correspondence of the guys accidentally fell into the hands of Franklin's father, and the man made his son comments as to the literacy and style. At that time, the editors of «The Spectator» Addison and Steele enjoyed great popularity in British colonies. The style of this magazine was considered a model, and Benjamin began to sharpen the skill of writing on his model. In particular, he tried to reproduce the text of the journal independently and did so until he had achieved satisfactory results. No wonder, the young author borrowed from the magazine not only an indomitable style without imperative moralization, the opponent of which Franklin had already become, but also the plot and the form. The form of letters suited the Franklin's brother newspaper perfectly, which contained essays on

various issues that were published under pseudonyms [6, p. 391].

Why did Franklin use the very Silence Dogood as a pseudonym? Here it is worth pointing out the reasons for the use of the «mask»: 1) fear of dissatisfaction of his father, who believed: «All the poets sooner or later become slaves and tramps» [9, p. 195]; 2) the fear that the works will be taken for children's play and will not even be read. In an invaluable source of information about Franklin «Autobiography», he wrote that in his youth he had developed a method of moral improvement, which should also be related to the consequences of the Puritan upbringing. Of the 13 moral virtues, he put Silence to the second place, noting that «my desire being to gain knowledge at the same time that I improv'd in virtue, and considering that in conversation it was obtain'd rather by the use of the ears than of the tongue, and therefore wishing to break a habit I was getting into of prattling, punning, and joking, which only made me acceptable to trifling company» [11, p. 139]. According to this, he wrote in the column «Silence»: «Speak not but what may benefit others or your self. Avoid trifling Conversation» [11, p. 139]. Thus, the choice of the pseudonym was caused by the objective circumstances and fully corresponded to the moral and ethical settings of the author.

In order to reveal the common features in the content of «The Silence Dogood Letters» and primary sources, we chose two most significant, in our opinion, works that influenced the author's point of view: an essay from the magazine «The Spectator» and the novel by preacher John Bunyan «The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come».

In the first case there is a copying from the text canvas of the «The Spectator», as well as semantic reminiscences from it. Most obviously, copying of entire structures from the mentioned magazine should be shown in such a comparison of the first numbers of essays and «The Letters», when the beginning of the two works structurally coincides.

Already in the first essay, «Have observed, that a Reader seldom peruses a Book with Pleasure 'till he knows whether the Writer of it be a black or a fair Man, of a mild or choleric Disposition, Married or a Batchelor, with other Particulars of the like nature, that conduce very much to the right Understanding of an Author. To gratify this Curiosity, which is so natural to a Reader, I design this Paper, and my next, as Prefatory Discourses to my following Writings, and shall give some Account in them of the several persons that are

engaged in this Work». [3, p. 97]. These words coincide in content when they are superimposed on the initial words from the letter of Silence Dogood, in which only specific qualities are replaced, which fit the situation:

«And since it is observed, that the Generality of People, now a days, are unwilling either to commend or dispraise what they read, until they are in some measure informed who or what the Author of it is, whether he be poor or rich, old or young, a Schollar or a Leather Apron Man, &c. and give their Opinion of the Performance, according to the Knowledge which they have of the Author's Circumstances, it may not be amiss to begin with a short Account of my past Life and present Condition, that the Reader may not be at a Loss to judge whether or no my Lucubrations are worth his reading» [16, p. 8-11]. Silence Dogood also promises to continue the story of herself in the next letter.

Next, the author of «The Spectator» describes chronologically the events of his life, from behavior in childhood, college education, his current life, his habits and passion, life position. The same plan is followed by Franklin on behalf of Dogood. Further on, Addison adds: «I have given the Reader just so much of my History and Character, as to let him see I am not altogether unqualified for the Business I have undertaken» [3, p. 101]. At the beginning of her letter Silence said about passing the events of her life to the readers.

Addison's remark «if I can any way contribute to the Diversion or Improvement of the Country in which I live, I shall leave it, when I am summoned out of it, with the secret Satisfaction of thinking that I have not Lived in vain» [3, p. 101] in «The Letters» corresponds to the author's statement about trying to serve his fellow countrymen, to add to them with his letter entertainment and assertion that he has the ability to identify all sorts of mistakes, for each of which there will be the appropriate punishment, but on the contrary promises to encourage virtue. To some extent, it is also a periphrasis of Addison's promise «to march on boldly in the Cause of Virtue and good Sense, and to annoy their Adversaries» [3, p. 127]:

«Know then, That I am an Enemy to Vice, and a Friend to Vertue. I am one of an extensive Charity, and a great Forgiver of private Injuries: A hearty Lover of the Clergy and all good Men, and a mortal Enemy to arbitrary Government and unlimited Power. I am naturally very jealous for the Rights and Liberties of my Country; and the least appearance of an Inroachment on those invaluable Priviledges, is apt to make my Blood

boil exceedingly. I have likewise a natural Inclination to observe and reprove the Faults of others, at which I have an excellent Faculty» – and further: «It is undoubtedly the Duty of all Persons to serve the Country they live in, according to their Abilities; <...> Let it suffice, that I now take up a Resolution, to do for the future all that lies in my Way for the Service of my Countrymen» [16, p. 13-14].

From «The Spectator» Franklin borrowed, obviously, the idea of using a mask.

Thus, the author of «The Spectator» asks to write him on behalf of a viewer to the address of Mr. Buckley's cafe (which, in fact, Dogood offers to her readers), explaining it as the need to conceal her identity because of the fear of becoming famous and unable to be a detected on-looker of British behavior and customs.

Further on, Addison often uses the method of publishing the readers' letters, to which Franklin appeals in the fifth letter, which raises the issue of female education. The position of the contributor, Dogood, also seems to have been copied from «The Spectator», who considered: «Their Amusements seem contrived for them [the weak sex – author] rather as they are Women, than as they are reasonable Creatures» [3, p.113]. This is explained by the fact that Franklin and Collins, during the discussions on women's education issues, had read the same works and, accordingly, took their ideas from them.

Particular attention deserve the essay No. 3 of March 3, 1711 and No. 21 of March 24, 1711, the elements of which are combined in the letter of Silence Dogood No. 4, which contains a description of her dreams.

So, with the second essay, the letter has a common view on the teaching of children, expressed by a viewer to explain the natural purpose of everyone in life: «in so great an Affair of Life, they should consider the Genius and Abilities of their Children, more than their own Inclinations» [3, p. 120] – with only difference that Dogood adds to personal preferences of parents, which is the thickness of their wallet. With the third essay, Dogood's letter is similar with a plot.

It is possible to argue about the origin of the method of dreams. After all, the same method was used in the cult book of John Bunyan's «The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come» [4] and, in our opinion, it was he, but not the work of Addison and Steele, that influenced Franklin's choice of storyline for this letter.

However, the common features with «The Spectator», of course, exist: first, the reception of

a dream; and then, the presence of joint action elements; and finally, the names of the heroes. The viewer describes his day-to-day visit to the bank hall, which caused his thoughts, which didn't leave him in his dream, in which he returned mentally. In Dogood's letter, it corresponds to the dream during her walk in the garden with a book. In spectator's dreams inside the hall there was a throne, on which the so-called Kredita sat – a character, according to the plan of the author. As to Silence, she starts her education, also according to the plan. Both these works have one common detail: those sitting on the throne have servants located on both sides of them. The names of the characters in the works also have a common allegorical nature: in «The Spectator» they are the ghosts that went in pairs, and then exchanged: Tirania and Anarchy were replaced by Freedom and Monarchy, Fantasy and Unbelief by Tolerance and Faith. As to Silence Dogood, it is Infertility, Ignorance, Plagiarism, etc. Franklin uses his own allegories and allusions: for example, when describing how Pekunia handcuffs the curtains, because the curtains are the euphemistic name of the money. When naming those present at the Temple of Theology, he describes the pauperous work of Plagiarism of borrowing eloquent places from the works of John Tillotson, the Anglican Archbishop of Canterbury from 1691 to 1694, to decorate its own.

However, as it has been already noted, definitely, the idea of using the allegorical dreams Franklin took from the «The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come», since he had an incomparably greater significance for the author's outlook than Addison and Still magazine. «The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come» is one of the most famous works in English, the second for believers after the Bible, which, according to its religious significance, was very close to Franklin as a descendant of settlers. In addition, the reminiscences of this work can be found in the works of such famous writers as Defoe and Swift, therefore, borrowing is well grounded, given that the idea had multiple reflections in other works in one form or another.

The work of Bunyan tells in an allegorical form about the journey of a Christian to the Celestial City. The author laid the following basic ideas for it: 1) the path to eternal life is full of dangers and runs through the thirst and temptation; and much more important for understanding is the plan of Franklin – 2) all people make mistakes, and the way, that seems to be true, can turn out to be not just wrong but also disastrous. This idea is

echoed with the common view of the viewer and Dogood and, from our point of view, has two interpretations of Franklin: 1) the path to determining his mission is just as difficult as that of a Christian to the Celestial City; 2) not everyone will survive a difficult and long path to learning, especially with the absence of money.

It should not be forgotten that Franklin didn't go through his lack of education, and therefore could not resist to ridicule Harvard, which he hadn't entered, and which prototype he exploited in his works. Another demonstration of the fact that the text of Bunyan, not Addison and Steele, was the source is geographic similarities of the trails of Bunyan and Franklin's characters, as well as the identity of certain points, for example, Narrow Gate is the symbol of obstacles on the way to the goal. The mentioned above facts speak about the literary priority in the formation of the author's position of precisely «The Pilgrim's

Progress from This World to That Which Is to Come».

Conclusions. We can name the following sources of the formation of the author's position in «The Silence Dogood Letters» by Benjamin Franklin: 1) the origin and family relations of B. Franklin; 2) parenting and life stories; 3) personal experience; 4) literary preferences of the author. We came to the conclusion that the main literary sources of forming the position of the author were the English magazine «The Spectator» of Addison and Steele and the novel «The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come» by John Bunyan. And the advantage as to the importance is given to the latter. In our opinion, the work of John Bunyan had the greatest influence on the formation of the author's position and the architectonics of «The Letters», and an essay from the magazine «The Spectator» – on the choice of the form and individual fragments of this work.

Література

1. Абрамов, Я. В. Мирабо. Меттерних. Франклин. Вашингтон. Линкольн: Биографические повествования / сост. Н. Ф. Болдырева. Челябинск: «Урал LTD», 1998. 496 с.
2. Айзексон У. Бенджамин Франклин. Биография. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 480 с.
3. Англия в памфлете. Английская публицистическая проза начала XVIII века. Д. Аддисон, Р. Стил, Д. Арбетнот, Д. Дефо, А. Поуп, Д. Свифт. / сост. И. О. Шайтанов. М.: Прогресс, 1987. 529 с.
4. Беньян Д. Путешествие пилигрима в Небесную страну. Электронная библиотека RoyalLib.com: веб сайт. URL: http://royallib.com/book/benyan_dgon/puteshestvie_piligrima_v_nebesnyu_stranu.html (дата обращения: 25.04.2019)
5. Иванов Р. Ф. Франклин. М.: Молодая гвардия, 1972. 256 с.
6. Коренева, М. М. Бенджамин Франклин (1706-1790), его литературно-публицистическая деятельность. История литературы США. М.: Наследие, 1997. / ред. изд.: М.М. Коренева (отв. ред.), А. Ф. Кофман, Н. С. Павлова. Т 1: Литература колониального периода и эпохи войны за независимость XVII-XVIII веков. 832с.
7. Рубанова Т. Д. Уроки книжной демократии от Бенджамина Франклина (к 310-летию со дня рождения). Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2016. № 1 (45). С. 27–35.
8. Самохин В. П., Тихомирова Е.А. Памяти Бенджамина Франклина (1706-1790). Наука и образование. 2015. № 4. С. 13–51. doi: 10.7463/0415.0770515
9. Сперанская Л. Н. Учение о стоимости Б. Франклина. Всемирная история экономической мысли: в 6 томах / гл. ред. В. Н. Черковец. М.: Мысль, 1987. Т. I: От зарождения экономической мысли до первых теоретических систем политической жизни 606 с.
10. Франклин Б. Отрывок из записок Франклиновых с присовокуплением краткого описания его жизни и некоторых его починений. М.: Унив.тип. у Ридигера и Клаудия. 1799. 111с.
11. Франклін Бенджамін (1706–1790). 100 знаменитих американців. Харків, Фолио, 2004. 509с.
12. Франклін Бенджамін. З «Автобіографії». Вікно у світ. 1999. № 4. С. 138–144.
13. Энциклопедический словарь / под ред. К. К. Арсеньева и О. О. Петрушевского. СПб.: Издатели Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон, 1902. Т. XXXVI; полутом 71: Финляндия–Франкония. 478с.
14. De Tocqueville A. Democracy in America. N.Y.: Library of America. 2004. 928p.
15. Kidd T. S. Benjamin Franklin: The Religious Life of a Founding Father. New Haven, CT: Yale University Press, 2017. 278 p.
16. The Papers of Benjamin Franklin, vol. 1, January 6, 1706 through December 31, 1734, ed. Leonard W. Labaree. New Haven: Yale University Press, 1959.

References

1. *100 znamenitikh amerikantsiv [100 Famous Americans]* (2004). Kharkiv: Folio [in Russian].
2. Abramov, Ya. V. (1998). *Mirabo. Metternikh. Franklin. Vashington. Linkol'n: Biograficheskiye povestvovaniya [Mirabot. Metternich. Franklin. Washington. Lincoln: Biographical narratives]*. Chelyabinsk: Ural LTD. [in Russian].
3. Arsenyev K. K. and Petrushevsky O. O. (ed). *Entsiklopedicheskiy slovar' [Encyclopedic dictionary]* (1902). (Vol. XXXVI). SPb.: Publishers F. A. Brokhauz, I. A. Efron. [in Russian].
4. Benyon J. (1890). *Puteshestviye piligrima v Nebesnuyu stranu [Pilgrim Travel to Heavenly Country]*. Retried from http://royallib.com/book/benyan_dgon/puteshestvie_piligrima_v_nebesnuyu_stranu.html. [in Russian].
5. De Tocqueville A. (2004). *Democracy in America*. N.Y., Library of America.
6. Franklin B. (1799). *Otryvok iz zapisok Franklinovykh s prisovokupleniyem kratkogo opisaniya ego zhizni i nekotorykh ego pochineniy [An excerpt from the notes of Franklin with the addition of a brief description of his life and some of his works]*. M. : Univ. Type. Ridiger and Claudia. [in Russian].
7. Franklin B. (1999). *Z «Avtobiografii» [From «Autobiography»]*. Window to the world. № 4. pp. 138-144. [in Ukrainian].
8. Isaacson W. (2013). *Bendzhamin Franklin. Biografiya. [Benjamin Franklin. Biography]*. M.: Mann, Ivanov and Ferber [in Russian].
9. Ivanov R. F. (1972). *Franklin [Franklin]*. Moscow: Young Guards. [in Russian].
10. Kidd T. S. (2017). *Benjamin Franklin: The Religious Life of a Founding Father*. New Haven, CT: Yale University Press [in Russian].
11. Koreneva, M. M. (1997). *Bendzhamin Franklin (1706-1790), ego literaturno-publitsisticheskaya deyatel'nost'. Istoriya literatury SSHA [Benjamin Franklin (1706-1790), his literary and journalistic activity. History of US literature]*. (Vol. 1). Moscow: Heritage. [in Russian].
12. Rubanova. T. (2016). *Uroki knizhnoy demokratii ot Bendzhamina Franklina (k 310-letiyu so dnya rozhdeniya) [Book Democracy Lessons from Benjamin Franklin (for the 310th anniversary of his birth)]*. Bulletin of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts. № 1 (45). pp. 27-35. [in Russian].
13. Samokhin V.P., Tikhomirova E.A. (2015). *Pamyati Bendzhamina Franklina (1706-1790) [In memory of Benjamin Franklin (1706-1790)]*. Science and education. № 4. pp. 13-51. doi: 10.7463 / 0415.0770515 [in Russian].
14. Shaytanov I. O. (Ed.). (1987). *Angliya v pamflete. Angliyskaya publitsisticheskaya proza nachala XVIII veka. D. Addison, R. Stil, D. Arbetnot, D. Defo, A. Poup, D. Svift. [England in the pamphlet. English publicist prose beginning of the 18th century. D. Addison, R. Still, D. Arbetnot, D. Defoe, A. Pope, D. Swift]*. M.: Progress. [in Russian].
15. Speranskaya L. N. (1987). *Ucheniye o stoimosti B. Franklina. Vsemirnaya istoriya ekonomicheskoy mysli [The doctrine of the value of B. Franklin. World History of Economic Thought]*. (Vols 1-6; Vol. 1). M.: Mysl. [in Russian].
17. *The Papers of Benjamin Franklin*, vol. 1, January 6, 1706 through December 31, 1734, ed. Leonard W. Labaree. New Haven: Yale University Press, 1959

РЕЦЕНЗІЇ

М. А. Балаклицький

Харківський національний університет імені В. В. Каразіна

Студія про стратегічну роль книжкової комунікації в суспільстві

Рецензія на видання: Булах Т. Д. Рекламна комунікація в книжковій галузі : монографія / Т. Д. Булах ; Харк. держ. акад. культури. – Х. : ХДАК, 2017. – 232 с.

Дослідження Т. Д. Булах є першою роботою, присвяченою одному з актуальних питань розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації» в Україні – створенню теорії та методики новітніх рекламних стратегій у книговиданні. Авторка ставить за мету розробку концептуальної моделі розбудови рекламного середовища книжкової галузі.

Дисертантка досягла поставленої мети – проаналізувала наявні напрацювання в галузі рекламної діяльності у книговидавничій сфері та запропонувала комплексну модель розбудови рекламного середовища в цій царині, вважаючи книжну рекламу наскрізним явищем на всіх етапах створення і поширення книги.

Відповідно до мети дослідження авторка послідовно й аргументовано сформулювала завдання, що дозволило їй показати рекламу як комунікативний феномен; оглянути історію книжної реклами; удосконалити класифікацію видів книжної реклами; уточнити критерії якості книжного видання у контексті рекламно-комунікативної сфери; показати перспективи підвищення ефективності рекламної галузі в книговиданні; запропонувати комплексну модель розвитку книжної реклами в умовах світового інтернет-простору.

Визначення *об'єкта і предмета дослідження* з позицій бібліотекознавства та теорії соціальних комунікацій не викликає зауважень.

Обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій, їхня достовірність і новизна монографічного дослідження Т. Д. Булах забезпечується комплексом теоретико-методологічних підходів. Важливо зазначити доцільність застосування системного підходу як головного, що уможливило ґрунтовне осмислення внутрішніх складників об'єкта і предмета дослідження, їх організації,

зв'язків і взаємозв'язків із зовнішнім середовищем.

Застосування книгознавчих, бібліотекознавчих та бібліографознавчих методик і наукознавчих методичних засад вивчення рекламної комунікації у книговиданні дозволило їй отримати виважені, науково обґрунтовані положення, висновки та рекомендації, які мають важливе науково-теоретичне і практичне значення.

Новизна дослідження та отриманих результатів і їхня достовірність є безперечними. Наукова новизна пов'язана з різними аспектами теми, теоретичними та практичними блоками і полягає в тому, що дослідниця:

- запропонувала новий науковий напрям міждисциплінарного дослідження рекламної комунікації в книжковій галузі як соціокультурного феномена;
- показала потребу в наскрізній рекламній діяльності всіх учасників книговидавничої сфери від авторів до бібліотекарів;
- виокремила ознаки й складові підсистем рекламно-комунікативної системи книжкової галузі;
- запропонувала цілісну модель розвитку рекламно-комунікативної сфери книжкової галузі;
- позначила перспективи розвитку цієї галузі.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій дослідження Т. Д. Булах забезпечені теоретичною та методологічною обґрунтованістю використаних методів, широкою джерельною базою та належним науковим аналізом. Робота написана на широкій джерельній базі, яка включає в себе наукові праці дослідників різних сфер

діяльності. Дослідження є суттєвим внеском у розвиток теорії та методики рекламної комунікації в книжковій галузі та розв'язує важливу проблему, пов'язану з потребою в системному підході до такої рекламно-комунікативної діяльності та її адаптації до сучасних умов світового інтернет-простору.

Значущість висновків здобувача для науки і практики полягають у першу чергу в тому, що дослідниця збагачує і доповнює наявні знання щодо особливостей рекламної комунікації в книжковій сфері та її модернізації за сучасних технологічних і соціальних умов. Результати монографічного дослідження мають спрямуватися на консолідацію рекламної діяльності суб'єктів книжкової галузі для розширення каналів просування видавничої продукції, а також для підготовки відповідних фахівців. Власне, авторка вже цим і займається, доповнюючи результатами своїх студій зміст навчальних курсів «Книгознавство та історія книги», «Книжковий менеджмент і маркетинг», «Реклама в книговидаванні та книгорозповсюдженні», «Логістика в книжковій справі», «Психологія продажу в книжковій галузі».

Оцінка змісту монографії. Слід відзначити логічну побудову структури дослідження Т. Д. Булах, яка послідовно розкриває вирішення його завдань для досягнення мети та включає вступ, шість розділів, загальні висновки, список використаних джерел, додатки.

У вступі дисертанткою обґрунтовано актуальність обраної теми, ступінь розробленості проблеми, окреслено об'єкт, предмет, мету і завдання дослідження, його методологічні засади; виокремлено новизну, теоретичне та практичне значення одержаних результатів; наведено відомості про апробацію та впровадження результатів дослідження, публікації автора.

У першому розділі «Рекламна комунікація в науковому дискурсі», який складається з трьох підрозділів, досліджено еволюцію наукових поглядів на рекламну комунікацію як феномен, стан осмислення рекламної комунікації у сфері книговидавання та книгорозповсюдження, визначено методологію і методи дослідження, уточнено терміносистему предметної сфери.

Огляд літератури не механічний. Його організовано за проблемним принципом, групами джерел. Авторка вибудовує переконливі контексти. Не паразитує на

джерелах, а панує над текстом. Оцінює, коректно дискутує з іншими авторами. Посилається на свої роботи не лише в кінці розділів, а й усередині їх (с. 140).

Різноаспектна література підтверджує новизну теми, нові підходи до досягнення поставленої мети та вирішення поставлених завдань.

У другому розділі «Особливості функціонування рекламної комунікації в книжковій сфері», який складається з чотирьох підрозділів, розглянуто еволюцію рекламно-комунікативної взаємодії в галузі книгостворення і книгорозповсюдження в історичній перспективі.

Авторчина критика обмежень масової комунікації свідчить про появу постмасового суспільства. За цих умов людина не хоче належати до маси, очікує індивідуального підходу, тяжіє до клубів обраних. В усій роботі, відтак, простежується пошук цього балансу між максимізацією клієнтури, споживацького кола та потребою в індивідуалізованому підході до потенційних покупців книжкової продукції та читачів.

Привертає увагу важлива теза дослідниці, що грамотна верства використовувала доступні їй канали перш за все для пропаганди читання і книжності, просування книжок і практики читання. Монографія є величезним аргументом на користь тези Маршала Маклюєна (праця «Галактика Гутенберга»), що друкарський верстат багатовимірно, невід'ємно сформував новітню західноєвропейську цивілізацію.

У третьому розділі «Основні види рекламної комунікації у книжковій галузі», який складається з двох підрозділів, розглянуто специфіку рекламно-комунікативної взаємодії в книжковій галузі, зумовлену особливостями книги як матеріального носія та продукту інтелектуальної творчості.

Для наукового стилю Т. Д. Булах характерні обережні, зважені судження: «Термін "мультимедійний етап розвитку" значною мірою умовний...» (с. 65). Науковиця вибудовує величезну кількість вузьких контекстів, де виявляє знання термінології та обізнаність у конкретній ситуації, суті питання. Заявку на міждисциплінарність тут успішно реалізовано: до широкого книгознавчого контексту Т. Д. Булах приєднує фахові знання з архітектури, дизайну, психології, соціології, веб-дизайну, правової бази рекламно-комунікативної діяльності в Україні, виявляє

обізнаність у роботі різних учасників книговидавничої сфери різних частин світу. В її аналізі присутня полісенсорність: до уваги взято звук, світло, запах, смак, дотик.

Завершує дослідження останній, четвертий розділ «Стратегії розвитку рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження», який складається із двох підрозділів, де сформульовано закономірності розвитку рекламної комунікації в книжковій галузі, обґрунтовано стратегічні напрями її трансформації.

Висновки роботи Т. Д. Булах відповідають меті й завданням дослідження, створюють ґрунтовну теоретико-методологічну базу для розширення досліджень у сфері книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства та теорії соціальних комунікацій.

Представлена монографічна студія є фундаментальним дослідженням, яке демонструє системність наукового мислення науковиці, ерудицію і доказовість тверджень, величезний обсяг теоретичного і прикладового матеріалу. Т. Д. Булах постає тут як класифікатор і систематизатор наукового знання, вибудовуючи важливу стратегію рекламно-комунікативної діяльності у книжковій сфері: через поінформованість усіх учасників книговидавничого і книгопросувного процесу як реципієнтів і авторів рекламних звернень – до попиту, реактивності споживачів книжкової продукції.

Мова монографічної студії грамотна, русизмів обмаль. Авторчин стиль не позбавлений поетичності й образності: наприклад, «для книги характерний унікальний характер впливу на людину: вона (книга) одночасно багатоекземплярна, єдина і незамінна» (с. 37).

Авторка тяжіє до вичерпності. Структура монографії вивірена, наскрізними є наступність і зв'язок частин. І це не зшиті статті, а цілісний послідовний наратив. Повтори виважені й доречні чи принаймні ненав'язливі.

Методологічною трудністю, яка постала перед шановною авторкою, є спільне для

сучасних українських науковців завдання виробити термінологію на позначення бездержавних етапів історії української нації. Читаємо: «Незабаром на Русі починають видаватися й каталоги. Так, у листопаді 1723 року у Московській типографії опубліковано 80 примірників каталогу "рукописных книг греческих в синодальной библиотеке обретающихся"» (с. 51). Те саме й зі словом «вітчизняний» (с. 50), яке позначає далеко не те, що включають кордони теперішньої української держави. Без сумніву, це завдання не просте. Історично словом «Русь» позначали і зовсім різні частини сучасної України (Київщину та Чернігівщину; Гетьманщину; Червона Русь – колишнє Галицьке князівство; русинські ідеологи називають відповідний край не Закарпаттям, а Підкарпатською Руссю), і частини інших держав (Руське воєводство Речі Посполитої; Чорна Русь – Московське царство; Біла Русь – Велике князівство Литовське).

Здається, кращим термінологічним рядом може бути: Київська Русь; Гетьманщина; українські землі у складі Речі Посполитої, Російської чи Австро-Угорської імперій чи СРСР.

Наводячи цікавіші відомості з історії книгодрукування Російської імперії, авторка не згадує про оригінальну книжність Київської Русі та старокіївського бароко. Як відомо, остання відіграла величезну роль у становленні книжності російської.

Оцінка наукової роботи в цілому. Підбиваючи підсумок, слід зазначити, що монографія є самостійним дослідженням, внеском у розвиток теоретичних та науково-практичних питань книгознавства, бібліографознавства як соціокомунікаційних дисциплін, галузей соціальної комунікацій у цілому, вона фіксує розвиток рекламної комунікації в галузі книговидання та книгопоширення, закладає підвалини для подальшого поглибленого вивчення питань розвитку книжної галузі в умовах глобального цифрового простору.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. **Балаклицький М. А.** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики філологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
2. **Бенькевич Г. А.** – викладач кафедри іноземних мов та перекладознавства, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності.
3. **Блавацький С. Р.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, науковий співробітник НДІ пресознавства НАН України (м. Львів).
4. **Бутиріна М. В.** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри масової та міжнародної комунікації, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.
5. **Василенко В. Ю.** – спеціаліст з інформаційного забезпечення, Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця.
6. **Гусева Е. А.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.
7. **Зіненко О. Д.** – аспірантка кафедри медіакомунікацій соціологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
8. **Курбан О. В.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики, Київський університет імені Бориса Грінченка; доцент кафедри військової журналістики Військового інституту, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
9. **Кушнір Г. О.** – магістр кафедри журналістики філологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
10. **Остапчук С. С.** – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю, Національний авіаційний університет (м. Київ).
11. **Полумисна О. О.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики філологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
12. **Рязанов А. С.** – аспірант кафедри журналістики філологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
13. **Соколова Н. В.** – аспірантка факультету філології та масових комунікацій, Маріупольський державний університет.
14. **Темчур К. О.** – магістрантка факультету систем і засобів масової комунікації, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.
15. **Федоренко В. П.** – професор з/н кафедри тележурналістики та майстерності актора, Київський національний університет культури і мистецтв.
16. **Хлестова С. В.** – аспірантка кафедри журналістики філологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
17. **Чемеріченко Н. С.** – магістрантка кафедри журналістики філологічного факультету, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
18. **Шевченко Г. О.** – викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Вісник Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна

Серія «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

Збірник наукових праць

Випуск 13

Українською, російською, англійською мовами

Відповідальний за випуск Л. М. Хавкіна

Комп'ютерне верстання С. А. Гірник

Підписано до друку 17.12.2018 року

Формат 60x84/8. Папір офсетний.

Друк цифровий.

Ум. друк. арк. Обл.-вид. арк.

Наклад 100 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

61022, Харків, майдан Свободи, 4.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09