

ISSN 2522-1272

Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Інститут журналістики

Taras Shevchenko National University of Kyiv  
Institute of Journalism

# НАУКОВІ ЗАПИСКИ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

Том 2 (67), 2017  
квітень – червень

---

## INSTITUTE OF JOURNALISM SCIENTIFIC NOTES

Issue 2 (67), 2017  
April – June

Київ 2017

НАУКОВІ ЗАПИСКИ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ  
Том 2 (67), 2017

---

Засновник – Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Свідоцтво про державну реєстрацію збірника видано Державним комітетом  
інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України.  
Серія КВ № 4298 від 13 червня 2000 року

*Науковий збірник затверджено як фаховий у галузі соціальних комунікацій наказом  
Міністерства освіти і науки України від 07.10.2015 № 1021*

Головний редактор  
**Володимир Різун**, д-р філол. наук, проф.

Відповідальний за випуск  
**Тетяна Скотникова**, канд. техн. наук

Редакційна колегія:

**Ю. Грім**, д-р наук (Dr. Habil.), проф. (1-ий заст. голов. ред.); **Н. М. Сидоренко**, д-р філол. наук, проф. (2-ий заст. голов. ред.); **О. Я. Гоян**, д-р філол. наук, проф.; **В. Ф. Іванов**, д-р філол. наук, проф.; **О. Д. Пономарів**, д-р філол. наук, проф.; **О. Л. Порфімович**, д-р політ. наук, проф.; **Т. О. Приступенко**, канд. іст. наук, проф.; **К. С. Серажим**, д-р філол. наук, проф.; **Т. В. Скотникова**, канд. техн. наук, ст. наук. співробіт.; **В. І. Теремко**, д-р наук із соц. комунік., доц.; **О. В. Александров**, д-р філол. наук, проф.; **В. М. Галич**, д-р філол. наук, проф.; **О. Г. Ткаченко**, д-р філол. наук, проф.; **Т. Валяс**, д-р гуманіт. наук (Dr. Habil. in Humanities), проф.

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
(протокол № 4 від 14 листопада 2017 року)*

Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різун  
Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2017. Т. 2 (67). 77 с.

Збірник сформовано зі статей, у яких порушено важливі теоретико-практичні проблеми журналістики, медіакомунікації загалом. Для науковців, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів та журналістів.

Усі права застережено.  
Посилання на матеріали цього видання під час їх цитування обов'язкові

© КНУ імені Тараса Шевченка,  
Інститут журналістики, 2017

INSTITUTE OF JOURNALISM SCIENTIFIC NOTES  
Issue 2 (67), 2017

---

The Founder – Taras Shevchenko National University of Kyiv

The Certificate of Registration issued by the State Committee on Information Policy, Television and Radio Broadcasting of Ukraine. Series KV № 4298 June 13, 2000.

*An academic journal is registered as a specialized journal in of social communications science according to the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 07.10.2015 № 1021*

Chief Editor

**Volodymyr Rizun**, Professor, D.Sc. (Philology)

Executive editor

**Tetiana Skotnykova**, PhD (Technical Thermal Physics).

Editorial board:

**Yu.Hrimm**, Professor, Dr. Habil., First Deputy Chief Editor. **Nataliia Sydorenko**, Professor, D. Sc. (Philology), Second Deputy Chief Editor. **Oles Hoian**, Professor, D. Sc. (Philology). **Valerii Ivanov**, Professor, D. Sc. (Philology). **Oleksandr Ponomariv**, Professor, D. Sc. (Philology). **Olha Porfimovych**, Professor, D. Sc. (Politology). **Tetiana Prystupenko**, Professor, PhD (History). **Kateryna Serazhym**, Professor, D. Sc. (Philology). **Tetiana Skotnykova**, Senior Research Fellow, PhD (Engineering). **Vasyl Anatolii Chichanovskyi**, Professor, D. Sc. (Politology). **Oleksandr Aleksandrov**, Professor, D. Sc. (Philology). **Valentyna Halych**, Professor, D. Sc. (Philology). **Olena Tkachenko**, Professor, D. Sc. (Philology). **Tadeusz Wallas**, Professor, Dr. Habil. (Humanities).

*The journal was recommended for publishing  
by the Scientific Council of Institute of Journalism of Taras Shevchenko  
National University of Kyiv (Record № 4 dated from November 14, 2017)*

Scientific Notes of Institute of Journalism: academic journal / edited by V. V.Rizun  
Kyiv : KNU named by Taras Shevchenko, 2017. T. 2 (67). 77 p.

This academic journal represents the articles related to the top issues of journalism theory and practice and media communication. The academic journal is founded for scientists, lecturers, doctoral and postgraduate students, journalists.

All rights are reserved.

Citing of the materials of this journal without references is prohibited

© Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
Institute of Journalism 2017

---

---

### **Шановні автори!**

Наукові журнали Інституту журналістики беруть до розгляду статті, написані за матеріалами конференцій. Але текст опублікованих раніше тез (матеріалів конференції) має становити не більше 20–30% тексту статті, надісланої для публікації в наших журналах.

Вимоги до тез і статей, присвячених тій самій темі, законодавчо не встановлені, а отже, доволі різні в різних організаціях.

Ми виходимо з того, що тези – це анотація виступу на конференції, перелік основних моментів, розгорнутий план доповіді. А стаття – докладний опис сутності проблеми, виклад результатів свого дослідження.

У тезах (матеріалах конференцій) зазвичай не розміщують графіки, таблиці чи рисунки. А у наукових статтях вітаються графіки, таблиці та рисунки (звісно, за потреби). Тези можуть не містити списку використаних джерел, а у статті – це є обов’язковий елемент.

Оскільки стаття має охопити більше питань, ніж висвітлено у тезах, то назви тез і статті можуть не збігатись. Варто у статті послатись на раніше опубліковані тези (матеріали конференції), що убезпечить автора від звинувачень у самоплагіаті.

### **Інформація для авторів**

Відповідальність за достовірність інформації та оригінальність поданих матеріалів (зокрема за наявність плагіату) покладається на авторів. Всі статті рецензуються. Тексти статей перевіряються за допомогою системи пошуку ознак плагіату Unicheck у рамках проекту підтримки наукових університетських видань.



Рукопис, надісланий до редакції, не має бути поданим на розгляд до інших редакцій, або опублікованим раніше.

Роботи, в яких не дотримано вимог до оформлення статті, відправлятимуться авторові на переробку. З вимогами можна ознайомитись тут:

<http://www.journ.univ.kiev.ua/periodyka/index.php/vymogy.html>.

Редагуючи текст, редакція зберігає за собою право змінювати стиль, але не зміст статей.

Редакція не погоджує з авторами зміни і скорочення тексту, які мають редакційний характер і не зачіпають принципів питання.

Всі статті проходять процедуру «сліпого» рецензування незалежними експертами, яких призначає Редколегія з числа фахівців у відповідній науковій галузі.

Відмова у публікації може не супроводжуватися роз’ясненням її причини.



На обкладинці вміщено фото **Вікторії Едуардівни Шевченко**, доктора наук із соціальних комунікацій, завідувача кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну, доцента, голови науково-методичної ради Інституту журналістики.

Закінчила факультет кібернетики Київського державного університету ім. Т. Г. Шевченка у 1987 р. У Київському національному університеті імені Тараса Шевченка працює з 1996 р., спочатку на посаді асистента кафедри журналістської майстерності та редакційно-видавничої справи, згодом – доцента кафедри видавничої справи та редагування.

У 2003 р. захистила кандидатську дисертацію «Архітектоніка сучасного українського газетного видання», а у 2014 р. захистила докторську дисертацію «Концепція візуалізації журнального контенту в системі наукових поглядів у галузі соціальних комунікацій» за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій.

З 2006 р. Шевченко В. Е. вчений секретар, з 2014 р. голова науково-методичної ради Інституту журналістики, з 2005 р. член науково-методичної комісії з журналістики та інформації (підкомісія: видавнича справа та редагування) Міністерства науки та освіти України, куратор інформаційного пакету Інституту журналістики.

Шевченко В. Е. є автором і розробником навчальних програм, посібників, текстів лекцій, практикумів, електронних навчальних текстових та ілюстративних матеріалів та підручників, автор понад 120 наукових і навчально-методичних праць, застосовує у педагогічній діяльності мультимедійні та інтерактивні засоби навчання та технології.

Шевченко В. Е. брала участь у міжнародних проєктах BBC World Service Trust, «Training for Trainers» Institute for Further Education of Journalists FOJO Kalmar University, «Crossmedia und Qualitätsjournalismus» DE-TEMPUS-JPCR, «Реалізації модернізації професійних стандартів та їх впровадження в навчально-освітні програми у галузі енергетики, металургії та цифрової журналістики», «Digital media in the Universities», була керівником проєкту «Підвищення якості фахової освіти з нових медіа та комунікаційних технологій у регіональних навчальних закладах».

Сфера наукових інтересів: мультимедіа, медіадизайн, комунікаційні технології, конвергентна журналістика, колористика, архітектоніка видання, журналістика даних, візуальні комунікації.



## СЛОВО ДО ЧИТАЧА

Шановні читачі.....	4
Інформація для авторів.....	4
Шевченко В. Е. Бібліографічна довідка.....	5

## У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Белецька А. В. Межі й безмежність масових емоцій у просторі соціальних комунікацій.....	8
Підлуцький О. Г. Міфи російської інформаційної війни проти України.....	13
Пристаупенко Т. О. Стан законодавчого регулювання вітчизняних ЗМІ в умовах новітньої історії України.....	22

## ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ / ПУБЛІЦИСТИКИ

Астапцева Х. А. Становлення Харитини Кононенко як журналістки та редакторки жіночої преси.....	33
---	----

## ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Поціпук О. Тренди й трансформації видавничої галузі як форма адаптації до цільової аудиторії міленіалів.....	49
---	----

## ДИСЕРТАЦІЙНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Риженко Л. М. Жанрові моделі друкованих ЗМІ. Старі проблеми і нові підходи.....	58
---	----

## ШТРИХИ ДО ПОРТРЕТА

Козиряцька С. А. Релігійна журналістика в інформаційному полі сучасного суспільства (рецензія на підручник Бойко А. А. «Релігійна журналістика»).....	66
--	----

## ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

Мисловський І. Типологічні особливості новин про тероризм на українському телебаченні (на прикладі «NewsOne» та «112 Україна»).....	70
--	----

# Content

# ISSUE 67

## WORD TO THE READERS

Dear Readers!.....	4
Information for Authors.....	4
Shevchenko Viktoriia. Bibliographic reference.....	5

## IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

Beletska Alevtyna. Frames and Infinity of Mass Emotions in Social Communication Space.....	8
Pidlutskyy Oleksiy. Myths of Russia's Media War Against Ukraine.....	13
Prystupenko Tetiana. The State of Legislative Regulation of Domestic Media in the Conditions of new History of Ukraine.....	22

## HISTORY OF JOURNALISM / PUBLICISM

Astaptseva Khystyna. Formation of Kharytyna Kononenko, as a journalist and women's press editor.....	33
---	----

## PUBLISHING AND EDITING

Potsipukh Olena. Trends and Transformations in Publishing Industry as a Form of Adaptation to Millennials' Target Audience.....	49
--	----

## THESIS RESEARCH

Ryzhenko Liudmyla. Genre Models of Print Mass-Media. Old Problems and New Approaches.....	58
---	----

## LINES TO THE PORTRAIT

Kozyryatska Svetlana. Religion Journalism in Media Space of the Modern Society (A Textbook Review: Alla Boyko, Religion Journalism).....	66
---	----

## RESEARCHES OF YOUNG SCIENTISTS

Myslovskiy Ihor. Typological Peculiarities of News about Terrorism on Ukrainian Television ("NewsOne" and "112 Ukraine" Information Channels).....	70
---	----

Белецька А. В.,  
канд. наук із соц. комунік.  
Інститут журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

Beletska Alevtyna,  
PhD in Social Communication.  
Institute of Journalism  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

УДК 007:659.3:159.942.5

## **Межі й безмежність масових емоцій у просторі соціальних комунікацій**

### **Frames and Infinity of Mass Emotions in Social Communication Space**

Мета статті – висвітлити, як саме слід науковцям та практикам, працівникам ЗМІ ставитися до можливостей, які надають їм властивості масових емоцій у сфері соціальних комунікацій. Предметом статті є особливості масових емоцій як явища та чинника соціальних комунікацій, які можуть зазначити межі чи безмежжя цього явища та підказувати методи й ресурси досягнення таких меж чи їх подолання. Методи дослідження – спостереження, а також аналіз теорій сучасних дослідників соціальних комунікацій на предмет визначення масових емоцій як чинника діяльності учасників соціальних комунікацій на прикладі наймасовішого з усіх мистецтв – кіносеріалів та найвідоміших кінотворів.

Результатом статті є визначення та тлумачення ознак масових емоцій у соціальних комунікаціях.

**Ключові слова:** соціальна комунікація; масові емоції; масова інформація; індивідуальна та масова інтерпретація.

The aim of this article is to come to know, what is the way to the scientific and practical workers of mass media to operate with possibilities that give to them the features of mass emotions in the area of social communications. The subject of the article are the peculiarities of mass emotions as the phenomenon and factor of social communications that can point the borders or boundlessness of this phenomenon and prompt methods and resources of the achievement of such limits or their overcoming. Methods of research – observation and analysis of theories of modern researchers of social communications for the purpose of determining mass emotions as a factor in the activities of participants in social communications on the example of the most famous of all arts – cinema series and the most famous movie).

The result of the publication is the definition of the basic peculiarities of mass emotions in social communications.

**Keywords:** social communications; mass information; mass and individual interpretation; mass emotions.

**В**ступ. Наукове дослідження місця і значення масових емоцій у соціальних комунікаціях є актуальним. Адже сьогодні інформаційне суспільство максимально діджиталізується, громада припиняє бути пасивним споживачем інформації, а є суб'єктом комунікаційної діяльності нарівні із соціальнокомунікаційними інститутами. Вже не тільки медіа, а й окремі індивідууми – блогери соціальних мереж, режисери фільмів, продюсери серіалів, редактори телепередач – є учасниками омасовлення аудиторії та драйверами процесу підштовхування читача до «правильної»

поведінки, стимулюючи в такий спосіб соціальні зміни. У такі часи нагальною є необхідність проведення ґрунтовного дослідження соціальних комунікацій як сфери функціонування масових емоцій. Якими є межі можливостей масових емоцій у соціальних комунікаціях в управлінні громадською думкою, взагалі масовою свідомістю, і чи є взагалі ці межі, за які ці можливості не поширюються? Актуальність цих запитань очевидна, оскільки для управління масовою свідомістю вкрай необхідно знати не лише природу, технології, ресурси такого







важливого чинника, а й межі функціонування масових емоцій.

Маємо на меті продовжити дослідження природи соціальних комунікацій та з'ясувати основні ознаки масових емоцій у соціальних комунікаціях. Питання про межі сфери масових емоцій є похідним від питання про межі масової комунікації, оскільки можна передбачити, що емоції поширюються масово рівно настільки, наскільки масово поширюється інформація або інтерпретація.

**Методи дослідження.** Метод, обраний для досягнення мети, – спостереження, а також аналіз теорій сучасних дослідників соціальних комунікацій на предмет визначення масових емоцій як чинника діяльності учасників соціальних комунікацій на прикладі наймасовішого з усіх мистецтв – кіносеріалів та найвідоміших кінофільмів.

**Результати дослідження.** У працях вітчизняного герменевтика масової комунікації професора В. Владимиrowa стверджується, що світ масової інформації та масової інтерпретації є безмежним, оскільки мова у масовому спілкуванні може йти про що завгодно, і певні межі тут визначити неможливо ні юридично, ні фізично. Спілкування відображає й перетворює світ, а він є безмежним. Висвітлюючи ідею фундаментального значення теорії масової комунікації, В. Владимиров зазначає: «Загальна абстрагованість філософії цілком корелюється із загальною конкретністю масової комунікації» [1, 55]. Але чи не поширюється така загальність, така безмежність і на сферу масових емоцій, яка є похідною від безмежної сфери масової інформації [2, 68]?

Твердження про безмежність масової емоції у соціальних комунікаціях виникає, по-перше, з визнання такої якості за самою масовою комунікацією, та, по-друге, з ідеї безмежності інтересів масової аудиторії. Саме усвідомлення цих безмежностей та визнання їх фундаментальної важливості забезпечує кореляцію висновків цього наукового дослідження щодо комунікативної практики, а саме – припускає можливу результативність дії масових емоцій як ресурсу комунікаційної діяльності.

«Безмежність» як якість масової емоції в соціальних комунікаціях можна розуміти у двох сенсах. По-перше, її слід розглядати саме як результат подолання деяких меж за допомогою комунікації. Наприклад, гранична кількість виборців, тиражі газет, часові межі виборчих кампаній. Безмежність як заперечення меж або їх зняття передбачає, в наших прикладах, збільшення масової аудиторії, розширення часових меж – таким шляхом йшли латино-

американські політики й державні діячі Ф. Кастро і У. Чавес, відомі своєю здатністю виступати перед публікою багато годин поспіль.

Також можна розуміти безмежність масової комунікації як брак у її суб'єктів певних меж у діяльності. Наприклад, у політичних комунікаціях такими слід визнати прагнення до безмежної влади, притаманне Нерону або диктаторам ХХ ст., безмежність довіри підданих своєму монарху або улюбленому лідеру нації. Ця субстанція більш складна для розуміння її природи і для оперування з нею через тонкі та масштабні психологічні та соціально-психологічні механізми її втілення та існування, але саме вона є цікавою для досліджень інструментів масової комунікації політологами, фахівцями у сфері соціальної лінгвістики або соціальними психологами.

Словник української мови під редакцією І. Білодіда дає таке визначення слова «безмежний»: «який не має видимих меж; безкрай, безконечний» [3]. Тлумачимо слово «безмежність» як іменник, що надає ознак соціальним комунікаціям у процесі отримання цієї якості.

У нашому випадку «безмежність» продукує «безкінечність» як ознаку масових емоцій у соціальних комунікаціях. Образно кажучи, безкінечність соціальних комунікацій нагадує стан подорожнього, який зобов'язаний не лише бачити поверхню у себе під ногами, а й дорогу до горизонту, знати, що його шлях не закінчується на лінії горизонту, а триває за ним так довго, як далеко йому необхідно йти.

Якою ж енергією живляться масові емоції у соціальній комунікації, набуваючи ознак «безмежність» та «безкінечність»? У нашому контексті джерела цієї енергії містяться ще в одній ознаці масових емоцій – універсальності. Масові емоції у соціальних комунікаціях є універсальним інструментом роботи з масовою інформацією в будь-яких галузях соціальної комунікації. Український тлумачний словник характеризує «універсальність» так: «Універсальний – такий, який охоплює все чи багато чого у якійсь ділянці, сфері життя; всеосяжний, придатний для всього або для багато чого; який має різноманітне призначення» [4]. Таким чином, визначення «охоплює все» стає ключовим для розуміння природи безмежності та безкінечності масових емоцій у соціальних комунікаціях. Як зазначає звіт «Глобальні емоції Gallup 2017», британськими вченими-соціологами створено світову карту емоцій з теорією про те, що «поведінкова економіка генерує «soft data», які є гарним критерієм вимірювання суспільного стану разом з традиційними кількісними критеріями – ВВП на душу населення, рівнем





безробіття тощо [5]. Термін «глобальні емоції», запропонований британськими авторами цього звіту, не лише констатує розуміння емоційного стану країни як індикатора її перспектив, а й підтверджує гіпотезу щодо безмежності та безкінечності масових емоцій у соціальних комунікаціях.

Дослідники соціальних комунікацій системно вивчали універсальність індивідуальних емоцій авторів у текстах (зокрема в публіцистиці ЗМК) задля прагматичних завдань комунікаторів [6, 19; 7, 12]. Аж ось у час інформатизованого дигіталізованого суспільства український вчений Г. Почепцов зауважує щодо найбільш безмежної та безкінечної аудиторії, цікавої для дослідження універсальності масових емоцій у соціальних комунікаціях на прикладі найбільш масовоінформаційного продукту та його аудиторії – аудиторії глядачів всесвітньо відомих кінотворів [8].

Першими помітили цей феномен відомого масовоінформаційного продукту – голлівудського кінофільму «Гра престолів» – американські вчені: «Те, що не перестає дивувати в «Грі престолів», – це здатність викликати скандали. Якщо фільми – це машини, що генерують емпатію, як проголосив Роджер Еберт, то популярний серіал НВО в стилі середньовічного фентезі – це машина, яка генерує образ. Обурення, яке він викликає на щотижневій основі, розкручене в передових впливових газетах і постах з тисячі слів, що вивіщуються в блогах на ранок після виходу кожної нової серії, залишається невичерпним, незважаючи на те, що настає вже шостий рік демонстрації серіалу і його сьомий сезон» [9].

Аналіз феномену серіалів українським вченим Г. Почепцовим, його згадка про невичерпне джерело енергії масових емоцій у серіалах дає нам можливість прогнозувати появу нового типу енергії, якою користуються організатори соціальної комунікації – «енергії зла та образ, на якій будується також феномен тролінгу» [8]. Але саме ці емоції є універсальним управлінським ресурсом організаторів цієї галузі соціальної комунікації: формування масових емоцій за допомогою всесвітньо відомого кінотвору. «Перед нами модель монетизації людських емоцій, і тоді виходить, що Фейсбук не дарма проводив дослідження з психології передачі емоцій (зараження), розрізняючи позитивні або негативні пости при передачі інформації», – зауважує Г. Почепцов, згадуючи результати знаменитого експерименту Фейсбука, що доводить керованість масових емоцій [10].

«У людей, де позитивний зміст було скориночено в новинах, великий відсоток слів в їх статусах ставав негативним, а малий відсоток –

позитивним. Коли негативність зменшували, виникала протилежна модель. Ці результати говорять, що емоції, які виражаються друзями через онлайнові соціальні мережі, впливають на наш настрій», – зауважив американський дослідник М. Мейер [11]. Цей висновок підтверджує нашу тезу про те, що вихід масових емоцій на рівень їх формування у кіномистецтві та у соцмережах дає підстави визначати «універсальність» як таку ознаку масових емоцій у соціальних комунікаціях, що передре двома іншими ознаками – «безмежність» та «безкінечність».

Отже, сфера соціальної комунікації є сферою появи-поширення емоційних реакцій на інформацію, її інтерпретацію як в індивідуальному вимірі, так й у масовому. Таким чином, масові емоції як частина соціальнокомунікаційного простору є інструментом посилення масовоінформаційного впливу на аудиторію та є ефективним управлінським ресурсом. І індивідуальні емоції, і масові є керованими, а тому вони стають партнером раціонального задуму комунікатора, що веде аудиторію до масового всерозуміння. «Рідко, але час від часу, в суспільстві відбувається емоційна синхронізація, тобто серед різних емоцій якесь емоційне налаштування стає домінуючим і захоплює більшість цього суспільства. Чи можна цим управляти? До останнього часу здавалося, що можливості управління синхронізацією емоцій дуже обмежені – для цього потрібні спільні випробування чи спільні перемоги», – наголошує вітчизняний філософ Сергій Дацюк [12].

При цьому дієвість масових емоцій як компонента соціальнокомунікаційного простору забезпечують такі їх ознаки, як «безмежність», «безкінечність», «керованість», «універсальність».

Масові емоції у соціальних комунікаціях стають тим плацдармом, звідки технологи починають готувати «колективну душу» маси до стану «громадська думка». «Приєднання цими масами людей цього змісту через ці слова до свого духовного світу є масовим розумінням інформації», – говорить про герменевтичний ланцюжок у медіа та перспективи застосування герменевтичних поглядів на комунікацію щодо резервів у роботі із масовою комунікацією вітчизняний вчений В. Владимиров. – Але спочатку має бути забезпечена зрозумілість знаку, тексту, потім – всенародна інформованість через ЗМК, потім всенародна інтерпретація, а потім – всенародне зрозуміння як здійснена зрозумілість» [13, 92]. А ще – забезпечена всенародна (масова) емоція – так доповнимо теорію українського дослідника герменевтики журналістики В. Владимірова. Адже доведена





керіваність переходів від одного стану до іншого дає можливість ініціаторам (організаторам) комунікації будувати на них стратегії масово-інформаційної діяльності. Додамо – майже безпрограшної діяльності, бо, як стверджують аналітики, 70 % поведінки людини ґрунтуються на емоціях, а лише 30 % є раціональними [5].

Таким чином, здобуті знання про ознаки масових емоцій як частини масових комунікацій дали теорії соціальних комунікацій нові простори, а ЗМК – нові знання щодо можливих інструментів роботи з масовою аудиторією.

Одним з основних завдань нашого дослідження є визначення ознак масових емоцій у соціально-комунікаційному середовищі, умови їх існування; розгортання індивідуальних емоцій у масові емоції; функціонування масових емоцій у соціальній комунікації. Тепер бачимо, що одним із суттєвих складників цієї природи є її безмежність, органічно поєднана з безкінечністю та універсальністю. Серед актуальних завдань бачимо також з'ясування того, яким чином і наскільки ця безмежність масових емоцій у просторі масової комунікації допомагає-заважає появи, сприйняттю та поширенню масової інформації, масової інтерпретації, та наскільки вони разом допомагають-заважають управлінню або маніпуляції масовою свідомістю та соціальною поведінкою великих мас людей.

У подальших наукових розвідках необхідно також визначитися із механізмами практичного оперування ознаками масових емоцій, уточнити їх властивості, визначити методи та методиками, а також проаналізувати мовні технології, пов'язані найчастіше з соціально-комунікаційними, соціально-психологічними методами і технологіями.

#### Список літератури

1. *Владимиров В.* Хаос – Розуміння – Масова комунікація. Київ : КиМУ, 2006. 362 с.
2. *Белецька А.* Природа масово-емоційних технологій у соціальній комунікації // Інформаційне суспільство. 2016 р. №24. С. 66–73.
3. *Словник української мови: в 11 тт.* / за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. 1. С. 134.
4. *Український тлумачний словник.* URL : [http://ukrainian\\_explanatory.academic.ru/184996/%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9](http://ukrainian_explanatory.academic.ru/184996/%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9) (дата зверення 04.09.17).
5. *Глобальні емоції.* Звіт «Глобальні емоції Gallup 2017». URL : <http://www.corestone.expert/uk/open-reports/global-emotions/> (дата зверення 04.09.17).
6. *Корнєєв В.* Роль маркованої лексики у створенні емоціогенної структури тексту // Наукові записки Ін-ту журналістики. 2002. Т. 7. С. 19–26.
7. *Федоренко О.* Емоційно-оцінний потенціал

демінутивів у публіцистиці (на матеріалі української періодики 1995–2004 років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : [спец.] 10.01.08 «Журналістика» / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2006. 17 с.

8. *Почепцов Г.* Как телесериалы превращают виртуальность в реальность // Хвиля. URL : <http://hvylya.net/analytics/society/georgiy-pocheptsov-kak-teleserialyi-prevrashhayut-virtualnost-v-realnost.html> (дата зверення 04.09.17).

9. *Колем М.* Как «Игра престолов» запустила индустрию контента, основанного на искусственном шоке // InoPressa. URL : [www.inopressa.ru/article/14Jul2017/nationalpost/film2.html](http://www.inopressa.ru/article/14Jul2017/nationalpost/film2.html) (дата зверення 04.09.17).

10. *Facebook* вибачився за психічні експерименти над користувачами // Подробности. URL : <http://podrobnosti.ua/983169-facebook-vibachivsja-za-psichn-eksperimenti-nad-koristuvachami.html> (дата зверення 04.09.17).

11. *Meyer M.N.* Everything you need to know about Facebook's controversial emotion experiment // URL : [www.wired.com/2014/06/everything-you-need-to-know-about-facebooks-manipulative-experiment/](http://www.wired.com/2014/06/everything-you-need-to-know-about-facebooks-manipulative-experiment/) (дата зверення 04.09.17).

12. *Дацик С.* Правильно выбрана эмоция // URL : <http://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/599bf8b2651af/> (дата зверення 04.09.17).

13. *Владимиров В.* Проблема розуміння інформації в журналістиці : дис. д-ра філол. наук : [спец.] 10.01.08 «Журналістика» / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка; Інститут журналістики. Київ, 2004.

#### References

1. *Vladymyrov, V.* (2006), *Chaos – Understanding – Mass Communication: a Monograph.* – КиМУ, Kyiv, 362 p.
2. *Beletska, A.* (2017) «The nature of massive technologies in social communication». *Journal of the Institute of Journalism «Information Society», Kyiv, no. 24, pp. 66–73.*
3. *Dictionary of the Ukrainian language: in 11 vols.* / Academy of Sciences of the USSR. Institute of Linguistics; for ed. I. K. Whitehead - K. : Scientific Opinion, 1970-1980. – Т. 1. – p. 134.
4. *Ukrainian Explanatory Dictionary* // available at: [http://ukrainian\\_explanatory.academic.ru/184996/%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9](http://ukrainian_explanatory.academic.ru/184996/%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9)
5. *Global emotions.* Global Emotion Gallup 2017 Report // available at: <http://www.corestone.expert/uk/open-reports/global-emotions/>
6. *Kornieiev, V.* (2002), «The role of marked lexicon in creation of emotiogenic structure of the text», *Naukovi Zapysky Institutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism], Institute of Journalism, Kyiv, vol. 7. p. 19 - 26.*
7. *Fedorenko, O.* (2006), *Emotional and Estimated Potential of Deminutist in Journalism (on the material of Ukrainian periodicals 1995-2004)*, Abstract of the PhD diss. (philol. sci.), Kyiv, 17 p.
8. *Pochepcov, G.* (2017), *How TV Series Turn*





Virtuality into Reality // available at: <http://hvylyya.net/analytics/society/georgiy-pocheptsov-kak-teleserialyi-prevrashhayut-virtualnost-v-reálnost.html>

9. *Kolem*, M. As. (2017), How the «Game of Thrones» launched the content industry based on artificial shock // available at: [www.inopressa.ru/article/14Jul2017/nationalpost/film2.html](http://www.inopressa.ru/article/14Jul2017/nationalpost/film2.html)

10. *Facebook* Excused for Psychological Experiments on People, (2017), available at: <http://podrobnosti.ua/983169-facebook-vibachivsja-za-psihchn-eksperimenti-nad-koristuvachami.html>

11. *Meyer*, M. (2014), Everything You Need to Know

about Facebook's Controversial Emotion Experiment // available at: [www.wired.com/2014/06/everything-you-need-to-know-about-facebooks-manipulative-experiment/](http://www.wired.com/2014/06/everything-you-need-to-know-about-facebooks-manipulative-experiment/)

12. *Dacjuk*, S. (2017), The Right Emotions are Chosen // available at: <http://blogs.ppravda.com.ua/authors/datsuk/599bf8b2651af/>

13. *Vladymyrov*, V. (2006), The problem of understanding information in journalism: diss. dr. philol. sciences: 10.01.08 /V. Vladimirov / Kyiv National University. Taras Shevchenko; Institute of Journalism. – К., 2004.

**Белецкая А. В.**

**Пределы и беспредельность массовых эмоций в социальных коммуникациях**

Цель статьи – выявить, как именно следует ученым и практикам, работникам СМИ относиться к возможностям, которые предоставляют им особенности массовых эмоций в сфере социальных коммуникаций. Предметом статьи являются особенности массовых эмоций как явления и фактора социальных коммуникаций, имеющие пределы или беспредельность и возможность подсказывать методы и ресурсы достижения таких пределов или их преодоления. Методы исследования – наблюдение поведения аудитории и анализ теорий современных исследователей социальных коммуникаций на предмет определения массовых эмоций как фактора деятельности участников социальных коммуникаций на примере самого массового из всех искусств – киносериялов и известных кинопроизведений.

Результатом статьи является определение основных свойств массовых эмоций в социальных коммуникациях.

**Ключевые слова:** социальная коммуникация; массовые эмоции; массовая информация; индивидуальная и массовая интерпретации.



УДК 007:659.3:316.776.23

## Міфи російської інформаційної війни проти України

### Myths of Russia's Media War Against Ukraine

В статті йдеться про російські пропагандистські міфи, спрямовані проти України, метою допису є «інвентаризація» цих міфів та їх розвінчання. Проаналізовано співвідношення між науковими категоріями «міф» і «політичний міф», а також з'ясовано, в чому полягає специфіка інструментарію нинішньої російської пропагандистської війни проти України порівняно з інструментарієм класичної інформаційної війни. Для визначення ступеня вивченості теми застосовувався метод аналізу наукових джерел та наукового узагальнення. При збиранні первинної інформації про конкретні міфи російської інформаційної війни проти України використовувався емпіричний метод і метод наукового узагальнення. Спростування згаданих міфів спиралося на низку логічних методів (індукція, дедукція, узагальнення тощо). Проаналізовано специфіку інструментарію нинішньої російської пропагандистської війни проти України порівняно з інструментарієм класичної інформаційної війни, особливості сучасних пропагандистських міфів. Показано, що для переважної більшості новітніх російських міфів про Україну характерна повна або майже повна відсутність фактологічної бази, що, втім, не заважає їх успішному запровадженню в масову свідомість російського суспільства. Це зумовлено як загальною схильністю цієї свідомості до необ'єктивного міфологізованого і реваншистського сприйняття оточуючого світу і місця своєї країни в ньому, так і особливою увагою, яку потужна російська пропагандистська машина приділяє цій проблематиці. Зроблено перелік найважливіших міфів цієї категорії та дано їх коротке спростування.

**Ключові слова:** міф; пропаганда; інформаційна війна; гібридна війна.

The article deals with the Russian propaganda myths directed against Ukraine, the main objective of the study is to analyze these myths and their debunking. The article analyzes the correlation between scientific categories of myth and political myth. Also it ferrets out the specifics of current instruments of Russian war propaganda against Ukraine in comparison with classical tools of information warfare. The methods of analysis of scientific sources and scientific generalization were used to determine the available information related to this study.

When collecting the primary source of information about specific myths in terms of Russia's information war against Ukraine we used empirical method and method of scientific generalization. The refutation of mentioned myths was based on a number of logical methods (induction, deduction, generalization, etc.). The specificity of tools of the current Russian propaganda war against Ukraine was analyzed in comparison with the tools of classical information warfare and the features of new propaganda myths.

It is substantiated that almost all the latest Russian myths about Ukraine are absolutely false, that, however, does not prevent the majority of Russians to believe in them. It is caused by a general tendency of the modern Russian mass consciousness to biased mythological and revenge-seeking perception of the outside world and the place of their country in it, as well as a special attention paid by the powerful Russian propaganda machine to this issues. The article represents the list of the most key myths of this category and their brief refutation.

**Keywords:** myth; propaganda; media war; hybrid war.

**Вступ.** Актуальність теми нашого дослідження визначається тим, що Росія вже четвертий рік поспіль веде проти України активну гібридну війну, спрямовану на знищення української державності, як такої. Важливим складовим елементом цієї війни є інформаційна війна, одним з головних напрямів якої є формування та наполегливе просування в інформаційний простір Росії, України та інших країн світу анти-

українських пропагандистських міфів. Укорінення цих міфів у масовій свідомості громадян різних держав має, на думку російських організаторів інформаційної війни [див., наприклад, 1, 3], згуртувати більшість російського населення навколо кремлівського керівництва, яке провадить курс на підкорення України, і змусити росіян не зважати на зниження свого життєвого рівня та згортання демократичних свобод в умовах





вигадані «загрози» Росії з боку України; посягти розбрат та зневіру серед найширших мас українців, підірвати їхню волю до опору російській агресії; зруйнувати солідарність з Україною, як жертвою неспровокованої агресії сусідньої держави, серед політичних еліт та громадськості демократичних країн світу. Відтак, емпіричне вивчення, науковий аналіз та пошук ефективних шляхів протидії російським пропагандистським міфам, спрямованим проти України, є надзвичайно важливим завданням. При цьому це завдання є не тимчасовим та кон'юктурним, а довгостроковим, позаяк навіть, якщо ми припустимо, що нинішня гостра криза у відносинах між Україною та Росією буде якимось чином подолана, ніщо не вщуге, що в коротко- чи навіть середньотерміновій перспективі агресивна імперсько-шовіністична російська масова свідомість зазнає докорінних змін і продукування та просування Росією в світовий інформаційний простір антиукраїнських пропагандистських міфів припиниться.

Відтак *метою* статті є «інвентаризація» російських пропагандистських міфів, спрямованих проти України та їх розвінчання.

Для досягнення поставленої мети нам необхідно виконати такі *завдання*:

- проаналізувати співвідношення між науковими категоріями «міф» і «політичний міф»;
- з'ясувати, в чому полягає специфіка інструментарію нинішньої російської пропагандистської війни проти України порівняно з інструментарієм класичної інформаційної війни;
- створити перелік найважливіших антиукраїнських російських пропагандистських міфів;
- дати фактологічно-логічне спростування згаданих міфів.

**Теоретичне підґрунтя.** Питання про міфи масової свідомості вже досить давно і доволі успішно досліджується в роботах науковців, що працюють у галузях теорії масової комунікації, соціології, теорії пізнання та психології, особливо такого її розділу, як політична психологія. В Україні ці питання розробляють В. Андрущенко, М. Головатий, В. Горський, О. Донченко, Ю. Левенець, В. Матвієнко, Л. Павлюк, Г. Почепцов, Ю. Романенко, З. Самчук, Ю. Шайгородський, Ю. Шаповал, Ф. Шульженко, О. Яремчук та інші. Серед зарубіжних дослідників можна відзначити Р. Барта, Д. Ольшанського, А. Сайкса, Д. Строс-Кана, А. Цуладзе.

Якщо на початку та в середині минулого століття, не кажучи вже про більш ранні періоди розвитку науки, міфи досліджувалися переважно в релігійному аспекті, то в останні десятиріччя дедалі більшу увагу науковців привертають штучно створені новітні міфи – соціальні та політичні, з числа яких можна виділити

як різновид міфи пропагандистські.

«Міф – це семіологічна система, яка претендує на те, щоб перетворитися на систему фактів» [2, 17], – стверджує Р. Барт. Натомість А. Сайкс переконаний, що «міф – це історія про окремих випадок, який використовують для проголошення якоїсь загальної правди чи припущення стосовно неї» [3, 17]. На думку О. Яремчук, міф виступає «як інтегральний компонент ментальності певної культури, етносу, соціальної групи, особистості, що задає координати картини світу і визначає перспективи самореалізації суб'єкта у певному смислового полі можливостей» [4, 19].

Міф виступає як «одна з найбільш стабільно відтворюваних у часі когнітивних схем – розмежування «свого» і «ворожого» світу. Ця базова опозиція архаїчно-первісних світовідчужень структурує і сучасне соціальне поле. Психологічна функція та інформаційна структура Ми-Вони лежить в основі етнодиференціальних та етноінтегративних стратегій політичного дискурсу. Вздовж осей Ми-Вони вишиковуються всі найважливіші екзистенційні мотиви: Ми – життя, безпека; Вони – смерть, загроза» [5, 90].

Український політолог Ю. Шайгородський, який досліджує особливості політичних міфів порівняно з міфами масової свідомості взагалі, стверджує, що «політичний міф – це певна модифікація вірувань і уявлень про політичну реальність які мають мобілізуючий характер та реально впливають на поведінку людей і перебіг політичних процесів» [6, 76] і слушно відзначає, що міфи «володіють великим потенціалом соціальної мобілізації» [6, 75]. «Міф перетворився на маніпулятивну техніку, допоміжний засіб для успішного просування товару, зокрема й політичного іміджу» [5, 97].

Існують «короткострокові» і «довгострокові» міфи. «Короткострокові» (технологічні) міфи створюються для реалізації конкретних політичних завдань. Це «міфи на один день», псевдоміфи, оскільки вони не укорінені в архетипах людської свідомості. «Вічні» ж міфи вписані в структуру ментальності народу» [7, 53–55].

**Методи дослідження.** Для визначення ступеню вивченості теми застосовувався метод аналізу наукових джерел та наукового узагальнення. При збиранні первинної інформації про конкретні міфи російської інформаційної війни проти України використовувалися емпіричний метод, метод інтерв'ю і метод наукового узагальнення. Спростування згаданих міфів спиралося на низку логічних методів (індукція, дедукція, узагальнення тощо).

**Результати та обговорення.** «Їх неможливо не поважати, – писав про учасників української Революції гідності на радіостанцію «Ехо Москви» 24





січня 2014 року анонімний російський слухач. – Це викликає навіть не повагу, а щось більше – схиляння перед їхню волю та устремліннями. Це – не холопи і не раби. Виходить величезне протиставлення путінському режиму. Це буде настільки очевидно і контрастно поруч, настільки буде висвічуватися абсурдність і безглуздість Кремля, що буде просто несумісно» [8].

«Якби майдаунів-укрофашистів не було, їх треба було б вигадати, – стверджував 21 лютого 2017 року на сайті газета «Комсомольская правда» її читач з промовистим ніком «Сон розуму породжує чудовиськ». – Жодні підручники, жодні політики і професори не змогли б більш доступно пояснити, чому не можна йти шляхом України. Тільки ось ці очевидні приклади тупості, дебілізму, кривавих злочинів, підлості і щільної щоденної укрівської брехні здатні на віки вічні відштовхнути нормальну людину від ідей і вчинків цих виродків» [9].

Звичайно, ці дві думки висловили різні люди у різний час на цілком різних інформаційних ресурсах. Проте, якщо три роки тому перший погляд, чи щось подібне до нього, посідав помітні позиції в російській масовій свідомості, нині в інформаційному просторі сусідньої держави беззастережно панує другий підхід, хай навіть висловлений не настільки грубо та категорично. І спричинений такий стан справ не тільки і не стільки помилками та невдачами нової післямайданної України (хоча й їх не бракує), скільки масштабною, витратною і, на жаль, доволі успішною антиукраїнською пропагандистською кампанією путінського режиму. «Сону» – читачеві «Комсомолки» – невтямки, що «виродки-укрофашисти», як панівна сила сучасної України, вигадані й існують лише в його свідомості. Але «з'явилися» вони там не самі собою, а завдяки цілеспрямованому промиванню мізків переважної більшості росіян. Якщо, за даними російського «Левада-центр», у вересні 2013 р. позитивно ставилися до України 69 % росіян, то у червні 2017 р. їх кількість зменшилася до 29 % [10]. Адже ідеї і вчинки прибічників української Революції гідності як взірць і спонука до дії для росіян – чи не найстрашніша з усіх можливих загроз для Кремля.

В ході російської гібридної війни проти України однією з найважливіших сфер боротьби стала демонізація українців та творення негативних міфів про Україну. На нашу думку, сучасний політичний міф – це спрощене, фрагментоване уявлення в масовій свідомості про ту чи іншу проблему або особу, спосіб поєднання правди і неправди, який формується в першу чергу під впливом медіа, на нинішньому історичному етапі дедалі більшою мірою – новітніх, зокрема інтернет-

спільнот. Міфи в більшості випадків базуються на правдивій інформації, але характеризують явище однобічно, а відтак дають про нього викривлене уявлення. Спільною рисою міфів щодо України та українців, що насаджуються російською пропагандою, є майже повна відсутність у більшості з них фактологічної основи. Саме в цьому полягає найважливіша особливість новітніх російських антиукраїнських міфів порівняно з «класичними» пропагандистськими міфами. Слід також відзначити, що антиукраїнські міфи в російській масовій свідомості виникають не спонтанно, а створюються й насаджуються цілеспрямовано [11].

За великим рахунком, практично кожний з численних російських міфів про сучасну Україну заслуговує на розлогу аргументовану полеміку, міг би стати темою окремої статті. Проте спробуємо дати перелік хоча б найпоширеніших міфів із суперкоротким їх спростуванням.

Отже, міф перший – нинішня Україна «нацистська (неонацистська) держава». А відтак сепаратисти з Окремих районів Донецької і Луганської областей разом із російськими «добровольцями» та «відпускниками» захищають Росію і світ від «фашистів» [12]. Це твердження може служити чудовим прикладом абсолютної відірваності більшості антиукраїнських міфів від реальності. Політична система сучасної України не має нічого спільного з аналогічною системою нацистської Німеччини, жодна більш-менш впливова українська політична сила навіть віддалено не схожа на гітлерівську НСДАП. «Підстав» для міфу про нацистську Україну лише дві: перша – нібито на щитах бійців добровольчого батальйону (азгодом полку) «Азов» було розміщено «стилізовану свастику». Насправді ж це, за словами командира «Азова» Андрія Білецького, старовинний український геральдичний символ «вовчий крок», який не має нічого спільного з німецькою, а тим більше нацистською символікою [13]. Питання ж про те, наскільки націоналісти з цього батальйону є впливовою в Україні силою, навіть не підіймаються. Друга підстава – героїзація Степана Бандери, який, буцімто, був не тимчасовим ситуативним союзником Гітлера, а «вірним слугою нацистів». Хоча підстав називати так багаторічного в'язня нацистських концтаборів, два рідних брати якого загинули в гітлерівських катівнях, набагато менше, ніж щодо Сталіна, який у листопаді 1939 р. підписав Договір про кордон і дружбу з Гітлером і майже два роки був найближчим союзником III Рейху.

В російському інформаційному просторі поширене твердження про нібито генетичну неспроможність українців до самостійної розбудови держави як державотворчої нації [14]. Воно ґрунтується на тому факті, що Україна протягом





більшої частини своєї історії не мала власної державності. Проте, наприклад, латиші та естонці вперше створили свої національні держави тільки 1918 р., а Словенія взагалі вперше за всю свою історію стала незалежною державою тільки 1991 р., після розпаду Югославії. І цей факт не завадив Словенії стати повноправним членом ЄС та НАТО, здійснити чи не найуспішніший з усіх постсоціалістичних країн Європи перехід до демократії та ринкової економіки.

Активно повторюваним міфом російської пропаганди є твердження В. Путіна, що українці та росіяни взагалі, буцімто, «один народ» [15]. Цю тезу російської імперської пропаганди було, здавалося б, остаточно спростовано ще на початку минулого століття. Нині, за умов існування розвинутої української мови, культури, державності, зрештою, спроба реанімації цього антинаукового твердження виглядає взагалі абсурдно.

Російська пропаганда постійно заявляє, що Україна – «штучна» країна, створена нібито Владіміром Леніним та його поплічниками [16], пам'ятники яким «невдячні» українці тепер знищують у рамках процесу декомунізації. Загальновідомий факт, що більшовики на чолі з В. Леніним майже чотири роки вели запеклу війну на знищення з Українською народною республікою, проголошеною 1917 р., просто ігнорується.

Наступний антиукраїнський міф – наша країна «повністю контролюється сіоністами» [17]. Вся російська інтернет-спільнота добре «знає», що Вальцман, Капітельман та Етінзон – це «справжні» прізвища відповідно Петра Порошенка, Юлії Тимошенко та братів Кличків. Для того, щоб перебороти когнітивний диссонанс, який виникає від віртуального поєднання нацизму із сіонізмом, було винайдено «витончений» термін «жидобандерівці» [18], щось на кшталт «смаженої криги».

Взагалі, в кривому дзеркалі російської пропаганди Україна «перебуває під зовнішнім управлінням». Чий саме? Тут відповіді варіюються. Крім вже згаданого «світового сіонізму», який свідомо провокує «війну слов'ян між собою на сході України» з тим, щоб винищити місцеве населення і розчистити життєвий простір для ... євреїв, які, буцімто, мають переселитися на ці землі після неминучої ліквідації держави Ізраїль [19], найчастіше фігурує «вашингтонський обком» [20]. Еліта Сполучених Штатів, стверджують московські пропагандисти, відвічно вважає своєю головною геополітичною метою знищення Росії чи, принаймні, кардинальне послаблення її позицій на світовій арені [21]. З якою метою і чому прагматичні американці мають вважати своїм основним геополітичним супротивником не,

скажімо, динамічний Китай, а, за визначенням американського сенатора Джона Маккейна, «бензоколонку, що прикидається державою» [22], значення якої для світової економіки має яскраво виражену тенденцію до падіння [23]? На ці питання російська пропаганда раціональної відповіді дати не здатна. Її твердження про якусь «особливу духовність росіян» [24], яка викликає «заздрість» у «меркантильної західної цивілізації», виглядають просто сміховинними. Для всіх у світі, крім значної частини самих росіян, на яких ці пропагандистські міфи й спрямовані.

Масова російська свідомість узагалі відкидає можливість справжніх союзницьких відносин між різними державами, побудованих на реальній, а не лише декларованій взаємній повазі до національних інтересів. Пересічний росіянин бачить такі відносини лише в системі координат «господар-холоп» [25] і щиро переконаний, що такі потужні і впливові в сучасному світі держави, як, скажімо, Німеччина чи Японія, є лише «холоуями» Сполучених Штатів і запровадили, наприклад, антиросійські санкції після захоплення українського Криму і вторгнення в Донбас за «наказом» з Вашингтону [26]. Питання ж про власну волю України та її інтереси в геополітичних питаннях для більшості росіян навіть не стоїть. Той, хто ментально є рабом, просто не здатний повірити в існування інших персонажів, окрім раба і рабовласника. Минулого літа в Греції один російський турист дуже настійливо допитувався в автора статті, хто і скільки платив українцям, які виходили на київський Майдан. Запевнення, що ніхто і ніскільки, бізнесмен середньої руки із Самари сприймав з поблажливою посмішкою: «Не будете ж ви стверджувати, що десятки чи там сотні тисяч українців не розуміють, що від жодного з них особисто нічого не залежить і всі питання розвитку будь-якої країни вирішуються нагорі. Хто б то мерз на морозі та піддавав своє здоров'я і навіть саме життя ризику просто так? Вам, мабуть, дуже добре платили».

Відтак твердження російської пропаганди про те, що Україна після Майдану просто «поміняла собі господаря» [27], у головах більшості громадян Росії падає на родючий ґрунт. Вони розуміють чи просто відчують на рівні підсвідомості, що всі словеса про рівноправність народів ЄСР і про однакову повагу до національних інтересів усіх країн СНД, яка спробувала замінити Союз, є не більше, ніж димовою завісою для прикриття панування Москви. Іншої ж моделі міждержавних відносин російська масова свідомість не знає і не може собі уявити.

Російська пропаганда намагається ставити під сумнів законність та легітимність нинішньої української влади [28], попри те, що вона була







сформована в результаті абсолютно демократичних президентських та парламентських виборів, визнаних такими усім світом, включно навіть з кремлівським режимом. Натомість російські міфотворці постійно ведуть мову про «київську хунту» [29], «сили, які захопили владу в результаті перевороту» [30], а Петра Порошенка «Комсомольская правда», наприклад, називає не Президентом України, а «особою, яка виконує обов'язки президента України» [31]. Про те, що втікача Януковича відсторонили від влади конституційною більшістю голосів обрана за його президентства Верховна рада, а військовики чи представники будь-яких інших силових структур в процесі передачі влади взагалі ніякої участі не брали, бійці російського пропагандистського фронту «сором'язливо» мовчать.

Професійні пропагандисти з числа працівників російських медіа та їхні добровільні помічники-блогери і автори коментарів на сайтах постійно звинувачують українців у «відступництві» та «зраді слов'янської (як варіант, православної) єдності» [32]. При цьому відбувається підміна понять, яку переважна більшість росіян просто не помічає. Еталоном і «слов'янства», і «православності» за умовчанням проголошуються росіяни. Якимось, на рівні твердження, що «болгари пишуть російськими літерами» [33], хоча, як відомо, це росіяни використовують болгарську абетку, а не навпаки. Відтак, «вірність слов'янській єдності» у шовіністичній російській свідомості передбачає відмову українців від власної мови та культури на користь російської, а «справжня православність» можлива чомусь лише у лоні Московського патріархату, який давно вже впав у гріх цареслав'я і служить не стільки Богу, скільки реставрації імперії, просуваючи потворну антихристиянську ідею «русского міра» [34, 133–134].

Російській пропаганді вдалося «приватизувати» в масовій свідомості свого населення перемогу над нацизмом у II Світовій війні [35]. Якщо роль у цій спільній перемозі союзників СРСР по антигітлерівській коаліції всіяко применшувалася та замовчувалася ще за радянських часів, то останніми роками росіяни намагалися витравити з історичної пам'яті й роль неросійських народів СРСР у розгромі нацизму. Апофеозом цього стала блюзнірська заява Владіміра Путіна про те, що росіяни перемогли б Гітлера і без допомоги України, тому, що вони, буцімто, «народ-переможець» [36].

В цілому ж нинішня російська еліта та її ідеологічна обслуга намагається використовувати перемогу в тій давній вже війні як індульгенцію для сучасної Росії за будь-які злочини та акти агресії щодо своїх сусідів.

В російській масовій свідомості міцно закор-

енився абсолютно брехливий міф, що їхня країна всі роки після розпаду СРСР «утримувала», «годувала» всі пострадянські республіки, і в першу чергу Україну [37]. На чому, крім голосливних заяв, базується цей міф, встановити не вдалося. Навпаки, протягом останніх десятиріч Росія в економічних відносинах з Україною вкрай жорстко та брутально обстоювала свої економічні інтереси, шантажем та залякуванням вириваючи для себе невинувдані пільги та вигоди, на кшталт найвищої в Європі ціни на російський газ для України і найнижчих в Європі тарифів на транзит цього газу – через територію України. Особливо цинічно звучать твердження про «благодіяння» Росії щодо українських заробітчан, яких ця країна, мовляв, «рятує від голодної смерті». Те, що ці працівники без жодних соціальних гарантій, за занижену платню створюють матеріальні блага для Росії і утримують на плаву економіку цієї держави [38], навіть не спадає на думку більшості росіян, а увага до цього аспекту проблеми українських заробітчан у Росії є абсолютним табу для місцевих медіа.

Відповідно до спотвореної картини світу, яку старанно створює в головах своїх громадян і частини українців російська пропаганда, українські збройні сили в Донбасі ведуть «війну проти власного народу», «шахтарів та трактористів», «обстрілюють мирні міста» та «вбивають старих і дітей» [39]. До якого ж ступеню цинізму треба дійти, щоб назвати «мирним» місто, захоплене озброєними бойовиками? Ані московський георешник «Стрелков», ані уродженець Республіки Комі «Моторола», ані багато тисяч російських військовослужбовців-«відпускників» ніякого відношення до народу України не мають, а за всіма нормами права є міжнародними терористами. Щодо «вбивств мирних мешканців», то президент Росії В. Путін ще на самому початку збройної агресії проти України, пообіцяв, що поставить свої війська за спиною мирних мешканців Донбасу і «хай українці спробують стріляти в жінок та дітей» [40]. Цієї тактики використання мирного населення як живого щита «ополченці» Донбасу дотримуються повною мірою.

І, нарешті, кілька абсолютно брехливих російських міфів про Крим, який «завжди був російським», 1954 р. був «незаконно переданий до складу України» [41], а 2014 р. внаслідок «референдуму» «повернувся додому». Історія Криму налічує близько 4 тис. років, росіяни там вперше з'явилися наприкінці XVIII ст.я, а після 1954 р. Крим ніколи не був частиною Росії. «Незаконність» передачі Криму до УРСР можна порівняти з «незаконністю» Кючук-Кайнарджийського договору щодо Криму між Російською та Османською імперіями – вони можуть цікавити





тільки істориків. СРСР давно не існує і «скасувати» ті чи інші рішення його органів влади абсолютно неможливо. Питання ж про належність Криму і Севастополя Україні було визначено цілою низкою українсько-російських договорів 1990-х років і Будапештським меморандумом 1994 р. «Референдум», організований і проведений російськими окупантами в Криму протягом кількох тижнів з порушенням усіх можливих законів та норм, не визнає легітимним практично ніхто в світі (крім самої Росії і кількох залежних від неї країн) і засуджений Генеральною асамблеєю ООН.

**Висновки.** Таким чином, бачимо, що практично всі новітні російські міфи про Україну є абсолютно брехливими, що, втім, не заважає більшості росіян вірити в них. Це зумовлено як загальною схильністю сучасної російської масової свідомості до необ'єктивного міфологізованого і реваншистського сприйняття оточуючого світу і місця своєї країни в ньому, так і особливою увагою, яку потужна російська пропагандистська машина приділяє цій проблематиці.

#### Список літератури

1. *Мединский В. Р.* О русском пьянстве, лени и жестокости. Москва : ОЛМА Медиа Групп, 2012. Изд. 4-е испр. и доп. 574 с.
2. *Барт Р.* Избранные работы : Семиотика. Поэтика. Москва : Прогресс, 1989. 615 с.
3. *Sykes A. J. M.* Myth in Communication // Journal of Communication, 1970, №20. P. 16–22.
4. *Яремчук О. В.* Психологія етнокультурної творчості особистості : моногр. Одеса : Фенікс, 2013. 431 с.
5. *Павлюк Л. С.* Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів : ПАІС, 2009. 76 с.
6. *Шайгородський Ю. Ж.* Політика: взаємодія реальності і міфу. – Київ : Знання України, 2009. 400 с.
7. *Цуладзе А.* Политическая мифология. – Москва : Эксмо, 2003. 384 с.
8. *Я был поражен до растерянности, а уважение к составшим стало безмерным.* URL : <https://ehorussia.com/new/node/8689> (дата звернення: 19.11.17).
9. *Титко А.* Украинским и русским регионам надо было «развестись» еще в 2004-м // Комсомольская правда. URL : [www.kp.ru/daily/26646/3665294](http://www.kp.ru/daily/26646/3665294) (дата звернення: 19.11.17)
10. *Мухаметшина Е.* Отношение россиян к Украине ухудшается, а украинцев к России – улучшается / Ведомости, 22.06.17. URL : <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/06/23/695650-otnoshenie-k-ukraine>. (дата звернення: 19.11.17).
11. *Гармажапова А.* Где живут тролли. И кто их кормит / Новая газета. №100, 9 сентября 2013. URL : <https://www.novayagazeta.ru/articles/2013/09/07/56253-gde-zhivut-trolli-i-kto-ih-kormit> (дата звернення: 19.11.17).
12. *Гамов А. Ю.* Мориц: «Донбасс не будет сдан майданским господам». URL : <https://www.crimea.kp.ru/daily/26759.5/3789608>. (дата звернення: 19.11.17).
13. *Швец Е., Билецкий А.* Половина Азова» говорит

на русском языке. Но они умирают за Украину. URL : [https://lb.ua/news/2014/12/10/288683\\_andrey\\_biletskiy\\_polovina\\_azova](https://lb.ua/news/2014/12/10/288683_andrey_biletskiy_polovina_azova). (дата звернення: 19.11.17).

14. *Холопское сознание или Почему украинцы веками не могут построить свое государство.* URL : <http://antifashist.com/item/holopskoe-soznanie-ili-pochemu-ukraincy-vekami-ne-mogut-postroit-svoe-gosudarstvo.html> (дата звернення: 19.11.17).

15. *Путин: русские и украинцы – один народ // RT на русском.* URL : <https://russian.rt.com/russia/news/328567-putin-russkie-i-ukraincy> (дата звернення: 19.11.17).

16. *Украина – преступный проект Ленина // Русская линия. Информационно-аналитическая служба. Православие Самодержавие Народность.* URL : [http://ruskline.ru/special\\_opinion/2015/03/ukraina\\_prestupnyj\\_proekt\\_lenina/](http://ruskline.ru/special_opinion/2015/03/ukraina_prestupnyj_proekt_lenina/) (дата звернення: 19.11.17).

17. *Матвеев В.И.* Сионизм и его роль в событиях на Украине // Крамола. URL : <http://www.kramola.info/vesti/metody-genocida/sionizm-i-ego-rol-v-sobytijah-na-ukraine> (дата звернення: 19.11.17).

18. *Перевозкина М.* Откуда пошли «жидобандеровцы»? // МК RU. URL : <http://www.mk.ru/politics/2014/12/18/otkuda-poshli-zhidobanderovcy.html> (дата звернення: 19.11.17).

19. *Ходос Э.* Доскакались: Хазарский Каганат вместо Украины // Крамола. URL : <http://www.kramola.info/vesti/novosti/doskakalis-hazarskiy-kaganat-vmesto-ukrainy> (дата звернення: 19.11.17).

20. *Витренко Н.* Украина находится под внешним управлением США // Звезда. URL : [https://tvzvezda.ru/news/vstrane\\_i\\_mire/content/201709141239-2zj3.htm](https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201709141239-2zj3.htm) (дата звернення: 19.11.17).

21. *Одинцов А.* Холодная война-2: Цели США и возможная стратегия России // Русская правда. URL : <http://ruspravda.info/Holodnaya-voyna-2-tseli-SSHA-i-vozmoznaya-strategiya-Rossii-6122.html> (дата звернення: 19.11.17).

22. *Маккейн Дж.* Россия – это бензokolонка, которая притворяется страной. URL : <https://russian.rt.com/inotv/2014-03-16/Makkein-Rossiya---eto-benzokolonka> (дата звернення: 14.06.17).

23. *GDP growth (annual %) / World Bank's new all-inclusive Data Catalog.* URL : <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?view=chart> (дата звернення: 14.06.17).

24. *Л. Ройтман.* Особенная русская духовность? // Радио «Свобода». – URL : <https://www.svoboda.org/a/24202254.html> (дата звернення: 14.06.17).

25. *Балашов Г.* Украинцы всегда были холопами. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=NAyGNPjCTXk> (дата звернення: 14.06.17).

26. *Где Япония, а где события в Украине?, - Путин раскритиковал санкции против России // Цензор. нет.* URL : [https://censor.net.ua/news/419176/gde\\_yaponiya\\_a\\_gde\\_sobytiya\\_v\\_ukraine\\_putin\\_raskritikoval\\_sanktsii\\_protiv\\_rossii](https://censor.net.ua/news/419176/gde_yaponiya_a_gde_sobytiya_v_ukraine_putin_raskritikoval_sanktsii_protiv_rossii) (дата звернення: 19.11.17).

27. *Виноградов Э.* Послы показали Порошенко, кто на Украине хозяин. // РИА Новости. URL : <https://ria.ru/analytics/20171006/1506348264.html> (дата звернення: 19.11.17).

28. *Стариков Н.* Легитимна ли новая власть Украины // Русская правда. URL : <http://ruspravda.com>





info/Legitimna-li-novaya-vlast-Ukraini-3483.html (дата звернення: 19.11.17).

29. *Славский Д.* Украина – белый бантустан Европы // Русская весна. URL : <http://rusvesna.su/news/1510349271> (дата звернення: 19.11.17).

30. *Госпереворот на Украине* // Руксперт – Справочник патриота. URL : [http://ruxpert.ru/%D0%93%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82\\_%D0%BD%D0%B0\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5](http://ruxpert.ru/%D0%93%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5) (дата звернення: 19.11.17).

31. *Гришин А.* Петр Порошенко: Ни дня без фейка // Комсомольская правда. URL : <https://www.kp.ru/daily/26748/3777211> (дата звернення: 19.11.17).

32. *Ершов В.* Национальная идея Руси – Жить Хорошо, или Цивилизация славян в реальной истории. Ozon.ru. 2016. 203 с. // ЛитЛайф. URL : [litlife.club/br/?b=259511&p=29](http://litlife.club/br/?b=259511&p=29) (дата звернення: 19.11.17).

33. *Братушки* // Livejournal. URL : <http://antipodus65.livejournal.com/31297.html> (дата звернення: 19.11.17).

34. *Андреева Л. А.* «Цареславие» в России // Общественные науки и современность. 2013. № 1. С. 121–134.

35. *Кто победил во Второй мировой войне?* // Правда-TV.ru. URL : <http://www.pravda-tv.ru/2014/06/08/63766/kto-pobedil-vo-vtoroj-mirovoj-vojne>. – (дата звернення: 19.11.17).

36. *Путин В.* Без Украины Россия всё равно бы победила в ВОВ. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=B1yiaQ-Z-84> (дата звернення: 20.11.17).

37. *Семущин С.* Россия продолжает кормить Украину // Комсомольская правда. URL : <https://www.kp.ru/daily/26738/3766986/> (дата звернення: 20.11.17).

38. *Сколько украинские гастарбайтеры зарабатывают в России* // Госновости. URL : <http://gosnovosti.com/2017/08/сколько-украинские-гастарбайтеры-за/> (дата звернення: 20.11.17).

39. *Путин: Наши войска станут позади женщин и детей. пусть они попробуют в них стрелять.* // Цензор.нет. URL : [https://censor.net.ua/video\\_news/274135/putin\\_nashi\\_voyiska\\_stanut\\_pozadi\\_jenschin\\_i\\_deteyi\\_pust\\_oni\\_poprobuyut\\_v\\_nih\\_strelyat\\_video](https://censor.net.ua/video_news/274135/putin_nashi_voyiska_stanut_pozadi_jenschin_i_deteyi_pust_oni_poprobuyut_v_nih_strelyat_video) (дата звернення: 14.11.17).

40. *Позорная страница истории коммунистической России* // URL : <http://sevkrimrus.narod.ru/textes/akt1954.htm> (дата звернення: 20.11.17).

41. *Украина: война с собственным народом* // Геополитика.ru. URL : <https://www.geopolitica.ru/article/ukraina-voyna-s-sobstvennym-narodom> (дата звернення: 20.11.17).

Надійшла до редколегії 01.08.17.

## References

1. *Medinskij, V. R.* (2012), About Russian Alcoholism, Laziness and Cruelty, 4th edition, OLMA Media Group, Moscow, 574 p.

2. *Bart, R.* (1989), Selected Works: Semiotics. Poetics, Progress, Moscow, 615 p.

3. *Sykes, A.J.M.* (1970), “Myth in communication”, Journal of Communication, no. 20, pp. 16-22.

4. *Yaremchuk, O. V.* (2013), Psychology of Ethno-

cultural Creativity of the Individual: a Monograph, Feniks, Odesa, 431p.

5. *Pavlyuk, L. S.* (2009), Sign, Symbol, Myth in Mass Communication, PAIS, Lviv, 76 p.

6. *Shajhorodskiy, Yu. Zh.* (2009), Politics: Interaction of Reality and Myth, Znannia Ukrainy, Kyiv, 400 p.

7. *Tsuladze, A.* (2003), Political Mythology, Eksmo, Moscow, 384 p.

8. *Echo of Russia* (2014), “I was amazed at rebels being in perplexity and my respect for them became immeasurable”, available at: <https://ehorussia.com/new/node/8689> (accessed 19.11.17).

9. *Titko, A.* (2017), “Ukrainian and Russian regions should “divorce” as early as 2004”, Komsomolskaja Pravda [Komsomol Truth], available at: [www.kp.ru/daily/26646/3665294](http://www.kp.ru/daily/26646/3665294) (accessed: 19.11.17)

10. *Muhametshina, E.* (2017), “The attitude of Russians towards Ukraine is getting worse, while the Ukrainians’ attitude towards Russia is improving”, Vedomosti [Bulletin], available at: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/06/23/695650-otnoshe-nie-k-ukraine>. (accessed: 19.11.17).

11. *Garmazhapova, A.* (2013), “Where do the trolls live. And who feeds them”, Novaja Gazeta [New Paper], no. 100, available at: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2013/09/07/56253-gde-zhivut-trolli-i-kto-ikh-kormit> (accessed: 19.11.17).

12. *Gamov, A. Ju.* ( ), “Moric: “We will not hand over Donbass to Majdan Messers”, Komsomolskaja Pravda [Komsomol Truth], available at: <https://www.crimea.kp.ru/daily/26759.5/3789608/> (accessed: 19.11.17).

13. *Shvec, E.* (2014), “Bileckij A.: “One-half of “Azov” speaks Russian. But they die for Ukraine”, LB.ua, available at: [https://lb.ua/news/2014/12/10/288683\\_andrey\\_biletskiy\\_polovina\\_azova](https://lb.ua/news/2014/12/10/288683_andrey_biletskiy_polovina_azova) (accessed:19.11.17).

14. *Antifashist.com* (2015), “Servile consciousness or Why Ukrainians can not build their own state for centuries”, available at: <http://antifashist.com/item/holops-koe-soznanie-ili-pochemu-ukraincy-vekami-ne-mogut-postroit-svoe-gosudarstvo.html> (accessed: 19.11.17).

15. *Russia Today* (2016), “Putin: Russians and Ukrainians are one nationality”, available at: <https://russian.rt.com/russia/news/328567-putin-russkie-i-ukraincy> (accessed: 19.11.17).

16. *Russian People’s Line: Information Analytical Agency* (2015), “Ukraine is an evil project of Lenin”, available at: [http://ruskline.ru/special\\_opinion/2015/03/ukraina\\_prestupnyj\\_proekt\\_lenina/](http://ruskline.ru/special_opinion/2015/03/ukraina_prestupnyj_proekt_lenina/) (accessed: 19.11.17).

17. *Matveev, V.I.* (2014), Zionism and Its Role in the Events in Ukraine, Kramola, available at: <http://www.kramola.info/vesti/metody-genocida/sionizm-i-ego-rol-v-sobytijah-na-kraine> (accessed: 19.11.17).

18. *Pervozhkina, M.* (2014), “Where do “Zhidobanderovci” come from?”, Moskovskij Komsomolec [Moscow Komsomol Member], available at: <http://www.mk.ru/politics/2014/12/18/otkuda-poshli-zhidobanderovcy.html> (accesses: 19.11.17).

19. *Hodos, E.* (2017), “Unpleasant consequences as a result of jumping: Khazar Kaganat instead of Ukraine”, Kramola, available at: <http://www.kramola.info/vesti/novosti/doskakalis-hazarский-kaganat-vmesto-ukrainy> (accessed: 19.11.17).





20. Vitrenko, N. (2017), "Ukraine is under the external control of the United States", Zvezda [Star], available at: [https://tvzvezda.ru/news/vstrane\\_i\\_mire/content/201709141239-2zj3.htm](https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201709141239-2zj3.htm) (accessed: 19.11.17).
21. Odincov, A. (2017), "Cold War 2: US Goals and Possible Strategy for Russia", Russkaya Pravda [Russian Truth], available at: <http://ruspravda.info/Holodnaya-voyna-2-tseli-SSHA-i-vozmozhnaya-strategiya-Rossii-6122.html> (accessed: 19.11.17).
22. Russia Today (2014), "McCain: Russia is a petrol station that pretends to be a country", available at: <https://russian.rt.com/inotv/2014-03-16/Makkejn-Rossiya---eto-benzokolonka> (accessed: 14.06.17).
23. The World Bank (2017), "GDP growth (annual %)", World Bank's New All-Inclusive Data Catalog, available at: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?view=chart> (accessed: 19.11.17).
24. Roitman, L. (2003), "Special Russian spiritual dimension?", Radio Svoboda [Radio Liberty], available at: <https://www.svoboda.org/a/24202254.html> (accessed: 19.11.17).
25. Balashov, G. (2016), "Ukrainians have been always the slaves", available at: <https://www.youtube.com/watch?v=NAYgNPjCTXk> (accessed: 19.11.17).
26. Censor.net (2016), "Where is Japan, and where is the event in Ukraine? - Putin has criticized the sanctions against Russia", available at: [https://censor.net.ua/news/419176/gde\\_yaponiya\\_a\\_gde\\_sobytiya\\_v\\_ukraine\\_putin\\_raskritikoval\\_sanktsii\\_protiv\\_rossii](https://censor.net.ua/news/419176/gde_yaponiya_a_gde_sobytiya_v_ukraine_putin_raskritikoval_sanktsii_protiv_rossii) (accessed: 19.11.17).
27. Vinogradov, Z. (2017), "The ambassadors showed Poroshenko, who was the owner of Ukraine", Russia Today, available at: <https://ria.ru/analytics/20171006/1506348264.html> (accessed: 19.11.17).
28. Starikov, N. (2017), "Is the new authorities of Ukraine legitimate?", Russkaja Pravda [Russian Truth], available at: <http://ruspravda.info/Legitimna-li-novaya-vlast-Ukraini-3483.html> (accessed: 19.11.17).
29. Slavskij, D. (2017), "Ukraine is the white "location" of Europe", Russkaya Vesna [Russian Spring], available at: <http://rusvesna.su/news/1510349271> (accessed: 19.11.17).
30. Ruxpert.ru (2017), "A coup in Ukraine", available at: [http://ruxpert.ru/%D0%93%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82\\_%D0%BD%D0%B0\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5](http://ruxpert.ru/%D0%93%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5) (accessed: 19.11.17).
31. Grishin, A. (2017), "Petr Poroshenko: nulla dies sine fake", Komsomolskaja Pravda [Comsomol Truth], available at: <https://www.kp.ru/daily/26748/3777211> (accessed: 19.11.17).
32. Ershov, V.V. (2016), The National Idea of Rus is to Have a Good Life or Civilization of the Slavs in Real History, Ozon.ru. 2016. 203 p., available at: [litlife.club/br/?b=259511&p=29](http://litlife.club/br/?b=259511&p=29) (accessed: 19.11.17).
33. Livejournal (2017), "The little brothers", available at: <http://antipodus65.livejournal.com/31297.html> (accessed: 19.11.17).
34. Andreeva, L.A. (2013), "'Glorification' of Tsar in Russia", Obshchestvennye Nauki i Sovremennost' [Social Sciences and Modernity], no. 1, pp. 121-134.
35. Pravda-TV.ru (2014), "Who won in the Second World War?", available at: <http://www.pravda-tv.ru/2014/06/08/63766/kto-pobedil-vo-vtoroj-mirovoj-vojne> (accessed: 19.11.17).
36. Youtube (2010), "Putin: Russia would win just the same in the GPW without Ukraine", available at: <https://www.youtube.com/watch?v=B1yiaQ-Z84> (accessed: 20.11.17).
37. Semushkin, S. (2017), "Russia continues feeding Ukraine", Komsomolskaja Pravda [Comsomol Truth], available at: <https://www.kp.ru/daily/26738/3766986/> (accessed: 20.11.17).
38. Gosnovosti (2017), "How much the Ukrainian migrant workers earn in Russia", available at: <http://gosnovosti.com/2017/08/сколько-украинские-растарбайтеры-за/> (accessed: 20.11.17).
39. Censor.net (2014), "Putin: Our troops will be behind women and children. Let them try to shoot them", available at: [https://censor.net.ua/video\\_news/274135/putin\\_nashi\\_voyiska\\_stanut\\_pozadi\\_jenschin\\_i\\_deteyi\\_pust\\_oni\\_poprobuyut\\_v\\_nih\\_strelyat\\_video](https://censor.net.ua/video_news/274135/putin_nashi_voyiska_stanut_pozadi_jenschin_i_deteyi_pust_oni_poprobuyut_v_nih_strelyat_video) (accessed: 14.11.17).
40. National Front "Sevastopol. Crimea. Russia" (2014), "A shameful page of the history of communist Russia", available at: <http://sevkrimrus.narod.ru/textes/akt1954.htm> (accessed: 20.11.17).
41. Geopolitics.ru (2014), "Ukraine: the war with its own people", available at: <https://www.geopolitica.ru/article/ukraina-voyna-s-sobstvennym-narodom> (accessed: 20.11.17).

Submitted 01.08.17

Підлуцький О. Г.

Мифы российской информационной войны против Украины

В статье идет речь о российских пропагандистских мифах, направленных против Украины, целью исследования является анализ этих мифов и их развенчание. Проанализировано соотношение между научными категориями миф и политический миф, а также выяснено, в чем заключается специфика инструментария нынешней российской пропагандистской войны против Украины по сравнению с инструментарием классической информационной войны. Для определения степени изученности темы применялся метод анализа научных источников и научного обобщения. При сборе первичной информации о конкретных мифах российской информационной войны против Украины использовался эмпирический метод и метод научного обобщения. Опровержение упомянутых мифов опиралось на ряд логических методов (индукция, дедукция, обобщение и т.д.). Показано, что для подавляющего большинства новейших российских мифов об Украине характерно полное или почти полное отсутствие фактологической базы, что, впрочем, не мешает их успешно внедрению в массовое сознание российского общества. Это обусловлено как общей склонностью этого сознания к необъективному мифологизированному





и реваншистскому восприятию окружающего мира и места своей страны в нем, так и особым вниманием, которое мощная российская пропагандистская машина уделяет этой проблематике. Проанализирована специфика инструментария нынешней российской пропагандистской войны против Украины сравнительно с инструментарием классической информационной войны, особенности современных пропагандистских мифов. Сделан перечень важнейших мифов этой категории и дано их краткое опровержение.

**Ключевые слова:** миф; пропаганда; информационная война; гибридная война.

---



Приступенко Т. О.,  
канд. іст. наук, проф.  
Інститут журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

Prystupenko Tetiana,  
PhD in History.  
Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National  
University of Kyiv

УДК 007:070:342.732(477)

## Стан законодавчого регулювання вітчизняних ЗМІ в умовах новітньої історії України

### The State of Legislative Regulation of Domestic Media in the Conditions of New History of Ukraine

Сучасний етап розвитку України характеризується зростанням важливості ролі інформаційної сфери, яка є одним із визначальних чинників успішного розвитку державотворчого процесу в Україні. Правові відносини в інформаційній сфері регулюються національною системою законів і підзаконних актів. Чинне інформаційне законодавство України створює можливості вибору інформації, умови для підвищення інформаційної безпеки держави.

У статті використано такі наукові методи, як моніторинг, аналіз, порівняння, історичний, за допомогою яких були виявлені позитивні та негативні аспекти правової регламентації діяльності ЗМІ в Україні.

Проаналізовано інформаційне законодавство України, розглянуто проблеми визначення нормативно-правового статусу та регулювання діяльності українських засобів масової інформації, його аналіз і виявлення основних тенденцій і шляхів вдосконалення конституційно-правової регламентації. З урахуванням сучасних політичних умов проаналізовано актуальні питання функціонування масмедійного простору України; визначено, що українське законодавство щодо регулювання діяльності ЗМІ загалом корелює з нормативно-правовими базами ЄС, Ради Європи, ООН і відповідає стандартам та принципам цих організацій у зазначеній галузі.

**Ключові слова:** правова культура; нормативні документи; мас-медіа; регулювання журналістської діяльності.

The current stage of Ukraine's development is characterized by the growing role of the information sphere, which is one of the determinants of the successful development of the state-building process in our country. Legal relations in the information sphere are regulated by the national system of laws and by-laws. The current information legislation of Ukraine creates opportunities for choosing information, conditions for improving information security of the state.

The methods that were used in the article are monitoring, analysis, comparative method, historical, with the help of which there were defined positive and negative aspects of law regulation of media activities in Ukraine.

The article analyzes the information legislation of Ukraine, examines the problems of determining the legal status and regulation of the activities of Ukrainian mass media, analyzes and identifies the main trends and ways of improving the constitutional and legal regulation. Taking into account the current political conditions, the actual issues of functioning of the Ukrainian media space are analyzed; It has been established that Ukrainian legislation regulating the activity of the mass media in general correlates with the normative legal bases of the EU, the Council of Europe, the UN and meets the standards and principles of these organizations in this field.

**Keywords:** legal culture; normative documents; mass media; regulation of journalistic activity.

**Вступ.** У період розвитку й становлення новітньої історії України, її державності та суверенітету активно почала формуватися й законодавча база суверенної країни в усіх сферах її життя – політичній, соціальній, культурно-освітній та ін. Особливо це важливо було робити в інформаційній сфері, адже за часів тоталітарного режиму колишнього СРСР практично не існувало жодного нормативно-правового документа, який би на рівні закону регламентував діяльність системи засобів масової інформації та основних на той час її сегментів – друкованої

преси, телебачення, радіомовлення, видавництва, інформаційних агенцій. Важливість розробки та реалізації відповідного законодавства зумовлювалося також врахуванням розвитку нових економічних відносин у суспільстві – ринкових, а також утвердженням у країні основоположних принципів демократії громадянського суспільства – права на вільний доступ до інформації, плюралізму думок, розуміння ЗМІ як четвертої влади з відповідними функціями, серед яких функція критики та контролю є однією з домінуювальних щодо моніторингу дій керуючої влади.





Із проголошенням незалежності в Україні розпочалася нова сторінка нашої історії щодо розвитку нової, демократичної держави. Розбудовуючи громадянське, правове суспільство, Україна конституційно забезпечує своїм громадянам свободу слова та інформації, узгоджуючи власну політику в цій сфері з європейськими та світовими стандартами. За роки незалежності в Україні ухвалено майже сорок законів, що регламентують діяльність об'єктів інформаційних відносин.

*Мета статті* – висвітлити проблеми законодавчого регулювання вітчизняних засобів масової інформації в сучасних умовах історії України.

**Методи дослідження.** У статті використано такі наукові методи, як моніторинг, аналіз, порівняння, історичний, які, зокрема, дали змогу виявити позитивні та негативні аспекти правової регламентації діяльності ЗМІ в нашій державі.

**Теоретичне підґрунтя.** Питання правової регламентації журналістської діяльності в Україні на сьогодні є дуже важливим. Законодавчі аспекти забезпечення діяльності ЗМІ висвітлюються практично в усіх наукових дослідженнях про ЗМІ України. Науковці вивчають законодавче забезпечення механізму доступу до джерел інформації, проблеми демонополізації та роздержавлення ЗМІ, процес створення громадського телебачення і радіомовлення, регулювання діяльності комп'ютерних мас-медіа тощо [1]. Вагоме місце мають праці про законодавче забезпечення свободи слова в Україні. Серед них – колективні праці, підготовлені журналістами, вченими, політиками [2], публікації в збірках наукових конференцій. Науково-теоретичне підґрунтя цього питання становлять наукові праці провідних фахівців у галузі загальної теорії держави та права, інформаційного та конституційного права: І. Арістової, І. Бачило, В. Брижка, Ю. Бурила, О. Денисової, В. Головій, В. Іванова, Р. Калюжного, О. Кохановської, Г. Красноступ, І. Людвик, А. Марущака, В. Монахова, О. Нестеренко, Ю. Палагнюк, Т. Слінько, М. Федотова, М. Швеця та ін. Але, незважаючи на це, все ще залишається широке поле для діяльності науковців у цій галузі.

**Результати дослідження.** Відповідні процеси щодо необхідності розробки й напрацювання нормативно-правової бази функціонування інформаційного простору почалися відразу після ухвалення Декларації про державний суверенітет України та Акту проголошення її незалежності. Саме ці перші документи новітньої історії нашої країни стали основою сучасного вітчизняного інформаційного законодавства з його фундаментальними базовими принципами – права на свободу слова, самовираження, незалежну інтелектуальну творчість, скасування цензури як ідеологічного та політичного інституту, а отже, розуміння

запровадження міжнародних журналістських стандартів у діяльність вітчизняних ЗМІ, народного інформаційного права.

Активна робота щодо розробки законодавства масмедійної сфери розпочалася після ухвалення основного Закону нашої держави – Конституції України 28 червня 1996 р. Однією з визначальних статей Основного Закону щодо діяльності ЗМІ в нових умовах розбудови незалежної держави, а також її інформаційного простору стала 15 стаття документа. В її змісті були закладені фундаментальні принципи нових суспільно-економічних відносин країни, які ґрунтуються на засадах політичної, економічної та ідеологічної багатоманітності. Жодна ідеологія не може визнаватися державою як обов'язкова. Цензура заборонена. Держава гарантує свободу політичної діяльності, не забороненої Конституцією і законами України [3].

Ці положення і норми, закріплені в 15 статті Конституції України, втілилися у другому розділі Основного Закону «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина». Через всі статті цього розділу проходить ідея щодо невідчужуваності та непорушності прав і свобод людини, їй невичерпності. Наголошено, що при ухваленні нових законів або внесенні змін до чинних законів не допускається звуження змісту та обсягу наявних прав і свобод. І це повною мірою стосується і діяльності журналістів, їхніх прав і свобод доступу до інформації та її поширення, свободи журналістської діяльності тощо. Серед статей, які безпосередньо чи опосередковано стосуються діяльності представників ЗМІ, у другому розділі Основного Закону можна виділити статтю 31, в якій передбачається гарантія таємниці листування, телефонних розмов, телеграфної та іншої кореспонденції. Винятки можуть бути визначені лише судом у випадках, передбачених законом для запобігання нових злочинів чи з'ясування істини під час розслідування кримінальної справи, якщо іншими способами одержати інформацію неможливо.

Про неможливість зазнавати втручання в особисте й сімейне життя, крім випадків, передбачених Конституцією України, йдеться у статті 32. Її норми передбачають недопущення збирати, зберігати, використовувати та поширювати конфіденційну інформацію про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини. Кожний громадянин має право ознайомлюватися в органах державної влади, органах місцевого самоврядування, установах і організаціях з відомостями про себе, які не є державною або іншою захищеною законом таємницею. Кожному гарантується судовий за-





хист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також права на відшкодування матеріальних і нематеріальних збитків, завданих збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації.

Важливими для творчості представників ЗМІ є стаття 35 щодо права на свободу світогляду та віросповідання; стаття 36 щодо права на свободу об'єднання в політичні партії та громадські організації для здійснення й захисту своїх прав і свобод та задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів; стаття 41 щодо права володіти, користуватися й розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності. Детальніше це право конкретизується у статті 54. У ній, зокрема, йдеться про гарантії свободи літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захисту інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності. Кожний громадянин має право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності; ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, визначеними законом.

Проте акумулює права та свободи журналістської діяльності, безперечно, стаття 34 Конституції України. У ній, зокрема, зазначено про гарантії права кожного на свободу думки і слова, на вільне вираження власних поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей для запобігання розголошення інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя.

Важко переоцінити значення та глибинний зміст цієї статті для діяльності журналістів, розвитку інформаційного простору нашої держави, запровадженню міжнародних журналістських стандартів у роботі вітчизняних представників ЗМІ. Адже йдеться передусім про досвід реалізації подібних норм і механізмів закону західних країн, про чесні та прозорі взаємовідносини між пресою та владою, про баланс їхніх інтересів у суспільстві. Такий зв'язок і реальний стан речей був офіційно зафіксований і знайшов своє відображення, зокрема в тексті

Загальної декларації прав людини ООН (1948).

Починаючи з 1992 р. на основі Конституції України, Кримінального і Цивільного кодексів з'явилася кілька спеціальних законів щодо різних галузей діяльності ЗМІ. Серед них – Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про авторське право і суміжні права», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про державну таємницю», «Про зв'язок», «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про видавничу справу», «Про професійних творчих працівників та творчі спілки», «Про захист суспільної моралі», «Про доступ до публічної інформації» тощо.

Останнім часом відбуваються значні зміни в нормативно-правовій діяльності законодавчої гілки влади щодо функціонування вітчизняних ЗМІ. Це пояснюється передусім початком реформування багатьох сфер нашого суспільного життя, зокрема, у діяльності судової гілки влади, протидії корупції, забезпеченні прозорості власності масмедійної діяльності, протидії викликам і загрозам внутрішньої та зовнішньої політики України, її місця в геополітичних відносинах, прагненні нашої країни щодо співпраці з впливовими міжнародними організаціями в галузі захисту та розвитку громадянських прав і свобод, подальшій розбудові громадянського суспільства в країні. Свідченням цього за останні кілька років стали Закони України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» (2014), «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації, а також реалізації принципів державної політики в сфері телебачення і радіомовлення» (2015), «Про реформування державних та комунальних засобів масової інформації» (2015), «Про систему іномовлення в Україні» (2016), «Про забезпечення права на справедливий суд» (у частині гласності й відкритості судового процесу, 2015). Важливі зміни та доповнення були внесені до Законів України «Про телебачення та радіомовлення» (2016), «Про авторське право та суміжні права» (2016), Кримінального кодексу України тощо.

Крім законів України щодо функціонування ЗМІ, розвиток вітчизняної преси також визначають й інші документи, нормативні акти,







постанови, укази, які ухвалюються владними структурами та галузевими відомствами – такими, як Міністерство інформаційної політики, Державний комітет телебачення та радіомовлення, Національна рада з питань телебачення та радіомовлення тощо. Одними з важливих документів щодо подальшого розвитку інформаційного простору України, забезпечення прав і свобод наших громадян на одержання інформації стали Укази Президента України «Про національну стратегію у сфері прав людини» (2015), «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 р. та «Про Доктрину інформаційної безпеки України» (2017).

Вагоме значення для вдосконалення правових засад діяльності вітчизняної преси має також розпочата судово-правова реформа в Україні (2015), спрямована на захист прав людини, забезпечення соціальної стабільності та режиму законності в державі. Етапами цієї реформи стали, зокрема, Закон України «Про судоустрій та статус суддів України» (2016), зміни до Кримінального кодексу України (2017), інші пакети законів України, якими було внесено доповнення та зміни до чинного законодавства, створення Вищої ради правосуддя (2017) та ін.

Важливою подією для діяльності засобів масової інформації, забезпечення їхніх прав і свобод щодо виконання професійних обов'язків стали зміни до Кримінального кодексу України у 2015 р. У ньому систематизовано суспільно небезпечні дії, що визнаються злочинами, і передбачені конкретні заходи покарання за їх скоєння. Цей документ покликаний охороняти особу, її життя й здоров'я, честь і гідність, недоторканність та безпеку, захищати права й свободи громадян, державний суверенітет і суспільний лад України, весь правопорядок від злочинних посягань. Основною функцією Кримінального кодексу, головним його суспільним призначенням є захист найважливіших суспільних відносин у державі.

Важливі зміни щодо журналістської діяльності відбулися у 2016 р. В частині другій статті 163 «Порушення таємниці листування, телефонних розмов, телеграфної чи іншої кореспонденції, що передаються засобами зв'язку або через комп'ютер» викладено в такій редакції: «Ті самі дії, вчинені повторно або щодо державних чи громадських діячів, журналістів, або вчинені службовою особою, або з використанням спеціальних засобів, призначених для негласного зняття інформації – караються позбавленням волі на строк від трьох до семи років».

Суттєві поправки до Кримінального кодексу щодо діяльності журналістів були внесені і до розділу 15 – «Злочини проти авторитету органів

державної влади, органів місцевого самоврядування, об'єднань громадян та злочини проти журналістів» (статті 345, 347, 348, 2015) та розділу 17 – «Злочини у сфері службової діяльності та професійної діяльності, пов'язаної з наданням публічних послуг» (ст. 375, 2011).

Надзвичайно важливою в Кримінальному кодексі України є стаття 348 щодо заборони однієї з форм цензури, а саме: фізичного замаху на життя представника ЗМІ: «Посягання на життя журналіста». В ній наголошено, що вбивство або замах на вбивство журналіста, його близьких родичів чи членів сім'ї у зв'язку зі здійсненням цим журналістом законної професійної діяльності – караються позбавленням волі на строк від дев'яти до п'ятнадцяти років або довічним позбавленням волі.

Логічним продовженням цих норм стала стаття 375 «Постановлення суддею (суддями) завідомо неправомірного вироку, рішення, ухвали або постанови» розділу 17 Кримінального кодексу України «Злочини у сфері службової діяльності, пов'язаної з наданням публічних послуг».

Введення кримінальної відповідальності за перешкоджання законній діяльності журналіста та злочини проти представників ЗМІ зумовлене необхідністю подальшого розвитку свободи слова відповідно до норм Конституції України.

Об'єктом злочину є суспільні відносини в сфері забезпечення конституційних прав громадян на свободу думки й слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Об'єктивний бік злочину відповідно до статті 171 Кримінального кодексу полягає у вчиненні дії або бездіяльності, спрямованих на перешкоджання законній професійній діяльності журналістів. Це може бути ненадання інформації, яка не є таємницею (державною, слідчою, комерційною, конфіденційною), або надання недостовірної інформації, вилучення записів, зроблених журналістом письмово або за допомогою технічних засобів, знищення або пошкодження таких записів, конфіскація тиражу друкованого видання без відповідного рішення суду тощо.

Законною слід уважати професійну діяльність журналіста відповідно до вимог Законів України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та «Про телебачення і радіомовлення». Так, за Законом України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» – це діяльність журналіста зі збирання, обробки, редагування, підготовки інформації до друку та видання друкованих засобів масової інформації з метою їх розповсюдження серед читачів.

Належність журналіста до відповідного засобу масової інформації підтверджується редакційним посвідченням чи іншим документом, виданим





йому редакцією цього друкованого видання. Права та обов'язки журналіста визначені статтею 26 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та статтею 58 «Права творчого колективу та телерадіожурналістів» Закону України «Про телебачення та радіомовлення України». Так, за цією статтею творчий колектив організації має право відстоювати інтереси теле-, радіожурналістів і контролювати дотримання їхніх прав, вимог щодо заборони цензури і втручання у творчу діяльність телерадіоорганізації. Збори творчого колективу телерадіоорганізації обирають половину складу редакційної ради.

Журналіст несе відповідальність у межах чинного законодавства за перевищення своїх прав і невиконання покладених обов'язків.

Порядок і форма журналістського запиту щодо доступу до офіційних документів і надання письмової або усної інформації для ЗМІ, строки їх розгляду, а також характер документів та інформації, що не підлягають наданню для ознайомлення за запитом, інші питання, пов'язані з наданням журналістові інформації, визначаються Законами України «Про інформацію» та «Про доступ до публічної інформації».

Важливе значення в контексті норм цих законів щодо прав та обов'язків журналіста, його права на інформацію, вільну творчу діяльність має стаття 171 Кримінального кодексу України. Відповідно до неї кваліфіковано вид злочину – переслідування журналіста за виконання професійних обов'язків, за критику, здійснювану службовою особою або групою осіб за попередньою змовою. Переслідуванням є умисні дії, спрямовані на ущемлення особистості (наприклад, публічна образа, рекомендація не приймати особу на роботу, не надавати житло тощо). Формою переслідування може бути застосування погроз або насильства. У таких випадках відбудеться сукупність злочинів, передбачених статтею 171 та відповідними статтями (їх частинами) Особливої частини Кодексу, що визначають відповідальність за злочини проти життя та здоров'я особи.

У разі застосування службовою особою насильства щодо журналіста або настання тяжких наслідків її дії підлягають додатковій кваліфікації за статтею 365 «Перевищення влади або службових повноважень» Кримінального кодексу України.

Функціонування засобів масової інформації України в напрямі процесів демократизації, гласності, плюралізму, реформування економіки та політичної системи нашої держави визначає не лише національне законодавство, галузеві підзаконні акти й документи, а також міжнародні правові норми. За часів тоталітарної держави

українська громадськість була недостатньо обізнана у загальноновизначених міжнародних документах та актах з прав людини, демократичних свобод, дій держави щодо їх забезпечення та захисту.

Важливим для розбудови України як правової, суверенної, незалежної та цивілізованої держави було її прийняття 37-м членом Ради Європи (9 листопада 1995 р.). Як відомо, Рада Європи є найавторитетнішою організацією нашого континенту і жодна з країн Ради Європи не увійшла до Європейського Союзу поза Радою Європи.

Вступ України до Ради Європи означає багато. Це насамперед стимул і важливий фрагмент великої державної роботи, спрямованої на створення й утвердження правової, економічно міцної, політично стабільної, миролюбної європейської країни – органічної й важливої частини Європейського дому. Іншим позитивним моментом стало поглиблення правового та юридичного забезпечення права громадян України звертатися до Європейського суду. Крім того, Україна вже почала приєднуватися до понад 150-ти конвенцій, що існують у Раді Європи, виконуючи свої зобов'язання перед цією організацією.

Одним з основних документів Ради Європи, який Українська держава ратифікувала 17 липня 1997 р. і який став Законом України, є Конвенція про захист прав і основних свобод людини (1950 р.), Перший протокол та протоколи № 2, 4, 7 та 11 до Конвенції.

На основі Конвенції громадяни України можуть і мають право звертатися до Євросуду з прав людини. Саме цій міжнародній судовій інстанції внаслідок корумпованості вітчизняної судової системи довіряють українці і все частіше звертаються до неї. Так, 2016 р. став рекордним за кількістю звернень наших громадян до Суду: чверть від загальної кількості заяв надійшла до Страсбурга саме з України [4; 5]. І ця тенденція збільшувалася впродовж останнього десятиліття. Так, якщо впродовж 2006 – 2012 рр. щорічно в середньому надходило по 6,8 – 8,5 % позовів українців від загальної кількості, то у 2013 р. – 13,3 % позовів українців, у 2014 р. – 19,5 %; у 2015 р. – 21,4 %; у 2016 р. – 24,4 % [6]

Наприкінці 2016 р. стало відомо, що Україна опинилась на 4 місці серед 47 країн – членів Ради Європи за кількістю невиконаних рішень Євросоюзу з прав людини [7]. Цей антирейтинг був складений Комітетом Міністрів Ради Європи за підсумками 2015 р. Україна в ньому посіла, як було вже зазначено, 4 місце серед 47 країн, оскільки на момент складання цього списку, в кінці 2015 р., у нас у процесі виконання перебувало 1052 рішення Суду. Попереду України – три держави, в яких ще більше проблем: Росія





(1549 справ у процесі виконання), Туреччина (1591 справа) та Італія (2421 справа).

У 2016 р. в Україні з'явилося ще 57 нових справ, а з минулорічного списку зняли як виконані 14 справ.

Несплачена державою грошова компенсація з усіх сфер, за якими українці зверталися до Європейського суду, дорівнює 400 млн. грн, які назбиралися за довгі роки [8]. Це призвело до того, що Україна стала одним з лідерів в Євросуді щодо несплати компенсацій своїм громадянам.

Така ситуація чітко вказує на зобов'язання держави поважати права та свободи українців, їхню гідність, ліквідувати корупцію в усіх гілках влади. Так, неурядова міжнародна організація «Transparency International», яка ставить за мету боротьбу з корупцією, оприлюднила 2017 р. своє головне щорічне дослідження «Індекс сприйняття корупції» (ІСК) [9]. Експерти організації формують його на основі незалежних опитувань, в яких беруть участь міжнародні фінансові та правозахисні експерти, у тому числі від Світового банку, «Дому свободи», Світового економічного форуму тощо. Індекс є оцінкою від 0 (дуже високий рівень корупції) до 100 (низький рівень корупції).

У світовому індексі сприйняття корупції (CPI) за 2016 р. Україна отримала 29 балів з 100 можливих і посіла 131 місце з 176 досліджених країн. У 2015 р. їх було 168. Це на два бали більше за минулий показник, але не вказує на серйозний прорив у боротьбі з явищем корупції і є «недостатньою для країни, влада якої назвала боротьбу з корупцією основним пріоритетом», – зазначили в організації. Разом з Україною цю сходинку із показником 29 балів розділили Казахстан, Росія, Непал та Іран. Показник нижче 30 балів в індексі вважається межею корупційної ганьби для держави [9].

У рейтингу за 2016 р. вказується, що лише шість країн ЄС покращили свої показники щодо боротьби з корупцією у державному секторі. Це Італія, Румунія, Греція, Болгарія, Угорщина і Хорватія.

Як зазначили експерти у своєму дослідженні про Україну, покращенню її позиції у рейтингу сприяло просування антикорупційної реформи, «але відсутність дієвої судової системи та фактів безкарності корупціонерів не дає Україні зробити потужний ривок уперед». За результатами дослідження, в країні почали менше користуватися службовим становищем в органах виконавчої влади, в політичних та Збройних силах. Водночас у судовій гілці влади ситуація залишається без змін, «що і за часів режиму Януковича», наголошують у «Transparency International». «Так, незважаючи на проведення реформ, пере-

сичні громадяни й український бізнес, міжнародні спостерігачі скептично налаштовані щодо успішності боротьби з корупцією в Україні». Саме безкарність та недійова система правосуддя не дають Україні здійснити прорив у подоланні корупції. Брак результатів із поверненням коштів режиму Януковича і його соратників – свідчення цього. Має відбутися реальне очищення системи правосуддя, боротьба з корупцією, яку поки що хоче зберегти політична еліта. Вихід із ситуації бачиться у втіленні серйозних антикорупційних змін у державі. Зокрема, залучення іноземних фахівців для створення ефективної системи антикорупційного правосуддя, повернення активів колишніх посадовців, перевірка електронних декларацій, проведення аудиту та зниження ступеня секретності в секторі безпеки та оборони там, де йдеться про контракти й державні закупівлі, виконання взятих Україною міжнародних зобов'язань [9].

Не випадково виявилася ще одна низька оцінка діяльності України в контексті громадянських свобод іншою міжнародною структурою. У світовому рейтингу верховенства закону та права, складеному міжнародною незалежною некомерційною організацією – World Justice Projects, яка сприяє розвитку верховенства права у світі, Україна посіла 78 місце із 113 у 2016 р., хоча в минулому році наша країна була у цьому списку на 70 місці [10].

Рейтинг складала на основі таких показників, як відкритість держави, правопорядок і безпека, обмеження повноважень інститутів влади, відсутність корупції, захист основних прав, регулятивне правозастосування, кримінальне й цивільне правосуддя. До п'ятірки лідерів увійшли Данія, Норвегія, Фінляндія, Швеція, Нідерланди (далі – Німеччина, Австрія, Нова Зеландія, Сінгапур, Велика Британія).

У блоці країн, куди укладачі рейтингу включили Україну, – Східна Європа та Центральна Азія, – лідером виявилась Грузія, яка посіла 34 місце. За нею розташувалися Боснія та Герцеговина, а також Македонія. Росія – на 92 місці, на відміну від 75 позиції, яку вона посідала в 2015 р.

Відповідні антирейтинги нашої держави в царині верховенства права, прав і свобод наших громадян, наявність корупції в нашій державі ускладнюють функціонування вітчизняних ЗМІ щодо відповідності міжнародних журналістських стандартів, принципів і функцій, їх місця у формуванні громадянського суспільства. Тож важливе значення в цих складних процесах, у пошуках взаєморозуміння партнерських прозорих зв'язків політики, преси та влади має відігравати ключове розуміння 10 статті Євро-





пейської конвенції з прав людини [11], яке знайшло своє відображення в 34 статті Конституції України. Саме розшифрування коду положень цієї норми Євроконвенції дає можливість зрозуміти роль ЗМІ як четвертої влади, як могутнього контролера всіх гілок влади. У статті, зокрема, зазначено, що:

1. Кожна людина має право на свободу виявлення поглядів. Це право включає свободу дотримуватися своїх поглядів, одержувати та поширювати інформацію та ідеї без втручання держави і незалежно від кордонів. Ця стаття не перешкоджає державам вимагати ліцензування радіомовлення, телебачення або кінопідприємств.

2. Здійснення цих свобод, оскільки воно пов'язане з правами та обов'язками, може бути предметом таких формальностей, умов, обмежень або покарання, які визначені законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку, з метою запобігання заворушенням або злочинам, для захисту здоров'я і моралі, репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя.

Виходячи з цих положень, законодавство України, що регулює інформаційну сферу, достатньо розвинуте. Проте окремі норми раніше ухвалених законів іноді втрачають свою актуальність і не завжди адекватно й повною мірою відповідають реаліям життя, що динамічно змінюється. Інформаційне законодавство потребує коригування. Адже одним з етапів побудови в Україні розвинутого інформаційного суспільства є вдосконалення інформаційного законодавства як його правового фундаменту, яке відповідало б вимогам політичного, соціально-економічного та культурного розвитку держави, нормам та стандартам міжнародного права, законодавству Європейського Союзу та Ради Європи. Це необхідно усвідомлювати сьогоднішній владі України, державним інститутам, які причетні до розвитку та функціонування національного інформаційного простору.

Йдеться передусім про вдосконалення законодавчої бази щодо засобів масової комунікації, подальший розвиток свободи слова та інформаційної діяльності, права на інформацію. У цьому напрямі, перш за все, потребує нагального уточнення та розробки з урахуванням всіх важливих чинників як політичних, економічних, так і медійних, Концепція національної інформаційної політики України (2002) та Концепція інформаційної безпеки України (2015). Саме вони повинні стати стратегічним документом інформаційної

галузі нашої держави. Ці документи повинні бути результатом пошуку оптимальної форми надзвичайно складних інформаційних відносин між громадянами, суспільством і державою, які стосуються сфери: ЗМІ, новітніх інформаційних технологій, видавничої, музейної, архівної, бібліотечної справ, кінематографії, рекламної, виставкової та науково-просвітницької діяльності, інформаційної безпеки тощо.

Особливо це важливо усвідомлювати й своєчасно реагувати відповідним державним інституціям у зв'язку з сучасними викликами та загрозами, серед яких – проведення антитерористичної операції на сході нашої держави, анексія Кримського півострову, криза ліберальних демократій на Заході, терористична загроза з боку джихадистських угруповань, політичний вакуум, який може виникнути в разі виходу США зі світової системи безпеки тощо. Все це – актуальні виклики сьогодення, які стосуються як внутрішньої, так і зовнішньої політики нашої держави, її місця в геополітичному світовому просторі та трансформації інформаційного потоку.

Чітке розуміння та напрацювання сьогоднішньою владою стратегії та тактики держави в цих складних геополітичних процесах, позначення орієнтирів подальшого становлення вітчизняного інформаційного простору має бути стратегічним планом розвитку української інформаційної сфери, який визначав би основні напрями, засади та принципи національної інформаційної політики та механізм її реалізації. В основі такої політики – створення умов для розбудови в Україні розвинутого інформаційного суспільства як органічного сегмента глобального інформаційного співтовариства, забезпечення розвитку інформаційного простору, модернізація інформаційної інфраструктури, інформаційних і телекомунікаційних технологій, ефективне формування та використання національних інформаційних ресурсів, окреслення пріоритетів розвитку інформаційної сфери.

Реалізація національних інформаційних пріоритетів буде одним із головних чинників забезпечення свободи слова в країні, зростання ролі засобів масової інформації у сфері соціально-культурного розвитку держави, створення передумов побудови громадянського демократичного суспільства. Їх функціонування стимулюватиме подальший розвиток конституційно-правових норм з урахуванням європейських стандартів і безумовно покращить в цілому рівень демократії в Україні, який за останній час значно понизився.

На підтримку та розвиток свободи слова і доступу ЗМІ до інформації був спрямований також Указ Президента України «Про національну стратегію у сфері прав людини» (2015). Вона була





затверджена з метою вдосконалення діяльності щодо утвердження та забезпечення прав і свобод людини і громадянина в Україні. Відповідно до цієї стратегічної мети був розроблений План дій щодо реалізації документа на період до 2020 р. із залученням представників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, провідних вітчизняних учених і міжнародних експертів. Затвердження Національної стратегії було зумовлено необхідністю вдосконалення діяльності держави щодо утвердження та забезпечення прав і свобод людини, створення дієвого механізму захисту в Україні прав і свобод людини, вирішення системних проблем у зазначеній сфері.

Документ зосереджено на вирішенні основних системних проблем у сфері захисту прав і свобод людини та нових викликах суспільства, але не вичерпує повністю проблематику в зазначеній сфері. Вдосконалення системи захисту прав і свобод людини повинно здійснюватися з урахуванням як вітчизняного досвіду, так і напрацьованих та апробованих міжнародною спільнотою засад і принципів.

Для цього відповідно до Стратегії використовується досвід Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, правозахисних організацій України, Організації Об'єднаних Націй, Ради Європи, Організації з безпеки і співробітництва в Європі, інших міжнародних організацій, а також практика Європейського суду з прав людини. У співпраці з іншими державами Україна застосовує підхід, заснований на правах і свободах людини, і розвиває двосторонні відносини з урахуванням міжнародних зобов'язань у зазначеній сфері. Метою реалізації Стратегії є забезпечення пріоритетності прав і свобод людини як визначального чинника під час визначення державної політики, прийняття рішень органами державної влади та органами місцевого самоврядування. Результатом виконання Стратегії має стати запровадження системного підходу до виконання завдань та забезпечення узгодженості дій органів державної влади та органів місцевого самоврядування у сфері прав і свобод людини, створення в Україні ефективного (доступного, зрозумілого, передбачуваного) механізму реалізації та захисту прав і свобод людини.

Важливе значення в цьому контексті надається забезпеченню свободи думки і слова, вираженню поглядів і переконань, доступу до інформації та вільного розвитку особистості. Зазначалося, що в Україні зменшено втручання держави у професійну діяльність журналістів, унормовано питання створення Суспільного телебачення і радіомовлення України та базові

стандарты прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації, визначено нові засади функціонування системи вищої освіти, що ґрунтується на принципах автономії вищих навчальних закладів та академічній свободі учасників освітнього процесу.

Водночас існують проблеми, які залишаються неврегульованими. Серед таких проблем найактуальнішими є надмірне державне регулювання інформаційних відносин; неналежний рівень захисту журналістів; державна пропаганда та обмеження на публічні висловлювання з окремих питань; вплив власників засобів масової інформації на формування редакційної політики; неналежна практика реалізації законодавства у сфері доступу до інформації; відсутність гарантованого доступу кожного до інформаційних ресурсів, зокрема до мережі інтернет.

Відповідно до цих викликів, проголошується стратегічна мета – забезпечення вільного обміну інформацією та свободи вираження поглядів і переконань, розбудова належного функціонування суспільного мовлення, дотримання принципів ідеологічної багатоманітності, впровадження інформаційної політики захисту і протидії інформаційній війні, недопущення мови ворожнечі, забезпечення свободи діяльності засобів масової інформації, що включає, зокрема, свободу редакційної політики, прозорість інформації стосовно власності і джерел фінансування засобів масової інформації, захист професійної діяльності та безпеку журналістів, реформування друкованих засобів масової інформації державної та комунальної форм власності, обмеження до необхідного мінімуму державного регулювання діяльності засобів масової інформації, розмежування діяльності офіційних друкованих видань державних органів, органів місцевого самоврядування та інших засобів масової інформації.

Реалізація цих напрямів у державі дасть можливість гарантувати право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Обмеження цих прав встановлюються виключно законом і є необхідними в демократичному суспільстві для забезпечення інтересів національної безпеки, територіальної цілісності, громадського порядку, запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету й неупередженості правосуддя.

Крім внутрішньозаконодавчого втілення норм свободи ЗМІ, її міжнародного закріплення, для забезпечення свободи масової інформації принципово важливо, щоб законність актів державної адміністрації була у сфері контролю незалежних





судів. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» був одним з перших нормативних актів епохи кардинальної реконструкції вітчизняної правової системи, в якому саме суд став кінцевою ланкою практично всіх юридичних алгоритмів, що тут використовуються. Про це йдеться, зокрема, у статті 18 «Припинення випуску друкованого засобу масової інформації», статті 19 «Порядок оскарження відмови в державній реєстрації друкованого засобу масової інформації або рішення про припинення його випуску», статті 37 «Спростування інформації», а також у статті 30 «Відмова у видачі ліцензії на мовлення», статті 47 «Дозвіл на право використання програм чи передач інших телерадіоорганізацій», статті 63 «Неприпустимість перекручення інформації», статті 65 «Право на відповідь» Закону України «Про телебачення і радіомовлення».

Проте сучасні засоби масової інформації, попри норми вітчизняного та міжнародного законодавства, мають певні проблеми, пов'язані з реальним втіленням свободи журналістської діяльності та правом на інформацію.

Вони зводяться до неналежного забезпечення основних прав і свобод людини й громадянина на отримання повної, неупередженої інформації та забезпечення права журналіста на вільне, без зовнішнього тиску виконання професійних обов'язків. Тож засоби масової інформації втрачають належні їм у демократичному суспільстві функції посередника між владою та суспільством, перетворюються на знаряддя політичного впливу та маніпулювання. На такому стані речей в Україні неодноразово наголошують і у своїх щорічних звітах міжнародні правозахисні організації – «Репортери без кордонів», Комітет захисту журналістів, Дім свободи та ін., а також Парламентська асамблея Ради Європи, ЮНЕСКО, ОБСЄ тощо.

Зважаючи на наявні реалії, а також враховуючи воєнні дії на сході нашої держави, розв'язані російським агресором, інші загрози та виклики, які постали перед нашою державою та країнами світу, Верховна Рада України за останній період вжила певних заходів щодо зміцнення та реального утвердження свободи слова в державі. Серед них, зокрема, зміни до Закону України «Про телебачення і радіомовлення України» (2016), Закону України «Про доступ до публічної інформації» (2016), Кримінального кодексу України (2016), а також ухвалила кілька нових документів. Серед них – Закони України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» (2014), «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації, а також

реалізації принципів державної політики в сфері телебачення і радіомовлення» (2015), «Про реформування державних та комунальних засобів масової інформації України» (2015), «Про систему інформовлення в Україні» (2016) та ін. Це може сприяти подальшим демократичним процесам у цій царині діяльності нашої держави. Про це, зокрема, підкреслювалося на міжнародних конференціях ОБСЄ з питань свободи медіа і свободи висловлювання (27-28 жовтня, 2016), «Безпека журналістів в Україні. Припинення безкарності» (6 листопада 2016), а також в резолюції Європарламенту щодо протидії російській пропаганді, ухваленій в листопаді 2016 р. Основний мотив важливих рішень цих форумів – пошуки європейськими країнами дієвих форм стратегічної комунікації щодо сучасних викликів у масмедійному середовищі, надійний захист журналістів під час виконання ними службових обов'язків, подальше утвердження права на інформацію тощо.

**Висновки.** Аналізуючи сучасні проблеми та ситуацію, що склалася у сфері діяльності засобів масової інформації, їх роль і місце у взаємовідносинах між владою та суспільством, можна констатувати відсутність достатніх, зокрема й законодавчих, умов для виконання ЗМІ функцій інформування, громадської критики й контролю, а також налагодження процесу комунікації між усіма складовими частинами суспільства; відсутність умов для економічної незалежності ЗМІ. Таке неконституційне управління інформаційним простором органами державної влади є основними передумовами обмеження конституційних прав громадян на свободу думки і слова, на вільне вираження поглядів і переконань та застосування в системі українських засобів масової інформації прямої чи прихованої цензури, хоч це беззастережно заборонено Конституцією України та інформаційним законодавством. Подібні небажані процеси негативно позначаються на рівні довіри вітчизняної аудиторії до ЗМІ.

На цей час не вирішено ще багато проблем, пов'язаних зі свободою доступу до інформації журналістів, із правовою охороною особистої таємниці в ЗМІ, захистом громадянина і суспільства від помилкової і несумлінної інформації, що поширюється ЗМІ.

З метою розвитку свободи слова, недопущення будь-яких проявів цензури необхідно забезпечити подальші законодавчі умови для роздержавлення ЗМІ відповідно до Закону України «Про реформування державних та комунальних ЗМІ», продовжити створення Суспільного телерадіомовлення, передбачаючи, як того вимагає Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», його політичну, економічну





та творчу незалежність; доповнити існуючі нормативні акти щодо цієї структури додатковими документами, які стосувалися б механізмів відповідальності журналістів і керівництва Суспільного телерадіомовлення за порушення норм журналістської етики; переглянути форми регулювання відносин ЗМІ та влади в частині висвітлення діяльності останньої шляхом переходу на виключно договірні засади з використанням державного замовлення; унормувати механізм відповідальності за порушення законодавства про доступ до інформації; забезпечити прозорість економічних відносин в інформаційній сфері; вдосконалити механізми регулювання трудових відносин між власниками ЗМІ та журналістами, зокрема шляхом застосування під час працевлаштування журналістів виключно трудових угод та контрактів з метою гарантування їх соціальних та професійних прав.

Реалізація цих та інших демократичних принципів розвитку держави, її ринку, масмедійного простору, аудиторії, дасть можливість уникнути в суспільстві політичної цензури, повною мірою забезпечити свободу слова, плюралізм думок, право на інформацію.

#### Список літератури

1. *Іванов В. Ф.* Законодавство і журналістика: становлення правової бази в Україні і світовий досвід. Київ : Школяр, 1997. 32 с.
2. *Чиж І. С., Іванов В.Ф.* Законодавче регулювання діяльності комп'ютерних мас-медіа. Київ : Парламентське вид-во, 1999. 16 с.
3. *Конституція України.* Київ : ВР України, 1996.
4. *Найчастіше* українці скаржаться до ЄСПЛ на невиконання рішень судів URL : [http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/\(documents\)/BB5453638D60C0F8C22580B900478ACB?OpenDocument&year=2017&month=01&](http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/BB5453638D60C0F8C22580B900478ACB?OpenDocument&year=2017&month=01&) (дата звернення 17.06.17).
5. *Україна* лідує за кількістю позовів у Євросуді з прав людини URL : <https://tsn.ua/politika/ukrayina-lidiruye-za-kilkisty-pozoviv-u-yespl-580088.html> (дата звернення 17.06.17).
6. *Більшість* позовів до Європейського суду з прав людини була проти України URL: <https://ua.112.ua/polityka/bilshist-pozoviv-do-yevropeiskoho-sudu-z-prav-liudyny-bula-proty-ukrainy-367741.html> (дата звернення 17.06.17).
7. *Україна* посіла 4-те місце з невиконання системних рішень ЄСПЛ // Європейська правда. URL : <http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/03/30/7047043/> (дата звернення 17.06.17).
8. *Чугуєвська М.* Виконання Україною рішень Європейського суду з прав людини: проблемні аспекти // Віче. 2013. №2. URL : <http://veche.kiev.ua/journal/3895/> (дата звернення 17.06.17).
9. *Індекс* корупції CPI-2016 // Transparency International Ukraine URL: <https://ti-ukraine.org/research/index-koruptsiyi-cpi-2016/> (дата звернення 17.06.17).

10. *Україна* в мировому рейтингу верховенства права скатилась на 78 місце // URL : [http://ua24ua.net/ukraina\\_v\\_mirovom\\_reytinge\\_verhovenstva\\_prava\\_skatilas\\_na\\_78\\_mesto/](http://ua24ua.net/ukraina_v_mirovom_reytinge_verhovenstva_prava_skatilas_na_78_mesto/) (дата звернення 17.06.17).

11. *Європейська* конвенція з прав людини URL : [https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiP\\_-S9qfrXAhVHCZoKHWOLBxIQFgggUAE&url=http%3A%2F%2Fwww.echr.coe.int%2FDocuments%2FConvention\\_UKR.pdf&usg=AOvVaw0XmWzfn36F8dNtQvBaZEBr](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiP_-S9qfrXAhVHCZoKHWOLBxIQFgggUAE&url=http%3A%2F%2Fwww.echr.coe.int%2FDocuments%2FConvention_UKR.pdf&usg=AOvVaw0XmWzfn36F8dNtQvBaZEBr) (дата звернення 17.06.17).

#### References

1. *Valeriy Ivanov*, 1997, *Legislation and Journalism: Legislative Base Establishment in Ukraine and World Experience*, Kyiv, Shkolyar, 32 p.
2. *Stanislav Chizh*, 1999, *Legislative Regulation of Computer Mass Media Activities*, Kyiv, Parlamentske Vydavnytstvo, 16 p.
3. *The Constitution of Ukraine*, 1996, Kyiv, Verkhovna Rada Ukrayiny.
4. *Supreme Court of Ukraine* (2017), "Ukrainians turn often to the European Court of Human Rights for non-compliance with court decisions", available at: [http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/\(documents\)/BB5453638D60C0F8C22580B900478ACB?OpenDocument&year=2017&month=01&](http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/BB5453638D60C0F8C22580B900478ACB?OpenDocument&year=2017&month=01&) (accessed 17.06.17).
5. *TSN.ua* (2017), "Ukraine is at the top of the countries for a number of lawsuits to the European Court of Human Rights", available at: <https://tsn.ua/politika/ukrayina-lidiruye-za-kilkisty-pozoviv-u-yespl-580088.html> (accessed 17.06.17).
6. *112.ua* (2017), "The majority of lawsuits in the European Court of Human Rights was against Ukraine", available at: <https://ua.112.ua/polityka/bilshist-pozoviv-do-yevropeiskoho-sudu-z-prav-liudyny-bula-proty-ukrainy-367741.html> (accessed 17.06.17).
7. *Yevropeiska Pravda* (2016), "Ukraine is fourth in non-compliance with decisions of the European Court of Human Rights", available at: <http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/03/30/7047043/> (accessed 17.06.17).
8. *Chuhuievska, M.* (2013), "Ukraine's compliance with decisions of the European Court of Human Rights: problem aspects", *Viche [Popular Assembly]*, no.2, available at : <http://veche.kiev.ua/journal/3895/> (accessed 17.06.17).
9. *Transparency International Ukraine* (2016), "Corruption index CPI-2016", available at: <https://ti-ukraine.org/research/index-koruptsiyi-cpi-2016/> (accessed 17.06.17).
10. *ua24ua.net* (2017), "Ukraine's slid to the 78th place in the world ranking of rule of law", available at: [http://ua24ua.net/ukraina\\_v\\_mirovom\\_reytinge\\_verhovenstva\\_prava\\_skatilas\\_na\\_78\\_mesto/](http://ua24ua.net/ukraina_v_mirovom_reytinge_verhovenstva_prava_skatilas_na_78_mesto/) (accessed 17.06.17).
11. *European Convention on Human Rights* (2010), available at: [https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiP\\_-S9qfrXAhVHCZoKHWOLBxIQFgggUAE&url=http%3A%2F%2Fwww.echr.coe.int%2FDocuments%2FConvention\\_UKR.pdf&usg=AOvVaw0XmWzfn36F8dNtQvBaZEBr](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiP_-S9qfrXAhVHCZoKHWOLBxIQFgggUAE&url=http%3A%2F%2Fwww.echr.coe.int%2FDocuments%2FConvention_UKR.pdf&usg=AOvVaw0XmWzfn36F8dNtQvBaZEBr) (accessed 17.06.17).





**Приступенко Т. О.**

**Состояние законодательного регулирования отечественных СМИ в условиях новейшей истории Украины**

Современный этап развития Украины характеризуется возрастающей ролью информационной сферы, которая является одним из определяющих факторов успешного политического развития в нашем государстве. Правовые отношения в информационной сфере регулируются национальной системой законов и подзаконных актов. Действующее информационное законодательство Украины создает возможности выбора информации, условия для повышения информационной безопасности государства.

В статье использованы такие научные методы, как мониторинг, анализ, сравнение, исторический, с помощью которых были определены позитивные и негативные аспекты правовой регламентации деятельности СМИ в Украине.

Проанализировано информационное законодательство Украины, рассмотрены проблемы определения нормативно-правового статуса и регулирования деятельности украинских средств массовой информации, его анализ и выявление основных тенденций и путей совершенствования конституционно-правовой регламентации. С учетом современных политических условий проанализированы актуальные вопросы функционирования масс-медийного пространства Украины; установлено, что украинское законодательство по регулированию деятельности СМИ в целом коррелирует с нормативно-правовыми базами ЕС, Совета Европы, ООН и соответствует стандартам и принципам этих организаций в указанной области.

**Ключевые слова:** правовая культура; нормативные документы; масс-медиа; регулирования журналистской деятельности.

---





Астапцева Х. А.,  
асп. кафедри медіакомунікацій  
Української академії друкарства

Astaptseva Khystyna,  
PhD Student  
of the Department of Media Communications  
Ukrainian Academy of Printing

УДК 070-051(092) Кононенко (477)»1900/1943»(045)

## **Становлення Харитини Кононенко як журналістки та редакторки жіночої преси**

### **Formation of Kharytyna Kononenko, as a Journalist and Women's Press Editor**

Мета дослідження – з'ясувати невідомі до нині широкому загалу факти з біографії журналістки, редакторки, модного критика – Харитини Кононенко. Методи дослідження: бібліографічно-описовий аналіз (для дослідження наукових праць про Харитину Кононенко), аналітичний (для оцінки достовірних фактів про журналістку), індуктивний та дедуктивний (для визначення достовірної інформації на основі отриманих даних), системно-хронологічний (для структуризації всіх фактів, подій і явищ у послідовному часовому зв'язку). Із спеціальних методів було обрано біографічний для дослідження листування Харитини Кононенко із Лідією Бурачинською, спогадів сучасників Харитини та дослідження її творчого спадку.

Відтворено основні віхи біографії Харитини Кононенко від народження до зайняття посади редакторки «Жіночої сторінки» у газеті «Діло» в 1936 р. Спростовано міфи її біографії, поширювані сучасними дослідниками, а саме: належність Х. Кононенко до родини Мусія Кононенка та подружній зв'язок із Євгеном Кононком. Введено в обіг новий фактичний матеріал, що ґрунтується на аналізі листування Х. Кононенко та Лідії Бурачинської (головної редакторки жіночого часопису «Нова хата»). Проаналізовано умови формування особистості Х. Кононенко як журналістки і редакторки жіночої преси, а також критика та оглядачки моди, і як наслідок, сформовано алгоритм її творчої діяльності та виокремлено головні причини успіху на журналістській ниві. Таким чином, ім'я Харитини Кононенко вписано у історію української fashion-журналістики.

**Ключові слова:** Харитина Кононенко; Валерія О'Коннор-Вілінська; Лідія Бурачинська; Мусій Кононенко; Євген Кононенко; «Союз Українок».

The main objective of the paper is to find out interesting biography facts about journalist, editor, fashion critic, public figure Kharytyna Kononenko that the general public doesn't know about. The methods of research that were used are: a bibliographic-descriptive analysis (for the study of scholarly literature about Kharytyna Kononenko); the analytical one (for evaluating the reliability of information about a journalist); the inductive and deductive (to determine the correct information based on the data that have been obtained); the system-chronological one (for structuring all facts, events and phenomena in a consistent temporal relation). From variety of special methods, there was chosen a biographical one to study the correspondence of Kharytyna Kononenko with Lidiia Burachynska, the memoirs of the contemporaries of Kharytyna and the investigation of her creative legacy. Findings and conclusions. There have been described the Kharytyna's Kononenko main life history milestones from the birth to the position of the editor of the «Zhinocha storinka» («Women's Page») in the newspaper «Dilo» («The Deed»), in 1936. There have been debunked the myths of her biography, spread by confused modern researchers, namely, her belonging to the family of Musii Kononenko and the marriage relationship with Yevhen Konenko. A new factual material based on the analysis of the correspondence between Kharytyna Kononenko and Lidiia Burachynska (the editor-in-chief of the women's magazine «Nova khata» («New Home»)) was put into circulation. The personality development conditions of Kononenko as a journalist and editor of the women's press, as well as a fashion-critic and fashion-observer were analyzed, and as a result, it was formed an algorithm for her creative activity and the main reasons for her success in the journalistic field were highlighted. Thus, the name of Kharytyna Kononenko is included in the Ukrainian fashion-journalism history.

**Keywords:** Kharytyna Kononenko; Valeriia O'Connor-Vilinska; Lidiia Burachynska; Musii Kononenko; Yevhen Konenko; «Soiuz Ukrainok».





**В**ступ. Поняття модної журналістики лише починає вкорінюватися в сучасній науці. Назріває потреба досліджувати це явище в контексті української історії, адже сучасне суспільство прагне отримувати більше інформації про події у світі моди і її розвиток.

Заглиблюючись у генезис модної журналістики, бачимо, що вона зародилась у другій половині XIX ст. у Львові. Саме тут почали творити перші українські модні оглядачі. Імена багатьох із них донині залишаються маловідомими або й узагалі забутими, а творчість і професійна діяльність потребують ретельного вивчення.

Серед таких особистостей варто згадати ім'я Харитини Кононенко – відомої широкому загалу насамперед своєю самовідданою співпрацею з ОУН та УПА, за яку була закатована гестапівцями під час Другої світової війни. Але є й невідома сторінка в житті Харитини, а саме: її діяльність у газеті «Діло» упродовж 1936–1939 рр. на посадах редакторки та журналістки «Жіночої сторінки».

У той час Харитина виявила себе як фаховий модний критик і оглядачка, а тому постає закономірне запитання: яким був її життєвий шлях, і що спонукало цю непересічну жінку протягом чотирьох років бути вірною порадицею у питаннях моди для львівських панночок?

Аналіз умов формування особистості журналіста та редактора дає можливість зрозуміти алгоритм його творчої діяльності та виокремити головні причини успіху на творчій ниві. У статті намагатимемось відтворити основні віхи біографії Харитини Кононенко від народження до зайняття посади редакторки в газеті «Діло» в 1936 р.

**Теоретичне підґрунтя.** З огляду на кількість інформаційних матеріалів про Харитину Кононенко, можна говорити про первинні й вторинні джерела. Шляхом диференціації було відібрано лише первинні джерела, адже в них міститься найдостовірніша інформація. А неправдиві відомості із вторинних джерел спробуємо спростувати в статті.

Харитина Кононенко, або як її ще називали пані Доктор, була людиною дуже скромної вдачі і не любила вдаватися у подробиці особистого життя. Про віхи біографії Харитини дізнаємося з різних джерел: переважно це спогади її сучасників – культурних діячів та борців за волю і незалежність України (С. Степанюк, У. Самчука, о. Прот. П. Білона, Л. Луціва, Н. Когуської, В. Проходи, П. Талана), а також листування із Людмилою Старицькою-Черняхівською та Лідією Бурачинською.

Під час дослідження спогадів сучасників Харитини, виникає проблема визначення точних дат, коли відбувалися головні події у її житті.

Це пов'язано з тим, що спогади були написані з пам'яті людей, яким Харитина довірилась в особистій розмові. А як відомо, кожен, переповідаючи історію, додає щось своє.

Чимало заміток про життя й діяльність пані Кононенко надібуємо і у часописах «Жіноча доля», «Наше життя», газетах «Свобода» і «Новий час».

Із біографічних досліджень, присвячених повністю чи дотично Харитині Кононенко, можемо виокремити праці І. Нагорної, Д. Юсипа, В. Передирій, С. Наріжного, Ю. Хорунжого. Об'єднавчою рисою цих матеріалів є те, що в жодному з них не висвітлено редакторсько-журналістський етап у житті Харитини Кононенко, який насправді, на нашу думку, є одним із найплідніших у її творчості.

**Методи дослідження.** Серед загальнонаукових методів було застосовано бібліографічно описовий (для дослідження наукових праць про Харитину Кононенко), аналітичний (для оцінювання достовірних фактів), індуктивний та дедуктивний (для визначення достовірної інформації на основі отриманих даних), системно-хронологічний (для структуризації всіх фактів, подій і явищ в послідовному часовому зв'язку).

Із спеціальних методів було обрано біографічний для дослідження листування Харитини Кононенко із Лідією Бурачинською, спогадів сучасників Харитини та дослідження її творчого спадку.

**Результати дослідження.** Зі спогадів Симона Наріжного дізнаємося, що Харитина Кононенко народилася 18 жовтня 1900 р. в селі Миколаївка Кременчуцького повіту на Полтавщині [1, с. 155]. Лідія Бурачинська пише, що батьки Харити були поміщиками і рано пішли з життя [2, с. 4]. У деяких джерелах, на кшталт енциклопедії «Україна: історія великого народу» [3] чи «Вікіпедії – вільної енциклопедії» [4] тощо, зазначено, що батьком Харитини був поет і прозаїк Мусій Степанович Кононенко. Таке твердження, на нашу думку, є хибним. Спробуємо це обґрунтувати. У своїх «Спогадах» Мусій Степанович розповідає про заручини із Тетяною Іванівною Сафоновною з Воронежа [5, с. 121]. Якщо припустити, що Харитина була донькою Мусія Кононенка, то Тетяна Сафонова доводилась би їй матір'ю. У жодному з друкованих джерел, присвячених біографії Харитини Кононенко, немає підтвердження цього факту.

Дослідниця творчості Мусія Кононенка – Алла Діба, зазначає, що у шлюбі з Тетяною Сафоновною (помилково називаючи її Таїсією Сафроною) у поета народилося двоє синів – Юрій (1906 р. н.) та Всеволод (1911 р. н.) [6, с. 184].

Також дослідник Віктор Ревегук у статті





«Українське національно-патріотичне підпілля на Полтавщині (1941–1945 рр.)», посилаючись на спогади Миколи Мартинюка, зазначає, що в Мусія Кононенка була ще й донька Олександра Потапенко, яка мешкала у Львові: «...Господарка квартири була донькою відомого полтавського поета Мусія Кононенка і дружиною Митрофана Потапенка – працівника споживчої кооперації, репресованого 1937 року. Будучи членом ОУН (б), О. Потапенко працювала в Полтавській управі Українського Червоного Хреста» [7, с. 134].

Достеменно невідомо, чи справді Олександра Потапенко була донькою Мусія Кононенка, адже старший син Мусія Степановича – Юрій у 1980 р. опублікував короткі мемуари про батька [8, с. 183], де жодним словом не промовився про Олександру. Інший факт, що свідчить проти кривого зв'язку між Харитиною та її «батьком» Мусієм Степановичем – дата смерті останнього. Мусій Кононенко помер 11 червня 1922 р. на 58 році життя від туберкульозу у м. Нові Санжари [9, с. 214]. На той час Харитині було уже 22 роки, а як відомо, її ще підлітком забрала до себе на виховання тітка Валерія О'Коннор-Вілінська. Якщо б Мусій Кононенко справді був батьком Харитини Кононенки, їй не довелося б у ранньому віці покидати батьківський дім.

Крім того, Харитина Кононенка, як і її рідна тітка, народилась у селі Миколаївка Кременчуцького повіту на Полтавщині. Батько Валерії О'Коннор-Вілінської був багатим дідичем ірландського походження, а мати належала до роду Лисенків [10, с. 3]. Отже, зі всього видно, що Харитина була знатного походження, а Мусій Кононенко, на противагу їй, народився у сім'ї колишніх кріпаків поміщика Миколи Андрійовича Маркевича в селі Турівці Прилуцького повіту Полтавської губернії [5, с. 20]. Тому спроби поріднити Харитину Кононенку та Мусія Кононенку тільки через суголосність прізвищ є безпідставними.

Натомість у другому номері «Бюлетня Українського технічно-господарського інституту» за 1980 р. надбуємо про неї ще один міф: «Кононенко Харитя. Инж. економіст, народжена 18 жовтня 1890 року, Миколаїв, Полтавщина. Абсолютка УГА 1930 р. Заміжня за д-р ветеринарії Кононенком, який працював при Районній Молочарні в Белзі, як вет.лікар» [11, с.10].

У цій замітці не лише помилково зазначено рік народження Хариті як 1890-й (замість 1900-го), але й зазначено, що Харитина заміжня за доктором ветеринарії Кононенком. Маємо підстави вважати, що ця інформація є не достовірною. На користь нашого припущення свідчить той факт, що в бібліографічному довіднику «Українське видавництво у Кракові-Львові, 1939–1945»,

автором якого є науковець Л. Головата, знаходимо відомості про ветеринарного лікаря Євгена Кононенка, який опублікував в ілюстрованому календарі «Сільського господаря» за 1941 р. дві статті: «Кольки в коней» та «Чого вимагають стручкові рослини» [12, с. 186].

Очевидно, що співзвучність прізвищ «Коненко» та «Кононенко» стала причиною помилкового припущення, що Харитина Кононенка та Євген Кононенко могли бути подружжям.

Про доктора ветеринарії Євгена Кононенка в спеціалізованій історичній літературі збереглося вкрай мало відомостей. Зокрема, дослідник Української молочарської кооперації Осип Мазурок згадує, що справді в Белзі при Районній Молочарні працював деякий д-р ветеринарії Євген Кононенко (автор також подає неправильне написання прізвища, що спричинило потім фіктивний зв'язок із Харитиною), якому поручали абсолювентів Жовківської гімназії для проходження практики. За свідченнями дослідника, в 1936 р. Євген Кононенко зайняв посаду заступника голови ради філії «Сільського господаря», а також працював службовиком районної молочарні. Відомо, що Євген Кононенко залишався та працював у Белзі і після більшовицької окупації Галичини в 1939 р. аж до смерті внаслідок зараження від худоби в 1944 р. [13, с. 293].

Єдине, що на нашу думку споріднює Харитину Кононенку з Євгеном Кононенком, так це те, що вони обоє працювали для «Сільського господаря», тільки вона – в Ужгороді, а Євген – у Белзі.

Після смерті батьків чотирирічну Харитину забрала на виховання її тітка, відома письменниця, перекладачка, голова літературно-видавничого відділу в Міністерстві освіти УНР – Валерія Олександрівна О'Коннор-Вілінська. Їй пощастило стати дружиною небожа М. Марка-Вовчка [10, с. 3], одного із засновників Української Центральної Ради, інженера, професора Подєбрядської Господарської Академії, Олександра Валер'яновича Вілінського [14, с. 171–174].

Дитинство Хариті минуло в Миколаївці. У невеликому біленькому будиночку О'Коннорів, що стояв край села на зеленому узгір'ї, збиралися письменники, художники, артисти, вчені. Валерія О'Коннор-Вілінська любила товариське життя. Її найближчі – Лисенки, Старицькі, Черняхівська, Русова, Садовський та інші – були майже щоденними гістьми у домі. Отож, Харитина ніколи не почувалася сиротою. Вона була улюбленицею всіх, хто приїздив до родини Вілінських [15, с. 122].

У 1907 р. родина Вілінських повертається до Києва, де Валерія О'Коннор-Вілінська починає співпрацювати у Літературно-Науковому





Віснику, а згодом стає співредактором журналу «Сяйво» [10, с. 3].

Юність Харитини Кононенко минула в Києві. Отець Петро Білон згадує: «Висока культура Києва, доповнена в тім домі його достатком, ткала світлу мережу молодих літ Хариті Кононенко. Про ці дні «дома», про особи свого дозвілля оповідала вона барвно, живо та з великим запалом, питомим нашим друзям з Великої України» [16, с. 48].

Під час української національної революції Харитязакінчиланавідміннокиївськуукраїнську гімназію імені Кирило-Мефодіївського братства [14, с. 177].

Гімназійною товаришкою і водночас найкращою подругою Хариті була донька Людмили Старицької-Черняхівської – Вероніка, яка згодом стала талановитою поетесою та перекладачкою творів Джека Лондона, Чарльза Діккенса, Емілі Золя, Віктора Гюго.

У Києві, в колі своїх друзів, міцніла воля Харитини служити в майбутньому Україні. І коли настали дні визвольної боротьби, більшість цих друзів стали в обороні України і загинули в бою під Крутами [16, с. 48].

У бою під Крутами загинув також і коханий Хариті, з яким вона познайомилась, ще навчаючись у гімназії. На нашу думку, саме про кохання до нього так ніжно і романтично вона розповіла у своєму невеликому оповіданні «Вітер»: «У просторій гарно прибраній кімнаті тепло і привітно. На широкій канапі сидять двоє. Русява дівчина з ногами вмостила на канапі і тоне в м'яких різнобарвних подушках – з-під одної виглядає кінчик блискучого маленького черевичка. Руки закинула за голову і з мрійливою усмішкою слухає свого молодого сусіда. Сірі оченята блукають-блукають навкруги, а все вертаються до любого гарного обличчя, спиняються на гордих свіжих устах, на високому ясному чолі, на кучерявім волоссю і нараз зустрічаються з поглядом карих очей і тонуть в їх глибині...» [17, арк. 36].

Після вимушеного відходу уряду УНР з Києва і України у 1918 р. Харитина разом із дядьком та тіткою тимчасово переїжджають до Швейцарії, де Олександр Вілінський виконує обов'язки генерального консула України, а після ліквідації посольства родина перебирається до Відня. Починається несолодке емігрантське життя. У столиці Австрії Валерія О'Коннор-Вілінська співпрацює з журналом «Воля», а у видавництвах «Земля» і «Чайка» друкує оригінальні етнографічні замальовки і переклади поезій з французької [14, с. 172].

У 1922 р. подружжя Вілінських на правах політичних емігрантів оселяється в Чехосло-

ваччині, у курортному містечку Подебради. Завдяки політиці чеського президента Томаша Масарика вихідці з України мали національні вищі навчальні заклади; чеське Міністерство фінансів підтримувало матеріально Український Вільний Університет, Високий Педагогічний інститут імені Михайла Драгоманова в Празі та Українську Господарську Академію в Подебрадах. В Академії Олександр Вілінський, працюючи на посаді доцента, а з 1925 р. професора машинознавства, читав лекції, пізніше був проктором вишу, а Валерія О'Коннор-Вілінська працювала в Термінологічній комісії, яку очолив Євген Чикаленко [14, с. 173].

У цій же академії, де викладав її дядько, пізніше здобула освіту й Харитя. Водночас вона навчалася гри на бандурі у відомій Школі педагога В. Ємця [18, с. 25].

Вищу освіту Харитина здобувала в еміграції. Вона розпочала правничі студії спершу у Відні в Українському вільному університеті (УВУ), а потім у Празі, куди восени 1921 р. було перенесено осідок УВУ, але перервала їх, бо дівчині усміхнулася можливість поїхати до Канади. У той час канадські фермери закликали емігрантську молодь осідати на землі [2, с. 4]. А Харитина мала намір вивчати в Канаді англійську мову та закінчити аспірантуру в Саскачеванському університеті [19, с. 25]. Отож, у 1924 р. вона виїхала до Канади до м. Саскатуну в Саскачевані, де включилася в українське громадське життя [20, с. 769].

По приїзді вона замешкала в Інституті ім. П. Могили, де влаштувалася працювати настоятелькою для дівчат. Українець-емігрант і радянський політ'язень 1940–1950 рр. Василь Прохода, який був знайомий з Харитиною Кононенко за часів перебування в еміграції, згадує, що в Саскатуні Харитина також була призначена вихователкою дочки єпископа о. Іоанна Теодоровича [14, с. 177].

Громадський рух у ті часи як в Україні, так і на еміграції був дуже активним, особливо жваву діяльність проявляла в Західній Україні жіноча організація Союз Українок з центральним проводом у Львові, а також Український Жіночий Союз у Чехії. Харитина Кононенко була однією з тих, що брали активну участь у жіночому русі в Європі [21, с. 25].

У Канаді Харитина самовіддано згуртовувала жіноцтво, за що її в 1924 р. обрано головою Т-ва ім. Ольги Кобилянської. А Симон Наріжний зазначав, що Харитина також «причинилася до повстання централі Союзу Українок Канади» [1, с. 302].

«Мене вражала та жадібність до дії, до людського спілкування, в полоні якого завжди





перебувала Харитина Кононенко, – згадує Олена Кисілевська. – Харитина уміла знайти шлях до розуміння з кожною людиною, якої б національності та віросповідання вона не була. В ній постійно жило зацікавлення до людей. Її серце горіло жаданням дарувати їм тільки добро, що приносило Харитині високу популярність і авторитет і найперш як патріотки-українки» [15, с. 130].

Загалом, першопочаткові плани в Канаді Харитині не вдалося зреалізувати. Перспектив здобути там повну вищу освіту в неї не було, зате Харитина знайшла чимало приятелів у Йорктоні та в Саскатуні [2, с. 4]. Там вона познайомилася й здружилася з такими діячками феміністичного руху, як Софія Лінфорс-Русова, Надія Суровцева, Ганна Чикаленко-Келлер, Олена Кисілевська [15, с. 130].

Восени 1925 р., по неповних двох роках у Канаді, Харитина повернулася до Чехословаччини [2, с. 4]. У Подєбрадах розпочала економічні студії в Українській Господарській Академії (УГА) і відновила студії права в Українському вільному університеті (ВВУ).

У 1928 р. Харитина Кононенко стає першою українкою, що завершила навчання на правничому факультеті Українського вільного університету й здобула титул «доктор прав». Ця, без перебільшення, визначна подія була висвітлена в замітці «Перша українка – доктором прав» часопису «Жіноча доля»: «Редакція «Ж.Д.» одержала відомості про закінчення першою українкою правничого факультету в Українському Університеті в Празі з одержанням титула – «доктора прав».

Тою піонеркою в цій галузі є панна Харита Кононенко, відома вже на еміграції, як в Чехах, та і в Канаді, головним чином своєю діяльністю на полі діточого життя, а також діяльною участю в жіночих організаціях» [21, с. 7].

У замітці також уперше згадується про журналістську діяльність Харитини Кононенко: «...Виступала вона і як письменниця в дівочих журналах на Підкарпатті і в Галичині, також уміщувала статті про жіночий рух та інше в канадській та європейській пресі» [21, с. 7].

У своїх спогадах о. Прот. Петро Білон наголошує, що Харитина мала виняткові здібності до науки: «...Її непересічні здібності звернули на себе увагу не лише професорів, але й старшого українського громадянства, що намовляли Х. Кононенко вступити ще й до дипломатичної школи у Празі, яка славилась тим, як одна з найкращих таких шкіл. Але за браком засобів до того Х. Кононенко не мала змоги виконати цього, хоч і з великим жалем. Бо в одному із своїх листів до мене вона писала: «У нас, на жаль, нема ще

ні одної людини, яка б таку школу скінчила, а брак у таких людях дошкульно відчувається» [16, с. 46].

Незадовго до того, як Харитина повинна була завершити навчання в Українській Господарській Академії (УГА), в 1928 р., не доживши до шістдесятирічного віку за трагічних обставин помирає Олександр Вілінський. Ця трагічна подія зламала внутрішній стрижень Валерії О'Коннор-Вілінської. Фактично, Олександр Валер'янович був єдиним годувальником сім'ї і після його смерті турботи про забезпечення засобами існування себе і тітки лягли на плечі Харитини [14, с. 177].

У листі до о. прот. Петра Білона Харитина описує свій напружений емоційний стан, пов'язаний із важкою втратою дядька: «...Умер не тільки мій вихователь й опікун моїх молодечих літ, – пише Харитя у своєму листі, – але людина без міри добра й чесна, людина, що без жалю віддавала своє особисте добро в ім'я загального добра; і ця людина вмерла в обороні правди, суспільної чести та загального добра. З цього Ви зрозумієте, якою болючою є для мене ця подія; що я втратила не лише дядька, але й громадянина та вчителя, від якого я маю свій світогляд, усі чесні засади життя!.. Після його смерті я залишаюсь з його дружиною, яку Ви знаєте як письменницю О'Коннор Вілінську. Її вже немолоді літа та теперішнє горе, вимагають постійного догляду та опіки» [16, с. 47].

А з листа Харитини Кононенко до Людмили Старицької-Черняхівської від 2 липня 1929 р. дізнаємося про скрутне і безнадійне становище дівчини і її тітки у Чехословаччині, а Харитя своєю чергою кидає світло і на тему своєї дипломної роботи в УГА: «Щодо мого майбутнього – то воно надзвичайно ще туманне. Роботи переді мною цього року дуже багато. Тема дипломної праці у мене дуже цікава: «Народні розваги і місцеве самоврядування». Мені доведеться писати і про театр, і про кіно, і про інше. [...] А що буде після закінчення науки, ще зовсім собі не уявляю. Мушу десь улаштуватися на роботу – але де і на яку? До Польщі тітусінька їхати не хоче, та й мене не дуже приваблює, але ж це чи не єдине, де можна улаштуватися на інтелектуальну роботу. На улаштування тут надій мало. У Франції можлива лише фізична праця» [14, с. 178–179].

Скрутне матеріальне становище Харитини і її тітки не покращилося і через рік. Харитина не змогла знайти постійної оплачуваної роботи в Чехії. Отець прот. Петро Білон так коментує цю ситуацію: «Диплом права, інженерський, з обсягу економіки й торгівлі, на чужій землі, в чужій державі дуже проблематичні фахи, і Харитя Кононенко не знайшла місця в Чехії для





його застосування» [16, с. 47].

У листі Харитини Кононенко до Людмили Старицької-Черняхівської, датованого жовтнем 1930 р., читаємо про реалії емігрантського життя: «...Я ще й досі не влаштувалася і надії на те влаштування мало. Тут у Чехії зараз велика робітничка криза, і своїх багато без роботи, тож нам, чужинцям, і поткнутися нікуди не можна – скрізь одна відповідь: «і своїх безробітних досить». [...] Виїхавши звідси, я може б і влаштувалася, але не хочу розлучатися з тітусею, а їй виїжджати не можна, бо тоді вона б утратила ту допомогу, що має тут» [14, с. 179].

У тому ж таки листі Харитина зазначає, коли і за яких обставин розпочалась її журналістська творчість: «З мене вирішили тут зробити журналістку. Кажуть, що у мене є до того здібності. Зобов'язали мене протягом цієї зими писати по чотири статті щомісяця до різних журналів. Дещо друкують. Оце була в одному з наших найбільших журналів моя стаття. Але, на жаль, майже вся ця робота безплатна. Воно приємно бачити свої річі в друку, але хотілося б, щоб та праця і оплачувалася, а тут перейшли ми тепер на американський спосіб – не оплачувати журналістичну роботу...» [14, с. 180].

У 1930 р. [11, с. 20] Харитина Кононенко завершує Економічно-кооперативний факультет Української Господарської Академії з фаховим титулом інженер-економіст [1, с. 155].

Цього ж року в житті Харитини трапляється ще одне горе. Її тітка – Валерія О'Коннор-Вілінська, не витримавши жорстокого еміграційного життя та розлуки із покійним коханим чоловіком закінчує життя самогубством.

Дмитро Антонович, син історика Володимира Антоновича, знаний свого часу політичний діяч, театро- і мистецтвознавець, так описує трагічну кончину: «Сама заподіяла собі смерть 19 грудня 1930 року, бо не пережила розлуки з чоловіком. [...] Вона була релігійною людиною, вірила в загробне життя і там сподівалася зустрічі з Олександром Валеріановичем. [...] Кинулася під потяг, що йде з Подебрад до Німбург, там є крематорій, а в нім зберігається до повороту на Україну попіл її любого чоловіка...» [14, с. 182].

Тепер Харитина залишилася круглою сиротою на чужині. Всю гіркоту цього періоду життя вона виливає у листах до Лідії Бурачинської – редакторки львівського жіночого часопису «Нова хата». Все листування між двома приятельками (1932–1934) зберігається у фонді № 327 ЦДІАЛ України. Вартує зазначити, що серед науковців на архів листів першою послалася В. Передирій у своєму анованому каталозі періодичних видань для жінок у Галичині [22 с. 74].

З листування стає зрозуміло, що після смерті

тітки, Харитина переїхала до Праги. А у серпні 1932 р. Лідія Бурачинська письмово запросила її працювати журналісткою часопису «Нова хата». Харитина, людина надзвичайно скромна і відповідальна, з великим трепетом взялась за цю справу. У листі за 8 вересня 1932 р. читаємо таке: «Дякую за миле запрошення до співробітництва в «Новій хаті». Не знаю, чи буду Вам корисною співробітницею, але попробую. Оце, як залагоджу всю кореспонденцію, що накопичилась за цей час постараюсь виконати і свою обіцянку, що до українського убрання. Начерк вже властиво маю, мушу лише виправити та переписати. Десь цими днями зроблю це і вишлю ту статтю Вам. Між іншим, хочу Вас запитати ще одну річ. Як Ви ставитесь до невеличких нарисів з красного письменства? Чи містите такі речі в «Новій Хаті»? У мене є трохи такого матеріялу вже готового, а де-що мається ще й в перспективі. Як Вам придадуться то можу вислати де-що, що на мою думку могло б надаватись для читачок «Нової Хати» [23, арк. 1].

Будучи емігранткою у Чехословаччині, Харитина не могла знайти стабільного місця роботи. Дівчина поклядала надії на переїзд у Францію, сподіваючись там знайти кращих умов для життя: «Не виключена також можливість, що я й сама перемандрую до Парижу. Я таки оту свою роботу покинула, як намірялась. Пошукування за новою працею тим часом безуспішні і як що і так далі продовжуватиметься, то послухаю декого із моїх паризьких приятелів і поїду до того прекрасного міста. Може там дійсно мені ліпше буде улаштуватись» [23, арк. 1].

До слова, Харитина, незважаючи на свою антипатію до перспективи перебраться на Підкарпаття, все ж таки подала туди «прохання на учительську посаду» [23, арк. 29].

У чужій країні дівчина почувала себе дуже пригніченою і самотньою. Про це свідчать ось такі уривки з її листів: «Мені живеться поганувато. Праці сталої знайти ніяк не можу і боюсь, що доведеться виїздити з Праги, а цього мені дуже не хочеться. Є багато ще не закінчених цікавих діл. Ну та треба буде робити так, як обставини складуться» [23, арк. 3]. «Вибачте, що довго не озивалась до Вас. Та Ви знаєте в якому я стані і який у мене може бути настрій. Часом не хочеться і на світ дивитись, а думки той зовсім не йдуть у голову» [23, арк. 4].

Від пережитої втрати найрідніших та несприятливих обставин життя Харитина серйозно занедужала: «...Потішного в моєму життю зараз немає нічого. Признаюсь Вам одверто, що сучасний мій матеріальний стан гнітить мене страшенно. Найбільше мене гнітить те, що я не дивлячись на дуже малі вимоги ніде зачіпитись





не можу.[...] Бачите, до чого звівся мій лист. Знову не веселі не привітні речі, але таке моє тепер життя. Біда ще до всього та, що за останній час я дуже підупала нервово. Дійшло до того, що у мене зробилося запалення нерву лівої ноги, що примусило мене кілька день полежати в ліжку. Хвороба ця проявляється в досить неприємний спосіб. Лікарі не можуть погодитись в причині хвороби. Один каже, що це від наступання, а другий що це на ґрунті загального нервового стану. А мені однаково неприємно хворіти з якої б причини хвороба не була» [23, арк. 29].

З одного з листів, написаних приблизно влітку 1932 р., дізнаємося про реалії життя емігрантів у Чехословаччині: «Зараз у Чехії без «прислужництва» навіть на мізерну посаду продавщиці улаштуватись не можна. Ми оце хотіли їхати на звичайні роботи по збиранню хмелю, але й тут нам одмовлено, бо не маємо дозволу на працю. Як чужинці. Просто перспектива голоду перед багатьма з нас, а мені з моєю вдачею найтяжче. Я якось не можу ходити, просити за себе, кланятись. Для другого зроблю це охоче, але для себе ні, а тому й тяжко мені дуже. Коли б зараз в Чехословаччині була хоч найменша можливість зачіпитись за щось, хоч якесь масло в кооперативі продавати – я охоче виїхала б звідси, змінила оточення яке мене страшенно морально гнітить» [23, арк. 29].

Та, напевне, єдиною її розрадою у той час була журналістська творчість. Так, у вересні 1932 р. Харитина написала для «Нової хати» дуже змістовну статтю про жіноче національне вбрання на Полтавщині. З листа до Лідії Бурачинської за 17 вересня 1932 р. дізнаємося про особливості роботи над цією етнографічною працею: «Нарешті переписала, з великою бідою, обіщану статтю про Жіноче національне вбрання на Полтавщині. Набралось багато роботи для друку на машинці і поки дійшла черга і до моїх приватних справ, то багато часу минуло.

Стаття вийшла довша, ніж я того хотіла. Та коли почала писати то виявилось, що в коротку статтю всього не убаєш і нічого не скажеш. І так писала лише про саме головне, випускаючи багато цікавих деталей та пояснень. Боюсь, що коли і друкуватимите цю статтю, то не захочете вмістити її в одному числі, а коли розібьете її на два номери, вона буде не цікавою і нудною та загубить цілість вражіння. Для того, щоб не зробити якої етнографічної помилки перечитала її знавцеві нашої етнографії і одержала повне одобрення.

Дуже буду вдячна, коли виправите «друкарські помилки» яких напевно багато. Сама коли б хотіла ще й виправити статтю, то боюсь, що одержали б її хіба десь перед Різдом. Що до

мови, то там є багато полтавських термінів, які вживала нарочито для того, щоб, як коли Вашим читачкам довелось десь зустрінути ті слова – були ознайомлені з ними. Взагалі дотримувалась так би мовити «полтавської мови» [23, арк. 3].

Цікаво, що за бажанням Лідії Бурачинської статтю було проілюстровано світлиною Харитини у полтавському національному строї. Але, здається, що пані Доктор не була у захваті від цієї ідеї, адже Харитині зовсім не була притаманна пихатість та зарозумілість: «Що до моєї статті, а властиво фотографії. Я не є прихильницею самореклами, а тому, коли вже Вам дійсно нема виходу, і для костюму мусите мене там видрукувати то дуже прошу дотримати одного мого прохання: не підписуйте під фотографією хто це там розсівся. Хай собі буде зразок українського народнього убрання та й годі. Хто мене знає той так пізнає, а хто не знає той не потребує знати. Добре? Дуже, дуже Вас прошу зробіть лише так» [23, арк. 5].

До речі, з листування Харитини Кононенко та Лідії Бурачинської дізнаємося про методи збирання матеріалів про моду для львівського часопису «Нова хата». Як виявилось, Лідія Бурачинська практикувала обмін так званими «клішами» фотографій модного вбрання із редакторками інших західноєвропейських жіночих журналів. Про один такий не зовсім вдалий обмін читаємо в листі за 12 жовтня 1932 р.: «На доручення панни С. Чижовичівної полагодила для Вас дві такі справи: І / Була у редакторки часопису «Лада» пані Воячкової, яка в справі кліш сказала таке: мінятися з Вами на моделі сукнонок вони не можуть, бо нічого з того, що у Вас друкується їм не надається, а свої кліша вони дістають безпосередньо від Ульштейна, що їм значно вигідніше. Може їх цікавити часом лише щось з Ваших мистецьких та народних річей. Тоді вони звернуться до Вас по кліша. Свої кліша вони можуть позичати Вам рахуючи по 20 гел. за квадратний сантиметр. Коли бажатимите собі щось випозичити то можете писати безпосередньо до Братислави до друкарні, адресу якої знайдете в «Ладі». Вони робитимуть теж, коли їм буде потрібно Ваші кліша. Прохає, щоб їй посилали «Н.Х.» на вимін за «Ладу» [23, арк. 3].

У листопаді 1932 р. Харитина переїхала з Праги до Подєбрад. Причина для цього переїзду була дуже вагома – Українська господарська академія змінювала свою постійну адресу з празької на подєбрадську. Харитина була фінансово і емоційно прив'язана до Академії: там у неї було чимало друзів серед викладачів і дівчина могла заробити трохи грошей, друкуючи конспекти лекцій для них. У листі, датованому 16 листопада 1932 р., читаємо таке:





«Оце вибираюсь в дорогу. Переїзду на життя до Подебрад. Дуже мені того не хочеться, але мушу. Перше – там життя дешевше, а це для мене дуже важне зараз, друге – може можна буде мати деяку роботу. Зараз розпочалась жвава робота коло курсів позаочного навчання отже треба друкувати лекції, а у мене власна машинка, що дуже приваблює подебрадчан. Зароблю не багато, але бодай щось та зароблю. Робота нудна, а ще нудніше буде життя у Подебрадах, але це всеж ліпше ніж Підкарпаття. І до Праги можна часом буде подивитись» [23, арк. 5].

Переїхавши у 1933 р. до Подебрад, Харитина винайняла помешкання за адресою Pobebrady, Panska 86/III. Та, на жаль, і в курортному містечку, життя в якому в холодну пору року завмирає, вона не почувалася щасливою. Мізерних заробітків на друкарській машинці ледь вистачало на життя, не кажучи вже про поїздки за межі міста. Лишень громадська робота на курсах українознавства не дозволила Харитині зовсім занепасти духом: «А нам тут таки добре погано, особливо мені. Сижу у Подебрадах, які щиро ненавиджу, праці не маю. Друкую дещо для УТГІ, але то мені дає максимального заробітку 100 кч місячно. Звичайно, що цього вистачає лише на поганеньку кімнатку. Перспектив ніяких, а тому звичайно і стан відповідний. Громадське життя в Подебрадах, поза УТГІ завмерло. Часом їзжу до Праги, але дуже рідко, бо засобів не вистачає. Там робота цікава, але теж робити її на такій віддалі не можу. Шкода мені Жіночої Національної Ради в якій життя було трохи ожило, а тепер мабуть завмре, бо там голів багато, але нема рук та ніг. Але що зробиш? Я боролась всіма силами проти виїзду з Праги» [23, арк. 6].

Приятелі Харитини намагались допомогти їй знайти оплачувану працю в Чехії. Зокрема, до таких добродіїв належав громадський діяч, агроном і кооператор, професор УТГІ й УВУ Євген Храпливий, який всіляко переконував її повернутись до Галичини. З Євгеном Храпливим Харитина познайомилась, ще навчаючись у Відні, і продовжувала підтримувати теплі дружні стосунки впродовж свого життя [23, арк. 6].

У Подебрадах Харитина залишалась заручницею обставин: у 33-річному віці їй ніяк не вдавалось знайти стабільної роботи, а через відчутний брак коштів вона мусила покинути займатись милою серцю справою – громадською роботою. Бідолашна жінка випробувала геть усі варіанти підробітків, навіть масаж обличчя заможним чешкам. Така нестабільна ситуація примусила Харитину серйозно замислитись про переїзд на Підкарпаття: «Признаюсь Вам, що мені було б дуже, дуже доречі виїхати нарешті з

Подебрадів і мати якусь сталу роботу. Фінансовий мій стан дуже поганий, а моральний теж не кращий, бо сидіти у мій вік без роботи дуже тяжко, особливо коли фінанси не дозволяють ще й взятись за якусь роботу громадську, бо на се треба коштів, щоб їздити час від часу до Праги. А те, що мені довелось кинути громадську роботу – дуже мене тішить – бо це єдине, що дає зміст та принаду моему життю. [...] Думаю ще в літі поїхати на Підкарпаття, але й там при сучасній політиці і ситуації улаштуватись дуже трудно – майже неможливо. Тут ще і в Празі перепробувала вже все можливе – до масажу обличчя включно» [23, арк. 9].

Покійна тітка Валерія О'Коннор-Вілінська залишила Харитині по собі спадщину – «спогади про Старицьких та Лисенків, що дають багатий матеріал з інтимного життя цих родин та громадського життя тієї доби» [10, с. 5].

Очевидно, та надіялась, що небога, маючи авторські права на твір, зможе отримати певну матеріальну винагороду, яка покращить її фінансовий стан. Лідія Бурачинська запропонувала Харитині, коли та ще жила в Празі, надрукувати мемуари про Старицьких та Лисенків на сторінках «Нової хати», на що остання вимушено погодилась: «Отже я передумавши добре все, що Ви мені пропонували погоджуюсь на Вашу пропозицію в справі спогадів б.п. моєї тітки. Приймаю Ваші умови, бо вірю, що зараз Вам трудно дати мені кращі. Погоджуюсь, щоб спогади були надруковані в «Н.Х.». Оскільки Ви не будете видавати їх окремою книжкою лишая за собою право окремо видати, як що найду в скорім часі видавця» [23, арк. 29].

Незважаючи на альтернативу видання мемуарів тітки в жіночому часописі, Харитина не втрачала надії все ж таки знайти можливість видати їх окремою книжкою і передала повноваження Лідії Бурачинській вести переговори із львівськими видавництвами: «Звичайно, що я дуже хотіла б, щоб спогади вийшли окремою книжкою, але мені вже просто соромно прохати Вас, щоб Ви вели знову з видавництвами переговори в тій справі, а самій відси мені тяжко справу полагодити. Як би Ви всеж таки мали ще час і охоту на мої справи то булаб Вам дуже за те вдячна. Ви ж там ліпше і умови знаєте і договоритесь ніж я» [23, арк. 18].

З листування стає зрозуміло, що видавництво газети «Діло» запропонувало викупити авторські права і безкоштовно надрукувати книжку спогадів. Але Харитина на це не погодилась: «Як справа з виданням спогадів пані Вілінської окремою книжкою. Я знаю, Лідю, що це не совісно задавати Вам з тими справами стільки мороки, але ж мені відціля вести ту справу







майже не можливо. Що вирішило «Діло»? Чи погоджується воно дати Вам більшу кількість примірників, як я про це написала Вам. Я б тут книжку при допомозі «Унії» розповсюдила і мені б всеж щось ще перепало, але ж Ви самі розумієте, що віддавати спогади за дурно нема сенсу, бо коли буде можливість видати їх окремою книжкою, вже буде перше видання і це значно понижуватиме вартість» [23, арк. 6].

Після того, як затія із виданням спогадів окремою книжкою провалилась, Харитина вже остаточно повернулася до попередньо запропонованого Лідією Бурачинською варіанта із публікацією їх у жіночому часописі: «Тепер інша річ – це друк спогадів покійної моєї тітки. Отже і нічого не маю проти того, щоб спогади були надруковані у «Н.Х.» з тим, щоб потім вийшов з них відбиток. [...] Лише, мила Лідо, Ви ж самі добре розумієте, що тих спогадів віддати так цілком дурно я не можу. Ту спадщину лишила мені моя тітка з надією, що я з неї щось таки та матиму для свого життя. Я розумію, що всім видавництвам зараз тяжко, але зрозумійте ж і Ви мене. Напишіть мені одверто свою думку, так одверто, як я Вам пишу свою. Спогади ті ніколи своєї ціни не втратять, але мені хотілося б, що б вони вийшли скоріше, бо може ж вони якось і на Україну далеко попадуть, а там може прочитає їх Старицька-Черняхівська, якій ті спогади присвячені і для якої вони писані» [23, арк. 10].

Треба додати, що в час публікації мемуарів про Старицьких та Лисенків, у січневому номері «Нової хати» за 1934 р. було надруковано змістовну біографічну статтю про Валерію О'Коннор-Вілінську, авторкою якої була звісно ж Харитина Кононенко. Стаття була присвячена третім роковинам трагічної смерті письменниці. Небога з великою ніжністю і теплотою написала про життя і творчість своєї визначної тітки: «... Щойно в треті роковини її смерті починають появлятися оці спомини. Вони перенесуть нас в атмосферу надій та змагань наших батьків та дозволять відтворити собі живо, яскраво силуетки дорогих їм, незабутніх осіб. А головне: у цьому творі промайне перед нами постать авторки й віддзеркалиться ціла її ніжна, мімозна душа» [10, с. 4].

Приблизно 27–29 вересня 1933 р. Харитина Кононенко назавжди покидає Подєбради й вирушає на Підкарпаття до Ужгорода шукати кращої долі. Про мотиви її рішення читаємо у листі до Лідії Бурачинської, датованим 20 вересня 1933 р.: «Як бачите, обставини таки примусили мене їхати на Підкарпаття хоч я й довго не сперечалась з тим. Та нема, що робити. Життя і обставини сильніші наших бажань чи небажань. Їхати мушу, бо далі вже тут сидіти

нема як. Заробітки, які мізерні вони не були – кінчаються. Далі виглядів тут і в Празі ніяких, а тому їду туди, де бодай мала надія на влаштування є. Надія та дуже і дуже мала, бо я не маю підданства, а без цього і на Підкарпаття влаштуватись тяжко, але пробувати треба. Всі мої надії на виїзд за кордон теж завели мене. Франція не хоче дати дозволу на працю, а без цього їхати не варто тай не можливо. В інші країни нема чого й думати попасти. Ну, і я вертаюсь до розбитого корита... Загально-емігрантське життя дуже невеселе. Навкруги тільки й чути нарікання та острахи» [23, арк. 12].

На кошти, виплачені Лідією Бурачинською за статті в «Новій хаті», Харитина змогла собі організувати переїзд. В Ужгороді вона оселилась на квартирі за адресою вул. Подградська, ч. 5. На превеликий жаль, невдача в працевлаштуванні спіткала Харитину і на Підкарпатті. Шукаючи хоча б якогось виходу зі складної ситуації, вона вирішує оформити візу до Польщі й незабаром перебралася у Львів. Візові клопоти Харити довірила Лідії Бурачинській та інженеру Євгену Храпливому: «Дякую за турботи про мене. Гроші, що Ви їх там для мене приховали мені дуже придадуться, бо я таки зрушилась з місця і пустилась в далеку путь. Виїхала зараз до Ужгороду в надії, що буду тут десь на Підкарпаття вчителювати, але приїхала надто пізно. Сього року шкільний уряд не приймає нових учителів емігрантів. Не дивлячись на досить солідні протекції, я лишилась без місця, бо попала під загальну емігрантську рубрику. Учителюють лише ті з емігрантів, що приїхали раніш і вже вчителювали по кілька років, та й то не всіх цього року взяли до учительовання. На іншу якусь сталу посаду зараз у мене надії нема. Сижу тут вже місяць, а ні за що не пощастило зачіпитись, хоч шукаю собі роботу у всіх напрямках. Перечитавши Вашого листа, вирішила, що почекаю тут ще пару тижнів, а як нічого не знайду відповідного, що забезпечило мені найскромніший кусник хліба – рушу в дорогу туди до Вас. Сьогодні, або завтра напишу де-які листи в справі візи туди у Ваші краї. Очевидно, що без посвідки про працю не обійдеться, бо її вимагали від всіх тих, що останніми часами виїздив до Польщі. Буду і Вам і інж. Храпливому дуже вдячна коли мені її роздобудете» [23, арк. 14].

Надіям, що їх поклала на переїзд у Підкарпаття Харитина, не судилося справдитися. Важкий міжвоєнний період позначився на житті всіх українців і умови проживання на різних анексованих землях України були однаково складними і Ужгород у цьому сенсі також не був винятком: «Певно, що мені кожда крона зараз дуже потрібна, бо моє становище тут з кожним





днем погіршується і я вже й не знаю, що далі маю робити. Іноді просто жах на мене надходить, що буде зо мною далі – кажу Вам це цілком щиро. Тут виглядів на якесь улаштування, що дало б мені бодай мінімум на скромне життя без державної приналежності майже не можливе. Свої громадські інституції так обсажені, що для мене вже нема місця, хоч не криюсь цілком, що на багатьох місцях я напевно була б корисніша ніж ті, що тепер там працюють, але й то ж місцеві, а не емігранти і тому їм і там перше місце. На жаль, тут місцеві роблять велику різницю між нами і тими, що тут родились» [23, арк. 19].

Насправді, Харитина Кононенко була унікальною жінкою, адже, потрапивши у таке скрутне матеріальне становище, вона ні на мить не забувала про громадську роботу. В Ужгороді вона також намагалася «пробудити» тамтешнє жіноцтво: «Трохи мені жаль буде кидати Підкарпаття, бо оглянувшись тут бачу, що другої роботи – роботи громадської тут безліч і то дуже потрібної. Тут все лежить перелогом, все спить віковичним сном і коло всього потрібні руки свідомих людей. Мені б дуже хотілось попрацювати тут над жіноцтвом, але без певного щоденного забезпечення всяка моя праця не можлива. Поки сижу тут стараюсь де-кого розрухати, розворушити, стараюсь переконати, що те, що вони всі вважають неможливим є цілком можливим і легким до виконання. І «Просвіта» тутешня спить солодким сном і провідники її лише на інших нарікають, а самі нічого не роблять. І там би можна було багато зробити і мені буде дуже жаль, коли мені не пощастить бодай якогось сліду по собі тут лишити» [23, арк. 14].

Нелегка праця на громадській ниві додавала Харитині насаги до життя: «Не подивляйте мене дуже і не хваліть, як би Ви знали, як часто я падаю на дусі, як часто хочеться все кинути і зібратись в якісь степи чи ліси де й людей нема. Але мушу кріпитись і мушу щось робити бож інакше й жити не варто було б. А з жінками тут лише почалась робота, а як вона скінчиться то ще не відомо, бо вже й зараз почались якісь інтриги та роздори. Ну мусимо все перемогти і налагодити справу» [23, арк. 19].

Харитина Кононенко стала своєрідним світочем для жінок Ужгорода, які до слова, були значно пасивніші в соціально-політичному плані, аніж галичанки: «Знаєте, місцеве жіноцтво значно різниться від того свідомого галицького жіноцтва до якого Ви звикли. Їм ще багато треба попрацювати і над ними треба працювати немало, щоб вони усвідомили собі всю вагу і необхідність їх праці. А праці треба – аж кричить. Особливо на селах. Я вже з головою захопилась тою працею,

хоч власне моє життя і не улаштоване ще і надій на його улаштування нема. Та хочу, поки маю ще можливість і сижу тут, поки мене не понесуть далі емігрантські недолі і вітри, щось зробити, якось допомогти. Багато й іншої роботи тут є, та, на жаль, всього не переробиш» [23, арк. 17].

Під часа своїх вимушених мандрівок Харитина Кононенко не полишала журналістської діяльності у «Новій хаті» і не зраджувала собі у педантичності та уважності до деталей: «Посилаю Вам для «Нової хати» замітку про заснування тут нової жіночої організації. Вибачте, як що вона написана трохи кострубато і при потребі виправте її, бо я останніми днями стільки пишу про цю справу, що вже загубила всякий змісл про логічне побудування фраз та чистоту стилю, намагаючись уникнути повторень. Пишу стільки про цю організацію тому, що знаючи тутешні обставини, думаю, що кожда друкована замітка про цю подію додасть трохи охоти паням до праці. [...] Готую Вам статті про пані Вілінську. Думаю, що скоро кінчу її, хоч маю ще й іншу роботу – реферат про Лесю Українку, бо Жіноча Секція вирішила заманіфестувати свій перший виступ серед громадянства вечером Лесі Українки» [23, арк. 17].

Наприкінці 1933 р., не оформивши візи до Галичини, Харитина надалі залишається в Ужгороді. Щоб хоча б якось забезпечити свій екзистенціальний мінімум, вона береться завідувати буфетом у клубі для українців, що його відкрила Жіноча Секція «Просвіти». Крім клубової роботи, вона також присвячувала чимало часу культурному вихованню місцевої дітвори: «... Я тепер дуже занята в нашому клубі де взяла на себе буфет в надії, що бодай щось зароблю собі, але крім величезних клопотів та неприємностей досі ще не маю ніякої користи з тої справи. [...] У мене це забірає дуже багато часу (від 5-ої, а в неділю від 3-ої год по полудню і часом аж до 1-ої год ночі). Стомлююсь я звичайно дуже, але матеріально, на жаль це мені майже нічого не дає» [23, арк. 6].

На травень 1934 р. в Ужгороді було заплановано З'їзд Народоцевцького жіноцтва Підкарпаття для «розворушення тутешнього жіноцтва, головно з сел, та заохочення його до праці». Для цього було сформовано спеціальний Комітет з представниць 4-х жіночих організацій. Харитина Кононенко стала секретарем цього Комітету. Майже вся відповідальність за організацію З'їзду лягла на її плечі, а до цього ще й додалась робота в дитячому гуртку «Просвіти»: «...Страшенно багато праці з тим нашим Зїздом. Колиб я була собі уявляла, що вся праця так на мене звалиться то була б нічого й не починала. Ви уявити собі не можете, яка тутешня публіка нездала до





якоїсь систематичної праці. Ось собі поговорили спочатку, поговорили та «почили на лаврах». Доводиться тепер майже за всім самій бігати, про кождо дрібничку пам'ятати. А крім того З'їзду, у мене ж іще безліч всякої громадської товчії» [23, арк. 23].

Крім вирішення організаційних питань, Харитина ще й готувалася до З'їзду і як доповідка. Темою її реферату була «Роля жінки в народному господарстві» [23, арк. 23].

Безліч соціальних обов'язків, які добровільно взяла на себе Харитина, допомагали їй відволіктися від вкрай складного фінансового становища: «...Кручусь, бігаю, втомлююсь і тим запаморочую собі голову та не даю можливості впадати в розпач і задумуватись над власною невеселою моєю долею. Поки що це мене рятує, але життя мене гнітить вже надто суворо і не дає змоги бодай трохи відпочити від турбот про матеріальне існування. Як би інакше працювалось і скільки б всього зробилось, коли б не було оцих вічних турбот про шматок хліба, бодай черствий» [23, арк. 6].

Ось так, за громадською роботою минали дні, але Харитина Кононенко і надалі сподівалась перебратися до Галичини, де економічна ситуація була дещо стабільнішою: «Все більше й більше думаю про виїзд звідси. Писала вже до де-кого з знайомих і про візу до Польщі. Треба щось думати і вирішати, бо так зовсім можна опинитись у безвихідному становищі. Тут місцеві нас не радо бачать» [23, арк. 6].

Мотивом переселення Харитини до Галичини, крім можливості працевлаштування, був також і червневий З'їзд в Станіславові у 1934 р., запрошення на який надіслала Мілена Рудницька та пообіцяла разом з Іреною Павликовською інтерв'ювати в справі оформлення візи. Для виступу на З'їзді Харитина обрала тему «Економічна незалежність жінки»: «...Вибрала я собі досить невдачну тему для реферату і боюсь, що тяжко буде мені тут в Ужгороді підшукати всі потрібні матеріяли» [23, арк. 23].

Слід зазначити, що реферат Харитини вийшов справді вдалим, а тому викликав гостру критику і шквал обурення серед чоловіків після того, як його у скороченому варіанті надрукувала редакція «Кооперативної Республіки» [24, с. 4].

У квітневому номері часопису «Жінка» була опублікована відповідь Харитини на одну із негативних рецензій на її реферат. Подаємо одну із цитат: «...Коли візьмемо текст мого реферату в цілості то побачимо, що тут я трактую проблему жіночої праці і проблему економічної незалежності жінки як два питання нерозривно між собою зв'язані. Тільки в такому освітленні стане ясним питання суспільно-господарської

ваги жіночого труда, який в умовах заробіткової чинності є підставою для економічної незалежності жінки. [...] На самім початку свого реферату я виразно і ясно зазначила, що «під економічною незалежністю жінки розуміємо тут право самостійного (незалежного від чоловіка) здобування собі засобів на життя» [24, с. 4].

У справі переїзду Харитина дуже покладалась на Лідію Бурачинську: «...Поїздка до Галичини це остання моя надія на влаштування, як що й там не пощастить то тоді вже, хоч з мосту у воду кидайся. Тут надій ніяких. Всі дуже задоволені моєю працею тут, але на жаль ніхто за неї мені не платить і платити не збирається і нікому й у голову не приходить, як і з чого я живу, а жити треба, а дотого ж і вся моя «діяльність» вимагає витрат, а це нікому в голову не приходить. Лідочко, міркуйте там щось до мого приїзду. Може щось вигадаете. Я не претендую ні на яку велику «посаду». Аби був екзистенц-мінімум. Невже там все так переповнено, що вже й кутка для мене ніде не знайдеться? Може Ви мені щось і з візою порадите. У Вас уже мусить бути в цій справі більший досвід» [23, арк. 23].

Відомо, що Лідія Бурачинська щирозсердно запропонувала Харитині тимчасово оселитись у своєму помешканні, поки та не знайде у Львові стабільної роботи. Все ж, маючи хорошу дружню підтримку, Харитина Кононенко уже хвилювалася перед поїздкою, адже мала уже гіркий досвід проживання в еміграції та в Ужгороді: «...Я не знаю як там у Вас з пані Іреною пляни, що до мого улаштування, а тому страшенно вагаюсь які речі брати з собою, а що тут лишати. Як Ви думаете є там надія на моє сяке таке улаштування і чи зможу я одразу затриматись у Львові, чи доведеться ще раз сюди вертатись? [...] Щиро дякую за запрошення до Вас на помешкання. Боюсь, щоб я тільки Вас дуже не обтяжувала, а мені багато місця не треба так що цим не турбуйтеся» [23, арк. 27].

На цьому листування Харитини Кононенко та Лідії Бурачинської обривається. Зі спогадів останньої дізнаємося, що Харитина стала представницею закарпатського жіноцтва на Світовому Жіночому Конгресі в Станіславові, що відбувся у червні 1934 р. На запрошення Союзу Українок, а потім Товариства «Сільський Господар», вона залишилась у Львові. У межах останнього – вона організувала Жіночі Секції Господинь та дбала про вишкіл інструкторок для них [2, с. 4].

Лідія Бурачинська у статті «Праця жіноцтва Дрогобиччини» описує одну із робочих поїздок Харитини Кононенко, як членкині Товариства «Сільський Господар», до Дрогобича у справі заснування там жіночої організації: «У тому часі (1936 р. – Х.А.) Т-во «Сільський Господар»





теж звернув свою увагу на жінку-селянку. У програмі товариства було піднесення сільського господарства, а без участі жінки це не мало б успіху. Тому Т-во Сільський Господар заходилося коло створення Секцій Сільських Господинь, що були об'єднані в централю при Т-ві СГ у Львові.

Першу вістку про таку діяльність у Дрогобиччині маємо з 26-го жовтня 1936 р. Тоді то прибула до Дрогобича представниця Т-ва «Сільський Господар» д-р Харитя Кононенко. Прямуювання цієї нашої Централі ішли в напрямку професійного вишколу сільського жіноцтва. Тому того дня скликано в Дрогобичі жіночу господарсько-кооперативну нараду. Її ініціаторами були – Філії Сільського Господаря і Пов. Союз Укр. Кооператив. [...] На нараду прибуло 120 представниць кооператив і Секцій Господинь. [...] Організаційну доповідь виголосила Леся Гриник, а на кооперативні теми говорила д-р Харитя Кононенко. [...] На нараді постановлено заснувати Повітову Секцію Господинь при Філії Сільського Господаря у Дрогобичі» [25, с. 552].

А ось як про львівський період життя Харитини Кононенко пише у статті «Пані Доктор. Пам'яті Хариті Кононенко. Уривки із старого листування М. К.» П. С. Талан з Балтимору, приятель отця Петра Білона: «...Тепер лишається тут – у Галичині, будує пляни майбутньої праці серед нас і разом з нами. Вона зацікавлена жіночою працею у ділянці народнього господарства і для того нав'язує вже контакт з Товариством «Сільський Господар». До праці докладає стільки енергії та самопожертви, що дивуєшся: звідки черпає вона ті сили на безнастанні поїздки від села до села, з повіту до повіту?! Помимо тих поїздок та праці в Централі «Сільського Господаря», в рамках Товариства веде господарські курси для нових кадрів сільсько-господарських інструкторок, яких завданням є – раціоналізувати та поліпшити й підвищити жіночу господарку села» [16, с. 49].

У щоденнику «Новий час» за 13 квітня 1935 р. знаходимо інтерв'ю з Харитиною Кононенко – «Сільсько-господарська акція серед українського жіноцтва», в якому жінка прокоментувала організаційну роботу «Сільського Господаря»: «...За короткий час своєї праці виношу вражіння, що зацікавлення сільсько-господарською акцією дуже велике. Цю акцію вівспорадничо «Сільський Господар», основуючи кружки при своїх філіях, але вони по більшій часті були неактивні. В свою чергу і «Союз Українок» улаштував різні курси, напр. куховарські, крою і шиття та різні інші, які могли б входити в обсяг тої ділянки, але вони не були ведені планово і не переводжувано їх у цілім краю. Тому під організаційним оглядом досягнення були незначні. Так, напр. на 58.112

всіх членів «Сільського Господаря» є всего 4.760 жінок. Краще ця справа налагодна у молоді, де на 1995 змагунів є вже 966 дівчат. Тепер обі централі випрацьовують спільно плян праці, і він буде переведений в життя» [26, с. 6].

Працюючи на благо Товариства «Сільський Господар», Харитина Кононенко дедалі більше зміцнювала свої позиції на журналістському фронті. Соціальна несправедливість та громадські клопоти не залишали її байдужою і жінка відгукувалася на них своїми статтями у жіночих часописах. Так в 1935 р. Харитина активно публікувала свої статті у «Жінці» – друкованому органі «Союзу Українок» («Жінка й диктатури», «Чужі діти як свої», «Економічна незалежність жінки (З приводу одной редакційної замітки)») та щоденнику «Новий час» («Українська жінка в суспільному житті»). Якщо ранні статті журналістка присвячувала темі етнографії і культури, то тепер вона вже аналізувала роль жінки в суспільстві, порівнюючи статус жінки в Західній Європі, зокрема в Третньому Рейху та Італії, а також у СРСР: «Нема що й казати, що ні советська, ні німецька, ні італійська практика не можуть нічого позитивного дати для формування української думки про суспільну ролю української жінки. Роля української жінки в суспільному житті свого народу визначається своєрідними українськими рисами і мусить бути нерозривно звязана з загально національним українським рухом, що мусить нести гасла політичної свободи, рівноправности і конструктивної творчости всіх суспільних сил для піднесення національної і вселюдської культури» [27, с. 2].

А в «Новому часі» читаємо таке: «Роля української жінки в суспільному житті буде не такою, якої вона лише домагатиметься, а така, до якої вона буде здібна по своїй освіті, по своїому умінні, в залежности від того, як будуть зростати жіночі фахові сили по своїй кількості й по своїй якості. У майбутнім українська жінка займе становище в житті народа таке, яке вона собі намітить підготовкою сучасної жіночої молоді. Щоб це становище було поважне, мусимо подбати, щоб наш жіночий доріст був належно вишколений, з певним фахом у руках, зі здібністю солідно працювати і зі зрозумінням того значіння, яке матиме жіноча праця і жіночі фахові сили в усіх ділянках народнього життя» [28, с. 6].

Не маючи свого власного потомства, Харитина віддавала всю свою материнську любов потребуєчим її дітям. Так, працюючи в Союзі Українок вона клопоталася про те, щоб діти емігрантів з корінних земель Польщі могли в часи літніх ферій (канікул) приїхати на відпочинок до Галичини. Власне в статті «Чужі діти як свої» вона закликала інтелегентні галицькі





родини зголоситися до участі в такій благодійній акції. Харитина була переконана, що «... буде від тих дітей більше радості й приємності ніж клопоту, а свідомість, що ми скрашуємо долю цієї малечі, що ми зберігаємо їхні душі нашому народові, що ми підсилюємо їх тіла на подальшу боротьбу з життям, а може підготовлюємо їх і до активної боротьби за волю нашого народу, до якої доведеться може колись і їм стати – винагородить усі наші турботи, всі неприємності, всі жертви. Колись ці діти вернувшись на ту вимріяну батьківщину згадають, що тут їх брати і сестри дійсно піклувались ними по братерському і будуть вони тим живим зв'язком, що об'єднає весь наш нарід» [29, с. 2].

Отже, поволі налагодивши своє життя, Харитина у грудні 1936 р. починає працювати в апараті газети «Діло» і стає редакторкою тематичної сторінки для жіноцтва. Харитина Кононенко залишила по собі потужний редакторсько журналістський доробок, який став надбанням українського народу. На жаль, в рамках однієї статті неможливо повноцінно висвітлити віхи життя і творчості цієї непересічної жінки, отож вважаємо резонним проаналізувати її редакторську та журналістську майстерність у наступній публікації.

**Висновки.** Підсумовуючи, з'ясуємо, чому саме Харитина Кононенко, а не хтось інший зайняв почесну посаду редакторки жіночої шпальти? Аристократичне походження і висококультурне виховання, чудова освіта, чималий досвід життя за кордоном – все це вплинуло на її смаки і сформувало світогляд. Широкий кругозір дав змогу Харитині легко вирішувати безліч соціальних завдань. Залишившись без найближчих родичів та не знайшовши вірного супутника життя, журналістка всю свою любов і турботу дарувала людям, а тому все, за що бралася намагалася зробити якомога краще. Це стосується і модних оглядів на «Жіночій сторінці». Аж надто скромний спосіб життя і вроджена шляхетність відшліфували її природний смак та почуття естетики, якими вона радо ділилася із читачками тематичної шпальти.

Саме така людина, на нашу думку, повинна працювати в засобах масової комунікації, висвітлюючи найгостріші й найболючіші питання та пропонувати ефективні шляхи їх розв'язання.

З великою теплою відгукується про роботу Харитини Кононенко в «Ділі» приятель отця Петра Білона – П. С. Талан з Балтимору: «Крім того, вона редагує жіночу сторінку «Діла». Завдяки її письменницькому хистові, та гострій спостережливості, її статті порушують живі питання нашого суспільного життя. Чутлива на кожний прояв добра чи зла в громаді чи пресі, реагує словом і пером. Сама твердого характеру

й непохитна в поглядах, буває невлотима противниця кволих і злих! Ця добра серцем, весела й мила Панна Доктор стає тоді завзятою, часто нетолерантною до всіх ухилів громадської моралі. Здавалось би, що той широкий засяг інтересів та діяльності зазирає її цілком, що немає вже місця на приватне життя. Вона належить до тих людей, на яких не можна не звернути уваги, вона хоче жити на очах людей і в серцях людей» [16, с. 49].

Вважаємо за потрібне завершити статтю словами Лідії Бурачинської, надрукованими в одній із публікацій, присвячених пам'яті Харитини Кононенко: «З поодиноких етапів цього життєпису видно, що громадська праця, а зокрема допорогова ділянка, були внутрішнім покликанням Харити Кононенко. Вона мала для того всі головні дані. Була приємної зовнішності, вміла з'єднувати собі людей, не боялася перешкод і не цуралася ризику, коли справа того вимагала. Була доброю бесідницею і володіла пером. Добра освіта дала їй підставу до найбільш складних завдань, але вона добре розуміла й цінила низову роботу» [2, с. 5].

#### Список літератури

1. *Наріжний С.* Українська еміграція : культурна праця української еміграції між двома Світовими війнами. Прага, 1942. (Студії ; т. 1). Част. 1 / Музей визвольної боротьби України. 1942. 367 с.
2. *Бурачинська Л.* Пам'яті Харити // Наше життя = Our life. Філадельфія, 1973. № 9. С. 4–5.
3. *Харитина Кононенко* / За матеріалами: [http://library.pl.ua/news/kalendar/osnovni\\_znamenni\\_j\\_pamjatni\\_dati\\_poltavshini\\_2010](http://library.pl.ua/news/kalendar/osnovni_znamenni_j_pamjatni_dati_poltavshini_2010) // Україна. Історія великого народу URL : <http://web.archive.org/web/20150429095726/http://litopys.com.ua/encyclopedia/osobystosti/kharytyna-kononenko/>.
4. *Кононенко Харитя Мусіївна* // Вікіпедія – вільна енциклопедія URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE\\_%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8F\\_%D0%9C%D1%83%D1%81%D1%96%D1%97%D0%B2%D0%B%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8F_%D0%9C%D1%83%D1%81%D1%96%D1%97%D0%B2%D0%B%D0%B0).
5. *Кононенко М.* Спогади: мемуари; [упоряд., передм., прим. та літ. ред. П. П. Ротача]. Полтава : [б. в.], 1998. 184 с.
6. *Дуба А.* Спогади Юрія Кононенка про батька // Рідний край : альманах Полтавського державного педагогічного університету. Полтава : ПНПУ ім. В. Г. Короленка, 2012. Вип. № 1 (26). С. 184–186. URL : [http://pnpu.edu.ua/ua/text/ridnyi\\_krai/ridnyi\\_krai\\_1\(26\)\\_2012.pdf](http://pnpu.edu.ua/ua/text/ridnyi_krai/ridnyi_krai_1(26)_2012.pdf).
7. *Реvegук В.* Українське національно-патріотичне підпілля на Полтавщині (1941– 1945 рр.) // Рідний край. 2009. № 1. С. 130–144. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Almpolt\\_2009\\_1\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Almpolt_2009_1_26).
8. *Кононенко Ю.* Спогади про відомого українського письменника і громадського діяча Мусія Степановича





Кононенко // Рідний край. 2012. № 1. С. 183. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Almpolt\\_2012\\_1\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Almpolt_2012_1_34).

9. Діба А., Чернов А. Моя Україно, мій ти раю... : матеріали до біографії письменника-плеядівця Мусія Кононенка // Рідний край : Альманах Полтавського державного педагогічного університету / Полтавський держ. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка. Полтава, 2011. № 1 (24). С. 210–215. URL : <http://www.docme.ru/doc/906018/%E2%80%9CСмоуа-вкра% D1% 97но-т% D1% 96j-ti-рауи% E2% 80% A6% E2% 80% 9D>.

10. Кононенко Х. В. О'Коннор-Вілінська // Нова хата : журнал для плекання домашньої культури. Львів, 1934. №1. С. 3–4.

11. Мазурок О. Абсолютенти УГА-УТГГ на господарській роботі в Галичині // Бюлетень: науково-інформаційний часопис УТГГ // Український технічно-господарський інститут. Мюнхен. 1983. № 3 (21). С. 8–11.

12. Головата Л. В. «Українське видавництво» у Кракові-Львові, 1939–1945 : бібліографічний довідник; [відп. ред. С. Захаркін ; Український науковий інститут Гарвардського університету, Інститут критики, Центр незалежних історичних студій, Наукове товариство ім. Шевченка в Америці, Відділ наукової бібліографії Львівської національної наукової бібліотеки України ім. Василя Стефаника]. Київ : Критика, 2010.

13. Жовківщина : іст.-мемуарний зб. / Ін-т українознав. ім. І. Крип'якевича НАН України, Земляцьке об-ня «Жовківщина». Жовква ; Балтимор. Т. 2 / відп. ред. і упоряд. Я. Каліка. [Б. м.] : [б.в.], 1995. 346 с.

14. Хорунжий Ю. Валерія О'Коннор-Вілінська: У тузі за Батьківщиною у коханим // Шляхетні українки: Есеї-парсуни. Київ : Вид-во імені Олени Теліги, 2004. Розд. 8. С. 176–180.

15. Юсип Д. Корона і вінок терновий : жінки в історії України. Художньо-документальні студії. Івано-Франківськ : Сіверсія : Галичина, 1998. 189 с.

16. Білон П. Спогади. Пітсбург: До світла, 1956. 135 с.

17. Центральний державний історичний архів України, Львів. Ф. 327 Редакція журналу «Нова хата». оп. 1. спр. 41. Статті, оповідання, повідомлення, вірші Гриневичевої К., Кононенко Х., Тарнавського Б. на культурно-освітні, побутові та інші теми, 1928. 62 арк.

18. Кононенко Х. До нової роботи : статті та матеріали; [упоряд. Інна Нагорна]. Рівне : Азалия, 2012. 45 с.

19. Когуська Н. Півстоліття на громадській ниві : нарис історії Союзу українок Канади, 1926 –1976. Едмонтон ; Вінніпег : Ukrainian women's association of Canada, 1986. 1034 с.

20. Степанюк С. Українські жінки в німецьких в'язницях Крем'янця і Рівного // В боротьбі за українську державу : есеї, спогади, свідчення, літописання, документи Другої світової війни [зред. Михайло Г. Марунчак]. Вінніпег : [б.в.], 1990. С. 769–771.

21. Перша українка – доктором прав : // Жіноча доля : часопис для українського жіноцтва. Коломия, 1928. №. 13/14. С. 7.

22. Передирій В. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853–1939 рр.) : анотований каталог / НАН України, Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Н.-д. центр періодики ; уклад. В. А. Передирій.

Львів : МЕТА, 1996. 191 с.

23. Центральний державний історичний архів України, Львів. Ф. 327 Редакція журналу «Нова хата». Оп. 1. Спр. 15. Листи Кононенко Харити, 8 вересня 1932 р. – 6 червня 1934 р., 32 арк.

24. Кононенко Х. Економічна незалежність жінки : [з приводу одної редакційної замітки] // Жінка : орган Центр. Укр. Жіночого Т-ва «Союз Українок» : двотижневик. Львів, 1935. № 8. С. 4–5.

25. Дрогобиччина – земля Івана Франка [ред. Л. Луців. – Нью Йорк та ін.] : [б.в.], 1973. 840 с. (Український архів / Наукове Товариство ім. Шевченка ; т.25). Описано мовою оригіналу.

26. «Сільсько-господарська акція серед українського жіноцтва» : [інтерв'ю з д-ром прав, інж. Харитиною Кононенко, абсолютенткою Подєбрдської Академії [спілкувалася відпоручниця Редакції «Нового Часу»] Новий Час : ілюстр. щоденник / ред. Лев Чубатий. Львів, 1935. № 81 (2004). С. 6.

27. Кононенко Х. Жінка й диктатури // Свобода = Svoboda : [укр. щоденник]. Джерсі-Сіті, 1940. № 27. С. 2

28. Кононенко Х. Українська жінка в суспільному житті // Новий Час : [ілюстр. щоденник] / ред. Лев Чубатий. Львів, 1935. № 193. С. 6

29. Кононенко Х. Чужі діти як свої // Жінка : [двотижневик / орган Центр. Укр. Жіночого Т-ва «Союз Українок»]. Львів, 1935. № 12. С. 2.

Надійшла до редакції 01.09.17

#### References

1. Narizhnyi, S. (1942), Ukrainian emigration: cultural work of Ukrainian emigration between the two world wars, Muzej vyzvoljnoji borotjby Ukrainy, Prague, 367 p.

2. Burachynska, L. (1973), «In memory of Kharytia», Nashe zhyttja [Our life], no. 9, pp. 4-5.

3. Ukrajina. Istorija velykogho narodu (2010), «Kharytyna Kononenko», available at: <http://web.archive.org/web/20150429095726/http://litopys.com.ua/encyclopedia/osobystosti/kharytyna-kononenko/> (accessed 17 March 2017).

4. Wikipedia, the free encyclopedia (2017), «Kononenko Kharytia Musiiivna», available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE\\_%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8F\\_%D0%9C%D1%83%D1%81%D1%96%D1%97%D0%B2%D0%BD%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8F_%D0%9C%D1%83%D1%81%D1%96%D1%97%D0%B2%D0%BD%D0%B0) (accessed 21 March 2017).

5. Kononenko, M. (1998), Memoirs, Book Publisher «Poltava», Poltava, 184 p.

6. Dyba, A. (2012), «Yuriy Kononenko's memories of his father», Ridnyj kraj : Aljmanakh Poltavskogho Derzhavnogho Pedagoghichnogho Universytetu [Native Land: Almanac of Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University], vol. 26, no. 1, pp. 184-186, available at: [http://pnpu.edu.ua/ua/text/ridnyi\\_krai/ridnyi\\_krai\\_1\(26\)\\_2012.pdf](http://pnpu.edu.ua/ua/text/ridnyi_krai/ridnyi_krai_1(26)_2012.pdf) (accessed 03 April 2017).

7. Revehuk, V. (2009), «Ukrainian national-patriotic underground organization in the Poltava region (1941-1945)», Ridnyj kraj : Aljmanakh Poltavskogho Derzhavnogho Pedagoghichnogho Universytetu [Nati-





ve Land: Almanac of Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University], vol. 20, no. 1, pp. 130-144, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Almpolt\\_2009\\_1\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Almpolt_2009_1_26) (accessed 06 April 2017).

8. *Kononenko*, Yu. (2012) "Memoirs of the famous Ukrainian writer and public figure Musii Stepanovych Kononenko", *Ridnyj kraj : Aljmanakh Poltavskogo Derzhavnogo Pedagogichnogo Universytetu* [Native Land: Almanac of Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University], vol. 26, no. 1, p. 183, available at: [http://pnpu.edu.ua/ua/text/ridnyi\\_krai/ridnyi\\_krai\\_1\(26\)\\_2012.pdf](http://pnpu.edu.ua/ua/text/ridnyi_krai/ridnyi_krai_1(26)_2012.pdf) (accessed 03 April 2017).

9. *Dyba*, A. (2011), «My motherland, my paradise... (Materials to the biography of the pleiad writer Musii Kononenko)», *Ridnyj kraj: Aljmanakh Poltavskogo Derzhavnogo Pedagogichnogo Universytetu* [Native Land: Almanac of Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University], vol. 24, no. 1, pp. 210-215, available at: <http://docme.ru/doc/906018/%E2%80%9Cmoya-vkra%D1%97no--m%D1%96j-ti-rayu%E2%80%A6%E2%80%9D#expanded:on> (accessed 10 April 2017).

10. *Kononenko*, Kh. (1934) «V. O'Connor-Vilinska», *Nova khata : zhurnal dlja plekannja domashnoji kuljturny* [New Home: Magazine for home culture care], no. 1, pp. 3-4

11. *Mazurok*, O. (1983), "Graduates of Ukrainian Economic Academy and Ukrainian Technical-Economic Institute in Poděbrady on the economic work in Galicia", *Bjuletanj: naukovo-informacijnyj chasopys UTGH* [Scientific Bulletin of Ukrainian Technical-Economic Institute], vol. 3, no. 21, pp.8-11

12. *Holovata*, L. (2010), *The Ukrainian Publishing House in Cracow-Lviv 1939-1945*, *Krytyka*, Kyiv, vol.1, 325 p.

13. *Kalika*, Ya. (Ed.) (1995), *Zhovkivshhyna : History & Memoir Book*, *Baltymor, Zhovkva*, vol.2, 346 p.

14. *Khorunzhyi*, Yu. (2004), «Valeria O'Connor-Vilinska: In an ace for the Motherland and beloved», *Noble Ukrainian women: Essay about the persons*, *Vydavnytstvo imeni Oleny Telighy*, pp.176-180.

15. *Yusyp*, D. (1998), *The crown and the wreath of thorns: women in the history of Ukraine*, *The art-documentary studios, Siversija-Ghalychyna, Ivano-Frankivsk*, 189 p.

16. *Bilon*, P. (1956), *Memoirs, Do svitla*, *Pittsburgh*, 135 p.

17. *The Central State Historical Archive of Ukraine in Lviv* (1928), F. 327, Editorial office of the magazine «New home», desc. 1, doc. 41, *Lviv*, 62 p.

18. *Kononenko*, Kh. (2012), *Let's start a new work: articles and materials*, *Azaliya, Rivne*, 45 p.

19. *Kohuska*, N. (1986), *Half a century in the public field: history essay of Ukrainian Women Union of Canada. 1926-1976*, *Edmonton; Winnipeg*, 1034 p.

20. *Stepaniuk* S. (1990), «Ukrainian women in German prisons in Kremenets and Rivne», in *Marunchak M.H. (Ed.), In the struggle for the Ukrainian state: essays, memoirs, testimonies, chronicles, documents of the Second World War*, *Svitova ligha ukr. polit. v'jazniv, Winnipeg*, pp. 769-771.

21. *Zhinocha Dolja : chasopys dlja ukrajinskogho zhinoctva* (1928), "The first Ukrainian woman became a doctor of law", *Zhinocha Dolja : chasopys dlja ukrajinskogho zhinoctva* [Women's Fate: a magazine for Ukrainian women] no. 13/14, p. 7.

22. *Peredyrii*, V. A. (1996), *Ukrainian periodicals for women in Galicia (1853-1939)*, *Meta, Lviv*, 191 p.

23. *The Central State Historical Archive of Ukraine in Lviv* (1932-1934), F. 327, Editorial office of the magazine «New home», desc. 1, doc. 15, *Lviv*, 32 p.

24. *Kononenko* Kh. (1935), "Economic independence of women", *Zhinka [Woman]*, no. 8, pp. 4-5.

25. *Lutsiv*, L. (1973), *Drohobychchyna - Zemla Ivana Franka. The Regional Territory of the Town od Drohobych in Western Ukraine. Collection of geographical, historical and ethographical materials*, *Shevchenko Scientific Society, New York-Paris-Sidney-Toronto*, 840 p.

26. *Novyj Chas : iljustr. shhodennyk* (1935), "The rural-economic action among Ukrainian women: interview with Dr. of rights, Ing. Kharytyna Kononenko, Absolvent of the Podedbrady Academy", *Novyj Chas : iljustr. shhodennyk* [New Time: An Illustrated Daily Gazette] no. 81 (2004), p.6.

27. *Kononenko*, Kh. (1940), "Woman and dictatorship", *Svoboda: ukr. Shhodennyk* [Liberty: Ukrainian Daily Gazette], no. 27, p.2.

28. *Kononenko*, Kh. (1935), "Ukrainian woman in public life", *Novyj Chas : iljustr. shhodennyk* [New Time: An Illustrated Daily Gazette] no. 193, p.6.

29. *Kononenko*, Kh. (1935), "Alien kids like yours", *Zhinka [Woman]*, no. 12, p. 2

Submitted 01.09.17

**Астапцева К. А.**

**Становление Харитины Кононенко как журналистки и редактора женской прессы**

Цель исследования: выяснить неизвестные донныне широкой общественности факты из биографии журналистки, редактора, модного критика — Харитины Кононенко. Методы исследования: библиографическо-описательный анализ (для исследования научных трудов о Харитине Кононенко), аналитический (для оценки достоверных фактов о журналистке), индуктивный и дедуктивный (для определения достоверной информации на основе полученных данных), системно-хронологический (для структуризации всех фактов, событий и явлений в последовательной временной связи). Из специальных методов был избран биографический для исследования переписки Харитины Кононенко с Лидией Бурачинской, воспоминаний современников Харитины и исследования ее творческого наследия. Результаты и выводы. Воспроизведено основные вехи биографии Харитины Кононенко от рождения до занятия должности редактора «Женской страницы» в газете «Дело» в 1936 г.. Опровергнуты мифы с ее биографии, распространяемые современными исследователями, а именно: принадлежность г-жи Кононенко к семье Мусия Кононенко и супружескую связь с Евгением Кононенко. Введено





в оборот новий фактичний матеріал, оснований на аналізі переписки Харитини Кононенко і Лидії Бурачинської (головного редактора жіночого журналу «Новий дім»). Проаналізовані умови формування особистості г-жи Кононенко як журналістки і редактора жіночої преси, а також критика і обозревателя моди, і як наслідок, сформовано алгоритм її творчої діяльності і виділено основні причини успіху на журналістському поприщі. Таким чином, ім'я Харитини Кононенко вписано в історію української fashion-журналістики.

**Ключевые слова:** Харитина Кононенко; Валерія О'Коннор-Вилинська; Лидія Бурачинська; Мусій Кононенко; Євгеній Кононенко; «Союз Українок».

---





Поціпук О.,  
аспірантка

Potsipukh Olena,  
PhD Student

УДК 007:655.4: 316.776.3

## **Тренди й трансформації видавничої галузі як форма адаптації до цільової аудиторії міленіалів**

### **Trends and Transformations in Publishing Industry as a Form of Adaptation to Millennials' Target Audience**

Основна мета статті полягає в огляді сучасного підходу до вивчення читацької аудиторії на основі теорії поколінь і демонструє паралель між трендами й трансформаціями видавничої галузі та особливостями покоління міленіалів як споживачів книжкової продукції. Розглянуто роль читання у житті покоління «цифрових аборигенів» на основі аналізу літератури та статистичних даних як основних методів дослідження. Окреслено дилему взаємовпливу цифрових інновацій і зумовлених ними соціально-культурних явищ як підґрунтя цінностей покоління споживачів. Для розкриття цих проблем були використані методи трендвотчингового й корелятивного аналізу (через зіставлення особливостей покоління й трендів, які вони створюють).

Як результат дослідження, була виявлена дилема: тренди підсилюються соціокомунікаційним (інформаційними потребами різного рівня – прикладними чи духовними) і технологічним (соціальні мережі, хмарні сервіси, інтерактивні мультимедіа) складниками. Проникнення цифрових технологій в усі сфери життя міленіалів і той факт, що становлення й дорослішання цього покоління відбулось чи відбувається в цифровому середовищі, і є основним чинником більшості трендів сучасної видавничої галузі. Поєднання соціокомунікаційного й технологічного спонукає видавничу галузь до адаптацій, що відповідають не окремим чинникам, а їх специфічній нерозщеплюваній комбінації.

**Ключові слова:** теорія поколінь; міленіали; видавничий тренд.

The main object of the article is to review a modern approach to studying the readership based on the basis of generation theory and to demonstrate parallel between the trends and transformations in publishing industry and millennials' characteristics as books production consumers. The role of reading in the lives of "digital aborigines" is also observed on the basis of literature analysis and statistic data analysis as the main methods of the study. The article defines the dilemma of mutual influence between digital innovations and sociocultural phenomena, which are provoked by these innovations, as a base for consumers' generation values and their role in development of publishing industry. To cover these problems the trendwatching analysis and correlative analysis have been used in the article (through comparison of generation characteristics and trends which they provide).

As a result of the research it was revealed the dilemma. It states that the trends are strengthen with socio-communicational (informational needs on different levels – material or spiritual) and technological (social media, cloud services, interactive multimedia) components. Digital technologies penetration in all areas of millennials' lives and the fact that this generation's growing happened in digitalized sphere – both are the main factors in appearance of the most current publishing trends. The combination of socio-communicational and technological components encourages publishing industry to adapting which is connected with not only separated factors, but their specific indivisible combination.

**Keywords:** generation theory; millennials; publishing trend.





**В**ступ. Оцінювання цільової аудиторії видавничої продукції, як і більшості медіапродуктів і всього рітейлу, за стандартними соціальними характеристиками нині недостатньо. Спонукувані цими реаліями маркетологи вдаються до нових способів вивчення цільового споживача, однак пізнання аудиторії видавничої продукції поки що залишається поза увагою дослідників. Сучасні гуманітарні науки (соціологія, антропологія, теорія менеджменту й маркетингу) нагромадили достатньо матеріалу, здатного стимулювати нові пошуки.

Людиномірність споживання книжок, паперових чи електронних, і явища читання диктує свої правила відповідно до умов часу, змушуючи книжку адаптуватися до стилів життя і потреб читача, адаптуючи його також. Цей двосторонній процес не дає чітко визначити, що є першопричиною таких перетворень, а й не дає заперечити його. Дослідникам залишається визнавати і пізнавати об'єктивну реальність, виявляти кореляції й переносити, де це можливо, розпізнані тенденції на розуміння майбутнього. Для практики більш вагомим є те, наскільки висновки теоретиків можуть спрогнозувати тренди на підставі розуміння наявних ознак.

Криза читання у світі спонукає шукати нові підходи у визначенні цільових читацьких категорій з їхніми потребами, вподобаннями, інтересами, не зупиняючись на розмежуванні читачів тільки за соціологічними критеріями. На етапі переходу до нової ери маркетингу, за Ф. Котлером [1] – маркетингу участі, це набуває особливої ваги.

Наука про видавничу справу потребує переглядати усталені уявлення про читацьку аудиторію в контексті реалій і через призму сучасних гуманітарних наук. Метою цього дослідження є формулювання нового підходу в прогнозуванні трендів у видавничій галузі на основі соціокомунікаційних чинників і сучасних концепцій у трактуванні читацьких аудиторій.

Стаття покликана описати роль особливостей аудиторії, визначених відповідно до теорії поколінь, у формуванні трендів і трансформацій у видавничій галузі. Це виводить на порядок денний розв'язання таких завдань:

- визначити роль теорії поколінь як платформи для аналізу видавничих і читацьких трендів у прогнозуванні перспектив видавничої галузі;
- розглянути покоління міленіалів як перспективну читацьку аудиторію;
- провести паралель між соціальнокомунікаційними потребами (особливостями, «нормами») покоління і трендами й тенденціями видавничої галузі, визначити гіпотетичний взаємозв'язок.

**Методи дослідження.** У дослідженні використано метод трендвотчингового аналізу – маркетингового інструменту для моніторингу змін і стратегічного прогнозування трендів. Аналіз літератури й статистичних даних маркетингових і соціологічних досліджень формує необхідні узагальнення для зіставлення їх із практиками світових та українських трендсеттерів серед видавців і книгорозповсюджувачів. Для проведення паралелей між соціальними властивостями спільноти міленіалів, їхніми соціально-комунікаційними потребами й наявними трендами у видавничій діяльності використано корелятивний аналіз і враховано принцип емерджентності

**Теоретичне підґрунтя.** Дослідження проблеми сучасного медіаспоживання, мотивів і поведінки споживача згідно з теорією поколінь і новими маркетинговими підходами спирається на узагальнення Н. Хоува, В. Штраса, Д. Тапскота, Ф. Котлера, М. Пренскі, А. Соколова. Серед українських науковців сучасні явища у медіаспоживанні й соціальних комунікаціях досліджували Л. Городенко, Т. Крайникова, видавничих трендів – В. Теремко.

З 90-х рр. ХХ ст. дослідники фіксують кардинальні зміни в підходах до розуміння зв'язку «людина–медіа». Теорія поколінь Н. Хоува й В. Штраса (1991) [2] вперше описала те, як спільноти людей можна розглядати через призму цінностей, сформованих історико-культурним контекстом їх дитинства. Розвинув і поглибив цю теорію Д. Тапскот (1998, 2009) [3; 4], намагаючись розібратися з тим, що саме відрізняє міленіалів, які їхні потреби, сильні й слабкі сторони, як вони проявляються в різних сферах життя. Діджиталізація й молоде покоління стали предметом інтересу М. Пренскі (2001) [5], який застосовує термін «цифрові аборигени», описуючи людей, народжених у світі інформаційних технологій і здатних давати їм раду майже інтуїтивно.

Незалежно від цих досліджень, з 1996 р. починає розвиватись новий міждисциплінарний напрям – антропологія медіа (media anthropology). У першому випадку дослідники намагаються розібратися, які властивості покоління вимагають змінювати реальність. Натомість новий напрям розглядає те, яким чином медіа, тобто частина об'єктивної реальності, змінюють людину, спільноту (особлива роль у цих перетвореннях, звісно, відводиться саме електронним медіа). Зміни в суспільстві незаперечні, як і роль медіа в змінах. Дослідники формують логічну систему, щоб описати ці зміни й, можливо, спрогнозувати наступні.

Головними дійовими особами цих змін є молоде покоління, для позначення якого застосо-





вують різні назви (born digital, digital natives, Net-Geners, Y-generation, MeMeMe-generation, millennials); найпоширенішою з них стала назва «міленіали». Узагальнено так називають людей, народжених у період з 1983 до 2003 р. (за Д. Тапскотом – з 1977 до 1997). Розмитість критеріїв, за якими вирізняють міленіалів, є суперечливим питанням, і на нього поки що немає чіткої відповіді. Хоча більшість дослідників бере за часовий критерій 1980–2005 рр. Погоджуючись із ними, міленіалами слід вважати світову спільноту людей віком від 12 до 37 років. Таких у 2017 р. на планеті нараховується приблизно 1,7 млрд осіб, тобто майже 24 % загальної кількості населення Землі. За оцінками експертів, до 2025 р. 75 % робочих місць у світі займатимуть представники цього покоління [6].

**Результати дослідження.** Зараховування до покоління міленіалів лише за ознакою року народження досить формальне і найбільш характерне для розвинутих країн (насамперед для США, де виникла ця теорія). Дослідники не заперечують «цифрової нерівності», коли частина населення планети одного віку не має доступу до технологій. Така нерівність може існувати не лише на міжнародному рівні, а й усередині однієї країни, наприклад, Індії. Але в загальному зрізі масштабність явища дає підстави вести мову про покоління міленіалів не лише в межах США, де його почали вивчати, а й говорити про нього як про цивілізаційний феномен.

Найбільш освічене, технологічне, інфантильне й глобалізоване покоління – так стисло можна визначити особливості міленіалів. Уже на підставі цих ознак можна розмірковувати про інтереси, потреби цього покоління в конкретній видавничій продукції і його читацьку поведінку.

Молодь з вищою освітою (люди віком 25–34 роки, які за класифікацією належать до міленіалів) у розвинених країнах світу, за статистикою ОЕСР, становить у середньому 42,1 %, старше покоління – лише 26 % [7]. Рівень поширення освіти, збільшення кількості випускників вищих навчальних закладів неможливі без збільшення кількості найменувань навчальної літератури разом з її накладом. Це стимулює поширення електронних депозитаріїв в університетах, що особливо помітно в США і країнах Західної Європи. Помітна й інша тенденція: попри те, що в США за останні роки ціни друкованих підручників зросли на 82 %, молодь, яка навчається, продовжує надавати перевагу паперовому формату, і лише 9 % – електронним навчальним виданням [8].

Бурхливий розвиток індустрії відеоігор і дедалі більша доступність гаджетів серед дітей і молоді стимулювали розвиток інтерактивних

книжкових засобів. Більш тривала юність (у середньому, міленіали починають трудову діяльність після 20 років, а шлюб беруть у 30 років) викликають потребу в нових художніх творах і жанрах. Глобалізація і поширення англійської мови змушують інакше бачити світові книжкові ринки щодо конкурентоспроможності видань національними мовами і можливостей перекладних видань.

Гостре питання – наскільки покоління міленіалів варто розглядати як цільову аудиторію книжок. Чи є читання настільки популярним для нього способом проведення вільного часу, щоб можна було міркувати про перспективність його як споживача видавничої продукції? За результатами опитування міленіалів у США (2013), читання назвали третім за популярністю способом організації дозвілля (перші місця вони віддали перегляду ТВ і спілкуванню в родині) [9]. Що ж до читання в Україні, дослідження Gfk і «Київстар» (2013) свідчить, що частка читачів (покупців і непокупців книжок – спеціальні статистичні категорії) віком 15–19 і 20–29 років більша за частку нечитачів того ж віку – 35 % і 38 % проти 29 % відповідно від загальної вибірки [10].

Згідно з дослідженням від Publishing Technology, міленіали в США та Великобританії (країни – флагмани видавничої справи й розвитку технологій) читають, причому переважно друковані книжки (понад 70 % у середньому в обох країнах) [11]. Майкл Кейрнс, виконавчий директор Publishing Technology, вважає, що це дослідження дає змогу видавцям заспокоїтись: читання залишається життєво важливою частиною медіаполя для міленіалів.

Узагальнено характеризувати основні особливості покоління міленіалів можна, спираючись на вісім «норм Нет-Дженерів (див. прим. 1)» – характерних відмінностей, описаних Д. Тапскотом у «Ті, що виростили в цифровому світі» («Grown Up Digital») [4, 24–25]. Їх можна розглядати як спрощену модифікацію соціокомунікаційних потреб (за А. Соколовим [12]), оскільки всі вони реалізуються в соціумі й спираються на комунікацію в ньому.

1. *Свобода.* Міленіали прагнуть свободи в усьому, що роблять: від свободи вибору до свободи вираження.

2. *Кастомізація.* Вони люблять персоналізувати, пристосовувати предмети й умови до себе.

3. *Допитливість.* Міленіали вимогливі й прискіпливі, готові ретельно збирати інформацію щодо продукту чи виробника.

4. *Увага до корпоративних комунікацій.* Представники цього покоління звертають увагу на репутацію й відкритість компанії, вирішуючи, що купувати і куди піти працювати.





5. *Гейміфікованість*. Міленіали прагнуть розважатись, для них важливий ігровий компонент у роботі, навчанні, соціальному житті.

6. *Колаборативність*. Покоління прагне до взаємодії, швидко й охоче контактує з іншими.

7. *Швидкість*. Серед їхніх пріоритетів – швидкість усіх процесів, що відбуваються навколо них, передусім – комунікаційних.

8. *Інноваційність*. Міленіали люблять все нове й особливо цінують тих, хто це створює.

Контекст, який визначає особливості й цінності аудиторії, неодмінно зумовлює і зміни продукту, який буде актуальним для споживача, відповідатиме його потребам й інтересам. Перехід до маркетингу 2.0 (див. прим. 2) (дедалі частіше й до оновленої версії – 3.0), де в центрі уваги опиняється людина як споживач і людина як особистість, змушує ретельно простежувати те, хто і навіщо користується продуктом, що змінюється в житті цієї особи з появою товару чи послуги. Видавані медіа (друковані чи електронні) не є винятком із цього правила. Як продукт матеріально-духовної культури вони потребують проактивних змін своїх технологічної й змістової частин. Технологічна сторона виробництва видавничої продукції, на перший погляд, переживає менший вплив аудиторії, а також плавніше й закономірніше змінюється в загальному потоці технологічного розвитку (електронне книговидання), при цьому залишаючи місце традиційному (кодексна форма книжки, атрибутика на зразок «полиць» і «закладок» навіть для електронних пристроїв). Змістова вимагає суттєвішої адаптації, але ці тренди не такі очевидні й потребують ретельного дослідження.

Важливо, що особливості аудиторії міленіалів впливають на обидві сторони видавничого продукту. З одного боку, технологічний розвиток став одним з основних факторів формування особливостей покоління. З іншого – технології тепер стають на службі реалізації цілей міленіалів. Суперечливість у розумінні того, що первинне – вплив цифрового світу чи аудиторії на видавничу продукцію активізує загадку про курку і яйце, але вплив і зміни, які відбулись, незаперечні. На захист ролі аудиторії в перетвореннях книжки як медіа можна сказати лише те, що цифрові технології, очевидно, менше вплинули на зміни змістового плану.

Висновки щодо того, як співвідносяться тренди і ключові «норми» покоління, зроблені на основі співставлення аналізу публікацій фахових ресурсів про видавничу справу (Publisher's Weekly, Publishing Perspectives, Publishing Trends, «Книжная индустрия») та в Україні (Читомо) за період 2013-2016 років, аналізу списку бестселерів найбільшої глобальної онлайн-

книгарні Amazone 2013-2016 років. На підставі концепції норм Нет-Дженерів (міленіалів), запропонованої Д. Тапскотом, та загальних спостережень за видавничим ринком в Україні й світі, був сформований перелік явищ і трендів видавничої діяльності, які б могли мати за основу означені норми, особливості покоління. Пошук за ключовими словами та аналіз публікацій, списків, результатів соціологічних і маркетингових досліджень, опублікованих на фахових онлайн-ресурсах і в спеціальних розділах онлайн-книгарні, дав можливість встановити наявність і значимість трендів для глобального видавничого ринку й зробити припущення щодо кореляції з нормами міленіалів як їхніх чинників, а появу, становлення й розвиток самих трендів – як форми адаптації видавців до цих норм і спроби задовольнити соціокомунікаційні потреби покоління.

Норма свободи виявляється насамперед у наданні вибору як умови успішності конкретного комерційного продукту. У видавничій галузі це означає можливість обирати з різних форматів друкованих і електронних книжок. Онлайн-агрегатори електронних книжок, навіть орієнтовані на конкретного виробника (Barnes & Noble, Amazon тощо), а також онлайн-книгарні (загальні, окремого видавництва) прагнуть надавати вибір електронних форматів чи різні варіанти випуску книжок (як правило, палітурка чи обкладинка). Видавництва поширюють продажі електронних і паперових версій однієї книжки, як це, наприклад, робить російський трендсеттер бізнес-літератури «Манн, Иванов, Фербер». Наприклад, типова сторінка видання на Amazon пропонує на вибір видання щонайменше в паперовому й цифровому варіанті (зокрема останній орієнтований на власників фірмового рідера Kindle і дає змогу швидко купувати електронні книжки у відповідному форматі). Паперова версія, якщо такі опції пропонує видавництво, пропонується в обкладинці чи в палітурці; також в окремих випадках книжка доступна в аудіоформаті [13].

Читання електронної книжки розвиває норму свободи в бік можливості використання різних пристроїв (мобільний телефон, комп'ютер, планшет, рідер) у хмарних сервісах, які стають дедалі популярнішими. Можливість мати доступ до електронної книжки, яка зберігається в «хмарі», з різних пристроїв дає змогу читати будь-де. Цьому сприяють також онлайн-книгарні й онлайн-бібліотеки з доступом до книжок у «персональному кабінеті» в «хмарі», а також розвиток швидкісного дешевого інтернету.

Свобода поширюється в уявленні міленіалів і на боротьбу з правовими обмеженнями щодо





контенту. Хоча історія піратства значно довша за історію цього покоління, але саме міленіали мають унікальні інструменти, які сприяють розвитку цього явища. На їх погляд, вагомим чинником і умовою видавничої діяльності в наш час є виправдане книжкове піратство в інтернеті, пошук книжок у вільних джерелах, розвиток руху copyleft (див. прим. 3) і популярність creative commons (див. прим. 4). Можливість користуватись контентом, безкоштовно розміщеним в інтернеті (навіть із порушенням авторських прав), не розцінюється міленіалами як зловмисництво, а здебільшого як реалізація права на вільне поширення інформації в мережі. Такій меті підпорядковані розвиток підходу copyleft й використання матеріалів за ліцензією creative commons, яку встановлює правовласник контенту. Д. Тапскот навіть зазначає, що підхід міленіалів трохи складніший і вимагає зміни бізнес-моделі, в якій за контент представники покоління готові платити, але не в традиційний спосіб [4, 305].

Щодо норми кастомізації, то видавнича діяльність знаходить вияви у фізичній трансформації продукту, у тому числі як реакції на прояв індивідуальності споживача. Це сприяє розвитку технології print-on-demand (див. прим. 5). Такий тренд відбувся, щоправда, не стільки завдяки читачам, а завдяки незалежним видавцям, письменникам й ілюстраторам, які часто самі належать до того самого покоління і передбачають роботу в форматі персонального маркетингу – продаж конкретному покупцеві. Потужності поліграфії у світі програють невеликим selfpublishing-сервісам, як-от Lulu.com та IngramSpark. Це є своєрідним реверансом у бік руху незалежних «хіпстерських» видань (й споживачів-хіпстерів).

Хвилеподібно, але стійко розвивається тяжіння до книжкової атрибутики й своєрідних аксесуарів індивідуального оформлення (суперобкладинки, антибуки, книжки з наборами наклейок). Міленіали не лише вбачають у книжці форму прояву індивідуальності, вони є трендсеттерами щодо оригінального оформлення, доповнення видавничого продукту, конструювання його в персональній манері.

Прагнення міленіалів до кастомізації виявилось у посиленні ролі індивідуального підходу в продажі книжок (підбірки, «книжкові коробочки»). Механізми онлайн-маркетингу (ремаркетинг на основі переглядів користувача в мережевій книгарні) й особливості роботи спеціальних сервісів на зразок BookBox (формування персональної книжкової посилки під уподобання адресата) підкреслюють цінність вибору літератури залежно від інтересів і смаків

читача, намагання вивчити й урахувати їх.

Норма допитливості, підкріплена розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, виявляється у тому, що купівля книжок стає менш спонтанною й більш продуманою. Міленіал схильний спочатку ознайомитися з інформацією про книжку в інтернеті, прочитати відгуки на неї, пошукати її в онлайн-книгарнях за вигідною ціною чи її безкоштовну версію у вільному доступі, прочитати ознайомлювальний фрагмент тощо. Цей тренд нерозривно пов'язаний з актуальністю відгуків і рекомендацій на книжки в соціальних мережах, як і на будь-який інший продукт чи послугу. Поряд з експертними оцінками, міленіали схильні аналізувати відгуки звичайних читачів і мають для цього технологічні можливості: використовують коментарі в соцмережах, на рекомендаційних сервісах, на сторінках видавництва і онлайн-книгарень. Найпромовистішим доказом цього можна вважати придбання Amazon рекомендаційного сервісу Goodreads, врахування відгуків і рецензій з цього ресурсу в позиціонуванні книжки в книгарні («Goodreads Awards»).

Інтерес до соцмереж і спілкування в них для міленіалів нерозривний з увагою до корпоративних комунікацій, де особливе місце займають книжковий піар, книжкові лідери думок і SMM (social media marketing). Піар-кампанії, подекуди досить агресивні, стосуються не лише виданих книжок, а й репутації видавництва як відповідального роботодавця, виробника якісної продукції та ін. Соціальні мережі скорочують відстань між читачем і тим, чия книжкова рекомендація може мати для нього значення. Видавці, автори, експерти різних галузей, які діляться враженнями про прочитані книжки, стають у мережі лідерами думок і можуть впливати на комерційний успіх книжки.

Досить яскраво виявилась норма гейміфікованості й прагнення до розваг, вплинувши на розвиток друкованих і електронних видань, що містять елемент інтерактивності. Розмальовки-антистреси (найпотужніший видавничий тренд 2015 р. в усьому світі – про що свідчить уже те, що виникнувши як формат вони в той же рік посіли одразу 5 позицій серед 20 лідерів рейтингу бестселерів на Amazon [14]), книжки, які треба розірвати чи спекти, щоб прочитати, щоденники «для створення вражень» – формати, які нагадують дитячі видання, але є успішними в дорослих міленіалів. Це покоління читачів прагне розважитися колективно, тому набувають великої популярності книжкові флешмоби: соціальне залучення у формі гри – флешмоби, челенджі, складання списків для прочитання, обмін книжками тощо. Бестселери художньої





літератури й розвиток інтернет-комунікації поряд з інтересом міленіалів до гри сприяє формуванню великих спільнот, фендомів шанувальників книжок, серій чи авторів, які вдаються до ігрових взаємодій і власної творчості [15]. Масштабні конференції любителів коміксів (Comiccon) чи ціла індустрія розваг, базованих на серіях фантастичних і фентезійних книжок – те, як ця трансформація знайшла вияв у сучасній глобальній культурі [16]. Роль і вага саме коміксів для видавців зчитується вже з того, що це єдиний жанр новини про який винесені в окремий підрозділ на одному з ключових профільних онлайн-ресурсів Publishers Weekly.

Прагнення до колаборативності й потреба в ній як ознака покоління міленіалів відобразилася в механіці sharing economy – зокрема поширенні механізми краудсорсінгу й краудфандінгу. Видавці втратили свою монополію «гейткіпера» у виданні книжок. Міленіали охоче об'єднують зусилля й кошти, сприяючи виходу книжки (у тому числі завдяки платформам на зразок Kickstarter, Komubook чи Спільнокошт) [17]. Поряд із цим міленіали здатні впливати не лише на вихід книжки, а й на створення контенту. В останні десятиліття помітніший вплив книжкових фан-клубів і читачів в цілому на роботу видавництва. Міленіали прагнуть об'єднувати зусилля, впливаючи на дії видавництва чи автора, масово звертаючи увагу, наприклад, на недоліки видання, як це відбувалось із окремими книжками «Клубу сімейного дозвілля», які видавництво було змушене відкликати через критику в соціальних мережах. [18] На швидкість як цінність для міленіалів видавничий світ відреагував розвитком сервісів короткого змісту тексту (Briefly, Smart reading) і забезпеченням оперативної доставки книжок / швидкого завантаження контенту. Міленіали прагнуть встигнути за інформаційними потоками й зацікавлені в скороченому читанні – цитат, стислого викладу, дайджестів тощо [19].

Інноваційність як одна з вагомих особливостей і переваг покоління виявилася розвитком інтерактивних книжок і програмного забезпечення для зручності роботи з електронним контентом («хмарні сервіси», читання різних форматів, додатки й віджети тощо). Ринок одночасно розвивається завдяки технологіям, більшій доступності пристроїв й інтересу міленіалів до нового [20]. Не виключено, що ставлення до таких книжок частково пов'язане з інтересом читача до гри й новизни, ніж до змісту чи зручності такого виду видання.

Інноваційність міленіалів виявилась і щодо культури читання, позначившись на появі бібліотек і місць для читання в новому сучасному

форматі [21]. Книжка не бачиться як інноваційний продукт, і міленіали схильні більше модернізувати не її, а простір її читання чи зберігання. Сучасні бібліотеки, коворкінги з книжками, кав'ярні-книгарні – альтернатива звичному домашньому читанню й гармонійно поєднуються з іншими «нормами» міленіалів – колаборативністю (читання в оточенні інших), свободою й гейміфікацією (можливість одночасно і читати, і проводити час в інший спосіб; книгарня чи бібліотека як місце для гри). Хоча це і не тренд видавничої діяльності, але промовистий вияв того, як мислить покоління і як воно бачить місце книжки й книжної культури в соціально-культурному контексті.

«Норми» міленіалів, описані Тапскотом, представляють найзагальніші потреби й цінності покоління, тримаючись осторонь яскравих явищ соціально-культурного контексту. Одним з них є те, що міленіали – перше покоління у ХХ ст., яке жило в родині демократичного стилю, де дитина не просто мала «право голосу», а й виступала експертом у новій для старших представників родини галузі – інформаційних технологіях. Очевидно, є підстави враховувати це, ведучи мову про дитячу й підліткову літературу, її героїв (наприклад, коли йдеться про розквіт жанру young adult (див. прим. 6)), підхід до купівлі книжки й роль книжки в житті підлітка.

Ще однією особливістю, яку згадує Д. Тапскот, є інтерес міленіала до себе, який, пропущений крізь «норму» прискіпливо все вивчати, цілком можна трактувати за підґрунтя популярності нон-фікшен літератури, присвяченої нейронаукам, психофізіології тощо [22].

**Висновки.** Розглядаючи зв'язок між тенденціями видавничої сфери й особливостями покоління міленіалів, можна помітити, що частина трендів і того, що вже стало тенденцією (тобто явищем суттєво тривалішим у часі, стійкішим), породжена одночасно кількома «нормами». Тренди підсилюються соціокомунікаційним (інформаційними потребами різного рівня – прикладними чи духовними) і технологічним (соціальні мережі, хмарні сервіси, інтерактивні мультимедіа) складниками. Проникнення цифрових технологій в усі сфери життя міленіалів є впливовим джерелом трендів сучасної видавничої галузі. При цьому технологічний компонент не мав би такого впливу, якби не загальний історико-культурний контекст, який формував і формує покоління, що до 2020 р. посяде 50 % робочих місць на планеті [23]. Спрацьовує принцип емерджентності, завдяки якому поєднання соціокомунікаційного й технологічного спонукає видавничу галузь до адап-





тацій, що відповідають не окремим чинникам, а їх специфічній нерозщеплюваній комбінації.

Тлумачення цільової аудиторії як представників певного покоління (тут – міленіалів) цілком обґрунтоване в контексті сучасного етапу розвитку цивілізації, а також гуманітарних наук і їх впливу на діяльність у різних галузях. Міленіали, всупереч технократичному погляду на сучасність і високотехнологічний світ, в якому вони живуть, зберігають цінність читання книжок як способу забезпечення своїх різноманітних соціокомунікаційних потреб. Адаптація видавничої галузі й формування її трендів безпосередньо залежить від специфічного поєднання соціокомунікаційних особливостей покоління й технологічних досягнень.

У сучасному світі міленіали транслюють свої норми та цінності через залучення, підтримку чи навпаки відторгнення тих чи інших явищ. Поряд із цим поява і проникнення технологій, насамперед комунікаційних, створюють інструментальне підґрунтя для такого залучення чи протиставлення. Ці процеси, набуваючи масштабних і порівняно тривалих у часі форм, задають тренди у різних галузях і сферах людської діяльності, зокрема у видавничій діяльності. Для видавця цей взаємозв'язок специфіки покоління міленіалів-читачів і технологічного розвитку стає джерелом важливих інсайтів у створенні більш актуальних і цікавих аудиторії продуктів чи маркетингового позиціонування продукції. І найголовніше – увага до цієї взаємодії, виокремлення аудиторій на підставі теорії поколінь і розуміння особливостей покоління, підсилені технологіями, інтерес до проявів цих особливостей у суміжних галузях і середовищах дає змогу прогнозувати тренди видавничої справи й ставати трендсеттерами на ринку, базуючись на цьому баченні як на новому підході.

#### Список літератури

1. Kotler, Ph., Hermawan K., & Iwan S. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. Hoboken Wiley, New York.
2. Strauss, W., Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069* Morrow, New York.
3. Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation* McGraw-Hill, New York.
4. Tapscott D. (2009) *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World* McGrawHill Companies, New York.
5. Prensky, M. (2001, October 5). "Digital Natives, Digital Immigrants", available at <http://marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants - Part1.pdf> (accessed 6/11/2016).
6. GBCSA (2010) "Global WorkPlace Innovation. Generation Y and the Workplace Annual Report 2010",

available at <http://www.gbcsa.org.za/wp-content/uploads/2013/06/NZGBC-Gen-Y-and-The-Workplace-Annual-Report-2010.pdf> (accessed 6/11/2016).

7. "Education attainment – Population with tertiary education", available at <https://data.oecd.org/eduatt/population-with-tertiary-education.htm> (accessed 6/11/2016).

8. Rosenwald, M. S. (2015, February 22). "Why digital natives prefer reading in print. Yes, you read that right", available at [https://www.washingtonpost.com/local/why-digital-natives-prefer-reading-in-print-yes-you-read-that-right/2015/02/22/8596ca86-b871-11e4-9423-f3d0a1ec335c\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/local/why-digital-natives-prefer-reading-in-print-yes-you-read-that-right/2015/02/22/8596ca86-b871-11e4-9423-f3d0a1ec335c_story.html) (accessed 6/11/2016).

9. Lachman, M. L., & Deborah L. B. (2013). *Generation Y: Shopping and Entertainment in the Digital Age* Urban Land Institute, Washington, D.C.

10. Дослідження читання книжок в Україні 2014 // SlideShare / GfK Ukraine. URL : <http://www.slideshare.net/Kyivstar/report-gfk-reading2014foruploading-38932265> (дата звернення 20.02.2016).

11. *Publishing Technology* (2015) "Millennials & Media. Results of the 2015 survey", available at <http://www.ingenta.com/research/#millennials> (accessed 6/11/2016).

12. Соколов А. В. *Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ.* Санкт-Петербург. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 461 с.

13. *Hawkings P.* (2015) «The Girl on the Train» Amazon Books Book Page available at <https://www.amazon.com/Girl-Train-Paula-Hawkins/dp/1594633665/> (accessed 6/11/2017)

14. *Amazon* (2015) "Amazon Best Sellers of 2015", available at [https://www.amazon.com/gp/bestsellers/2015/books/ref=zg\\_bsar\\_cal\\_ye](https://www.amazon.com/gp/bestsellers/2015/books/ref=zg_bsar_cal_ye) (accessed 6/11/2017).

15. *Donovan J.* (2014) «Fanfiction and Fandoms: A Primer, A History» available at: <http://www.publshingtrends.com/2014/11/fanfiction-fandoms-primer-history/> (accessed 6/11/2017)

16. *MacDonald H., Reid C.* (2015) «Brands and Fans Flock to Biggest New York Comic Con Yet» available at: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/68363-brands-and-fans-flock-to-biggest-new-york-comic-con-yet.html> (accessed 6/11/2017)

17. *Reid C.* (2016) «Kickstarter Hits a Publishing Milestone» available at <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/71246-kickstarter-hits-a-publishing-milestone.html> (accessed: 6/11/2017).

18. Герасименко О. Кінг і КСД: скандальні і нові переклади // Читомо. URL : <http://www.chytomo.com/news/king-i-ksd-skandalni-i-novi-perekladi> (дата звернення 7.11.2017 р.).

19. *Состояние книжного рынка в России: селф-паблишинг, создание саммари и интерактивные книги* // Книжная индустрия. URL : [http://www.bookind.ru/events/3590/?sphrase\\_id=1639062](http://www.bookind.ru/events/3590/?sphrase_id=1639062) (дата звернення 6.11.2017).

20. *Tan T.* (2015) «Meeting the Demand for More Agile and Mobile Content: Digital Solutions in India 2015» available at: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/66401-meeting-the-demand-for-more-agile-and-mobile>





content-digital-solutions-in-india-2015.html (accessed 6/11/2017).

21. *Rosen J.* (2013) «Small Is Beautiful: Micro Bookstores Find a Place» available at <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/60293-small-is-beautiful-micro-bookstores-find-a-place.html> (accessed 6/11/2017).

22. *Nargi L.* (2016) «Popular Neuroscience: Books About the Brain for 2016» available at <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/new-titles/adult-announcements/article/69641-popular-neuroscience-books-about-the-brain-for-2016.html> (accessed 6/11/2017)

23. *PwC* (2011) “Millennials at work : Reshaping the workplace” available at <https://www.pwc.com/ml/en/services/consulting/documents/millennials-at-work.pdf> (accessed 6/11/2017).

Надійшла до редколегії 26.03.17

### References

1. *Kotler, P., Hermawan, K. & Iwan, S.* (2010), *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit.* Hoboken, Wiley, New York.

2. *Strauss, W. & Howe, N.* (1991), *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069,* Morrow, New York.

3. *Tapscott, D.* (1998), *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation,* McGraw-Hill, New York.

4. *Tapscott, D.* (2009), *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World,* McGrawHill Companies, New York.

5. *Prensky, M.* (2001), “Digital natives, digital immigrants”, *On the Horizon,* MCB University Press, vol. 9, no. 5, available at : <http://marcprensky.com/writing/Prensky> (accessed 6/11/2016).

6. *GBCSA* (2010), *Global Workplace Innovation. Generation Y and the Workplace Annual Report 2010,* available at <http://www.gbcsa.org.za/wp-content/uploads/2013/06/NZGBC-Gen-Y-and-The-Workplace-Annual-Report-2010.pdf> (accessed 6/11/2016).

7. *OECD* (2015), “Education attainment – population with tertiary education”, available at : <https://data.oecd.org/eduatt/population-with-tertiary-education.htm> (accessed 6/11/2016).

8. *Rosenwald, M. S.* (2015), “Why digital natives prefer reading in print. Yes, you read that right”, *The Washington Post,* available at : [https://www.washingtonpost.com/local/why-digital-natives-prefer-reading-in-print-yes-you-read-that-right/2015/02/22/8596ca86-b871-11e4-9423-f3d0a1ec335c\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/local/why-digital-natives-prefer-reading-in-print-yes-you-read-that-right/2015/02/22/8596ca86-b871-11e4-9423-f3d0a1ec335c_story.html) (accessed 6/11/2016).

9. *Lachman, M. L. & Deborah, L. B.* (2013), *Generation Y: Shopping and Entertainment in the Digital Age,* Urban Land Institute, Washington, D.C.

10. *Perekosova, D. & Vyshlinskyi, H.* (2014), *Books Reading Research in Ukraine 2014,* available at : <http://www.slideshare.net/Kyivstar/report-gfk-reading2014-for-uploading-38932265> (accessed : 20/2/2016).

11. *Ingenta* (2015), “Millennials & Media. Results of the 2015 survey”, available at : <http://www.ingenta.com/research/#millennials> (accessed : 6/11/2016).

12. *Sokolov, A. V.* (2002), *Social Communication Common Theory : a Textbook,* Izdatielstvo Mikhaylova, St.-Petersburg, 461 p.

13. *Hawkings P.* (2015) «The Girl on the Train» Amazon Books Book Page available at <https://www.amazon.com/Girl-Train-Paula-Hawkins/dp/1594633665/> (accessed 6/11/2017)

14. *Amazon* (2015) “Amazon Best Sellers of 2015”, available at [https://www.amazon.com/gp/bestsellers/2015/books/ref=zg\\_bsar\\_cal\\_ye](https://www.amazon.com/gp/bestsellers/2015/books/ref=zg_bsar_cal_ye) (accessed 6/11/2017).

15. *Donovan J.* (2014) «Fanfiction and Fandoms: A Primer, A History» available at : <http://www.publishingtrends.com/2014/11/fanfiction-fandoms-primer-history/> (accessed 6/11/2017)

16. *MacDonald H., Reid C.* (2015) «Brands and Fans Flock to Biggest New York Comic Con Yet» available at : <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/68363-brands-and-fans-flock-to-biggest-new-york-comic-con-yet.html> (accessed 6/11/2017)

17. *Reid C.* (2016) «Kickstarter Hits a Publishing Milestone» available at <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/71246-kickstarter-hits-a-publishing-milestone.html> (accessed : 6/11/2017).

18. *Gerasymenko O.* (2015) King and KSD: skandaled and new translations <http://www.chytomo.com/news/king-i-ksd-skandalni-i-novi-perekladi> (accessed : 7/11/2017).

19. *Book Industry* (2016) “Russia’s book market conditions: self-publishing, making summaries and interactive books” available at : [http://www.bookind.ru/events/3590/?sphrase\\_id=1639062](http://www.bookind.ru/events/3590/?sphrase_id=1639062) (accessed : 6/11/2017).

20. *Tan T.* (2015) «Meeting the Demand for More Agile and Mobile Content: Digital Solutions in India 2015» available at : <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/66401-meeting-the-demand-for-more-agile-and-mobile-content-digital-solutions-in-india-2015.html> (accessed 6/11/2017).

21. *Rosen J.* (2013) «Small Is Beautiful: Micro Bookstores Find a Place» available at <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/60293-small-is-beautiful-micro-bookstores-find-a-place.html> (accessed 6/11/2017).

22. *Nargi L.* (2016) «Popular Neuroscience: Books About the Brain for 2016» available at <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/new-titles/adult-announcements/article/69641-popular-neuroscience-books-about-the-brain-for-2016.html> (accessed 6/11/2017)

23. *PwC* (2011) “Millennials at work : Reshaping the workplace” available at <https://www.pwc.com/ml/en/services/consulting/documents/millennials-at-work.pdf> (accessed 6/11/2017).

Submitted 26.03.17







### Примітки

1. Д. Тапскот дотримується терміна NetGenerers, тобто «мережеве покоління», але оскільки термін «міленіали» (автором якого є Н. Хоув) більш поширений і застосовується до того самого покоління, надалі використовується саме він.

2. Принцип маркетингу 1.0 – пропонуй те, що виробляєш; принцип маркетингу 2.0 – вивчай потреби людей і задовольняй їх.

3. Рух за вільний обмін інформацією в мережі.

4. Використання матеріалів за ліцензією.

5. Друк на вимогу.

6. Література для підлітків.

### Поципукх Е.

#### Тренды и трансформации издательского дела как форма адаптации к целевой аудитории миллениалов

Основная цель статьи состоит в обзоре современного подхода к изучению читательской аудитории на основе теории поколений и демонстрирует параллель между трендами и трансформациями издательской отрасли и особенностями поколения миллениалов как потребителей книжной продукции. Рассмотрены роль чтения в жизни поколения «цифровых аборигенов» на основании анализа литературы и статистических данных как основных методов исследования. Определена дилемма взаимовлияния цифровых инноваций и обусловленных ими социально-культурных явлений как основа ценностей поколения потребителей. Для раскрытия этих проблем были использованы методы трендотчингового и коррелятивного анализа (через сопоставление особенностей поколения и трендов, которые они создают).

Как результат исследования, была выявлена дилемма: тренды усиливаются социокоммуникационным (информационные потребности разного уровня – прикладные или духовные) и технологическим (социальные сети, облачные сервисы, интерактивные мультимедиа) составляющими. Проникновение цифровых технологий во все сферы жизни миллениалов и тот факт, что становление и взросление этого поколения состоялось или происходит в среде, пронизанной цифрой, и является основным фактором большинства трендов современной издательской отрасли. Сочетание социокоммуникационного и технологического побуждает издательскую отрасль к адаптации, соответствующей не отдельным факторам, а их специфической нерасщепляемой комбинации.

**Ключевые слова:** теория поколений; миллениалы; издательский тренд.



Риженко Л. М.,  
викладач навчально-наукового інституту  
міжнародних відносин НАУ

Ryzhenko Liudmyla,  
Lecturer of the Educational Research Institute  
of International Relations  
National Aviation University

УДК 007:[070:82-92+ 004.738.5](477)

## Жанрові моделі друкованих ЗМІ. Старі проблеми і нові підходи

## Genre Models of Print Mass-Media. Old Problems and New Approaches

Метою статті є виявлення проблем розвитку центральних і регіональних пресових видань України, що особливо актуально з реалізацією Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».

Проаналізовано застосування жанрових моделей; новації в організації роботи творчого колективу окремих редакцій; показано методи вивчення редакціями потреб читацької аудиторії. Досліджено формування творчих заявок на оригінальні жанрові моделі; вказано на труднощі професійного, зокрема етичного характеру, які виникають у зв'язку з реалізацією теоретичних розробок у практичній площині. Приділено увагу складовим компонентам жанрових моделей: від графічного вирішення подачі текстового матеріалу і світлин, до експериментів у жанроутворенні. Розглянуто питання взаємодії з читацькою аудиторією, особливості реагування на редакційні новації у складному для сприйняття питанні зміни жанрової моделі конкретного друкованого видання. Досліджено розвиток друкованих ЗМІ у плані жанроутворення і підготовки до створення інтернет-версій.

Використано історико-порівняльний метод дослідження, а також метод моніторингу та метод кількісного аналізу. Матеріали наукового дослідження реалізуються у викладацькій роботі авторки статті, а також при підготовці нових жанрових моделей студентських навчальних газет та журналів.

**Ключові слова:** жанрова модель; групи жанрів; репортаж; інтерв'ю; преса; інтернет-версія; кореспондент; читацька аудиторія.

The aim of the article is to identify the problems of development of national and regional print media of Ukraine that is especially relevant due to implementation of the Law of Ukraine "On the reform of state and communal print media". The comparatively-historical method, monitoring method and method of quantitative analysis became the basic methods of the given research.

Application of genre models and innovations in work organization of creative teams of certain media outlets are analysed; the methods of studying the readership's needs are shown. Development of creative applications for innovative genre models is researched; in particular, it is specified the professional and ethical difficulties which emerge in terms of transferring theoretical insights into practice. It is focused on constituent components of genre models: from graphical solution such as representation of text material and photos, to experiments in genre creation. It is considered the issues of interaction with readership, especially the reaction to editorial innovations related to changeover in genre model of a specific print media. The development of print media outlets in terms of genre creation and preparation of online versions is studied.

The research findings can be applied in teaching work of the article's author and also when preparing the new genre models of student scientific newspapers and journals.

**Keywords:** genre model; groups of genres; reporting; interview; print media; internet-version; correspondent; readership.





**В**ступ. Питання жанрових моделей друкованих ЗМІ є ровесником друкованих видань. Без екскурсу в історію проблеми (з огляду на формат статті), зупинимося на об'єктивних чинниках, що приводили до необхідності кардинальних чи часткових новацій у жанрових моделях. Першим об'єктивним чинником були зміни соціально-економічних умов, які, в свою чергу, вели до змін у масовій свідомості. Це змушувало видавців газетно-журнальної продукції, редакторів друкованих видань, відповідаючи на читацькі запити, змінювати жанрові моделі. Другим об'єктивним чинником став технічний прогрес, удосконалення процесу випуску друкованих видань, збільшення їх обсягу, зміни формату, що також вплинуло на творчі пошуки редакційних колективів, дизайнерських груп, кінцевою метою яких було досягнення консенсусу між змістом і формою подачі інформаційних матеріалів.

До менш вагомих, але теж важливих чинників зміни зовнішнього вигляду і внутрішнього змісту газети чи журналу, слід віднести часом не прогнозовані зміни функціонування редакційних колективів. Глобальною зміною, поштовхом до процесів творчого переосмислення жанрової моделі може стати війна, революція. Як наслідок, збільшується кількість інформаційно-публіцистичних жанрів, репортажних світлин, відповідно, редакція добирає у штат репортерів, інтерв'юерів.

Вагомою причиною модифікації жанрової моделі є зміна власника видання чи роздержавлення друкованих ЗМІ, на що спрямовано зміст Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» [1]. В цьому випадку процес змін є певною мірою суб'єктивним, нав'язаним ззовні. При цьому на перебудову жанрової моделі редакції відводиться обмаль часу, за який слід не лише переформатувати обличчя газети і журналу, змінити стилістику і методи подачі матеріалів, а й примусити журналістів змінити повністю чи частково систему професійних орієнтирів, а відповідальним працівникам регіональних видань – спрямувати зусилля на досягнення прибутку.

**Теоретичне підґрунтя.** Жанрова видозміна, зумовлена об'єктивними чи суб'єктивними чинниками або їх поєднанням, неодмінно породжує цілу низку проблем, що потребують швидкого вирішення.

В науковій розвідці авторка спиралась на роботу В. Різуна [2], присвячену проблемам впливу на суспільну і масову свідомість. Серед головних джерел осмислення проблем жанротворення при організації нових видань стали дослідження М. Василенка [3]. Під час аналізу

групи художньо-публіцистичних жанрів прислужилась праця О. Глушка [4]. У тій частині статті, де йдеться про рівень домислу і вимислу, застосовано підходи Д. Прилюка [5].

Оригінальні підходи до розвитку журналістики друкованих та інтернет-видань пред'являє в своїх працях С. Даниленко [6]. Проблеми медіаконтенту були досліджені в роботі К. Горської [7].

**Мета дослідження** – виявлення проблем розвитку центральних і регіональних пресових видань України, проблем зміни жанрових моделей, що особливо актуально з реалізацією Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».

**Завдання дослідження** – аналіз зміни жанрових моделей та екстраполяція його результатів у практичну площину, що дасть змогу редакційним колективам використати вітчизняний і світовий досвід змін жанрових моделей.

**Методи дослідження.** Використано історичний і порівняльний методи. Для аналізу читацьких відгуків, що надходять на адресу інтернет-версій друкованих видань, застосовано метод моніторингу, як авторський так і результати моніторингу редакцій друкованих видань. Продуктивним стало використання методу кількісного аналізу, особливо коли йшлося про кількість друкованих матеріалів, що належать до певних жанрових груп.

**Результати дослідження.** На редакційну політику і стилістику подачі матеріалів впливають читацькі запити. А отже, жанрова модель друкованих ЗМІ та їх інтернет-версій залежить від стану масової свідомості. До революційних подій 2013–2014 рр. у масовій свідомості відбувався своєрідний процес, який український дослідник В. Різун охарактеризував як стан «бродіння»: «Бродіння ж настроїв – це перший обов'язковий етап, етап їх зародження (але для цього у суспільстві має бути або невдоволення, або захоплення; якщо його немає то його слід зробити, інакше не виникнуть масові настрої і не сформується маса, а значить не буде об'єкта діяльності для масової комунікації)» [2, 62].

В аналітичній статті в газеті «День» українська науковець І. Грабовська мотивовано довела, що драматичні події Революції Гідності і наступної війни на Сході привели до кардинальних змін у масовій свідомості і суспільній моралі [8]. Журналісти мусили оперативно відреагувати на ці процеси, оскільки аналіз читацької пошти, що надходила у вигляді смс-повідомлень або на редакційні сторінки у соціальних мережах, свідчив про зростаючі вимоги до журналістських творів.





Цю тезу обстоюють як читачі, громадські активісти, так і самі журналісти. У масштабному опитуванні, що його провів інтернет-портал «Детектор-медіа» до Дня журналіста, відома українська журналістка О. Герасим'юк стверджує: «...є запит нового суспільства на нову якість»; а викладач журналістики і науковець В. Голубєв зазначає, що після 2014 р. спостерігаємо: «Бурхливий розвиток розслідувань. Попри низьку дієвість багатьох виступів, суспільство привчається до того, що темні справи можна і варто виносити на світло. Інакше ми даємо добро на те, що подальша гра буде виключно на темному боці. А цього не можна допустити. Журналістські розслідування – це обов'язкова протидія злу. Рано чи пізно це дасть результат» [9].

Історія розвитку світової журналістики свідчить, що під час екстремальних подій у пресовій журналістиці домінує група інформаційно публіцистичних жанрів. Репортаж, інтерв'ю – найоптимальніша форма адекватного відображення події, що трапилася на очах самого репортера чи респондента, у якого бере інтерв'ю журналіст. Основна проблема при цьому залишається традиційною: перевірка об'єктивності поданої інформації. В особливих умовах революційного чи військового протистояння редакції часто не в змозі оцінити правдивість опису події. Оперативність домінує над традиційними методами редакційної політики: дотримання якомога повної об'єктивності шляхом перевірки правдивості інформаційного повідомлення з незалежних джерел.

Редакції друкованих видань досить швидко знайшли вирішення цієї проблеми. Нині практично всі друковані видання України, в тому числі колишні державні міськрайонні газети, мають свої інтернет-версії. Оперативне реагування читачів друкованого видання може бути не лише оцінкою матеріалу, а і його доповненням, уточненням, іноді – спростуванням. Перші інтернет-версії друкованих видань в Україні з'явилися понад 10 років тому. Започаткували цю справу традиційно популярні загальноукраїнські паперові видання газети «День» ([www.day.kiev.ua](http://www.day.kiev.ua)); «Дзеркало тижня» (<https://zn.ua>); «Сьогодні» (нині [www.segodnya.ua](http://www.segodnya.ua)).

Спершу інтернет-версії практично в усьому нагадували друковані видання. Насамперед, жанровою палітрою і методами подачі інформації. Прикладом може бути паперове видання «Левий берег». Газета, що виходила в Дніпропетровську, згодом в Києві у 2008-2012 рр. накладом понад 50 тис. примірників. Інтернет-версія паперового видання була створена у 2009 р. і розміщувала саме друковані матеріали. Через кілька років виявилось, що інтернет-версія повністю витіснила з інформаційного простору України паперовий

варіант. «Творчий колектив редакції «Левий берег» продовжує свою роботу в межах інтернет-проекту. Ми щиро сподіваємося, що зможемо не тільки зберегти все краще, що було в друкованій версії Левого берега, але і вивести Lv.ua на якісно новий рівень розвитку», – було заявлено колективом редакції друкованого видання газети «Левый берег» [10].

Фахівець з проблем медіаконтенту К. Горська пише: «Поява нових каналів передачі інформації знімає монополію традиційних медій, збільшує роль нових медіапосередників...» [7, 44]. Інтернет-версія друкованого видання є саме таким посередником. Проблематичним залишається питання: чи вважати інтернет-версію, в якій часом з'являються оригінальні авторські матеріали, які з тих чи інших причин не увійшли до друкованого номеру, засобом масової інформації, що лише тимчасово пов'язаний із друкованим виданням?

«Інтернет справді є комунікаційним простором, але загальнодоступні сайти можна віднести до засобів масової комунікації, оскільки вони відповідають усім необхідним умовам» – констатує у своїй роботі вітчизняний дослідник В. Іванов [11, 29]. Водночас, коли абстрагуватися від процесу рерайтингу й орієнтуватися лише на оригінальні журналістські твори, то маємо ввести мову про оригінальний вид контенту. Як пише Л. Городенко, контент «...завдяки технологіям стає доступнішим, динамічнішим та набуває глобального характеру... Одночасно ... доступність інформації знизилася її цінність, а лавиноподібне зростання кількості призвело до нездатності користувачів самостійно орієнтуватися в інформаційному просторі. Водночас стрімке поширення громадянської журналістики сформувало нову медіареальність, до ефективного існування в якій традиційні ЗМІ виявилися не готові» [12, 7].

З останнім висловлюванням української дослідниці медіаконтенту можемо погодитися лише частково. Справді, жанрові моделі сучасних українських друкованих ЗМІ ще остаточно не визначилися. Специфіка жанрової моделі друкованого видання, а нині з інтернет-додатком, полягає у постійній зміні, своєрідному творчому пошуку. При цьому слід зазначити, що жанрова модель сучасних українських пресових видань не виходить за межі установлені концепції, прийнятої ще за часів радянської журналістики, коли жанри поділялися на три групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Це переконливо доведено українськими вченими В. Різуном та Т. Трачук у монографії «Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства» [13]. На думку дослідників:





«система жанрів радянської журналістики як чітка структура була сформована за єдиним принципом, критерієм (спосіб освоєння жанром життєвого матеріалу) у три групи» [13, 144].

Таким чином, нові жанрові моделі не передбачають появи груп нових жанрів. Дискутуючи з прихильниками іншої точки хору, вітчизняний дослідник М. Василенко пише: «Загальною характеристикою цих наукових праць, підручників, де викладено основні теоретичні положення, є заангажованість і значний розрив із повсякденною журналістською діяльністю. Зокрема, численні роботи О. Тертичного за змістом і стилістикою є не стільки продовженням, скільки невдалим копіюванням відомого посібника за редакцією В. Пельта. Ґрунтовна праця М. Кіма переобтяжена посиланнями на літературознавчі та соціологічні дослідження... Фактично, відмовившись від класичного для радянського часу поділу жанрів на групи, автор намагається ввести власну систему класифікації, що має штучний і незрозумілий вигляд» [3, 23].

Нова жанрова модель передбачає принципово іншу систему підготовки журналістських кадрів, яка базується на професійних здобутках і новаціях останніх років, що стали відповіддю на запити громадської думки, читацького загалу.

В сучасних умовах перебудови газетно-журнальних концепцій реалізується творче передбачення відомого українського журналістикознавця Д. Прилюка стосовно домислу і вимислу в журналістському творі. З цього приводу Д. Прилюк написав: «З творчої уяви і фантазії народжуються вимисли і домисли як їх конкретні вираження. Навколо їх правомірності в журналістській творчості точиться безперервна дискусія, і вона, очевидно, продовжуватиметься, бо, з одного боку, журналістика залишається вірною принципу правдивості, і будь-які вигадки дискредитуватимуть його, а з другого боку, журналістська творчість неможлива без творчої уяви і фантазії, які, як відомо, припускають відліт від точного копіювання дійсності» [5, 58].

Жанрові моделі нових і переформатованих традиційних видань передбачають і нові модифікації в межах і поза межами самих жанрових груп. Перехід у межах групи раніше вважався явищем досить поширеним. Так, український науковець М. Василенко у своїх роботах детально аналізує ті можливості, що їх відкриває поєднання репортажу й інтерв'ю [14]. А вже буквально через кілька років у своїх наукових розвідках М. Василенко констатує ефективність репортажних елементів і елементів інтерв'ю в аналітичній статті [15, 85–87].

Зауважимо, що своєрідний творчий «мікс» кількох жанрів у межах одного матеріалу – досі

явище досить незвичне для пересічного читача. Проте, враховуючи кардинальні зміни в масовій свідомості, що до певної міри стали наслідком подій останніх років, маємо всі підстави припускати, що подібні творчі експерименти мають шанси на успіх.

Жанрові моделі сучасних друкованих видань можуть містити значну кількість ілюстративного матеріалу. Йдеться, насамперед, про оперативні світлини з місця події, зроблені за допомогою мобільних телефонів непрофесійними фоторепортерами, пересічними громадянами. У цих випадках брак професіоналізму до певної міри компенсується оперативністю.

Світлини мають бути лише авторськими, оскільки за свідченнями К. Горської, вже існують прецеденти позовів до редакторів інтернет-порталів, які використали світлини без посилання на авторство [7, 239–251].

Світлини у форматі газетно-журнального видання мають свою специфіку подачі, що значною мірою впливає на формування нової жанрової моделі. Насамперед, якість зображення на світлинах багато в чому залежить від якості газетного паперу і добросовісності та професіоналізму працівників друкарні, які відповідають за черговий номер видання. Меншою мірою якість зображення є предметом турботи для редакцій журналів, які друкуються на високоякісному, так званому «крейдянному папері». Однак і тут на стилістику подачі впливає ряд факторів: вмiла робота дизайнерів номеру, актуальність фоторепортажу, що через періодичність журналу може застаріти тощо.

Головним чинником якості, високої художності і максимальної правдивості світлин у газетно-журнальному виробництві є робота самого фоторепортера. Слід зазначити, що за останні роки ряд національних журналів значно покращили подання світлин, поліпшилася якість і зросла кількість авторських малюнків і колажів. Йдеться про журнали «Український тиждень», «Країна», «Жінки і життя». Вдалі жанрові моделі, в яких широко використовуються оригінальні авторські фото, є в газетах «День», «Газета по-українськи», «Україна молода». Газета «Вечірній Київ», починаючи з 2015 р., повністю змінила зовнішній вигляд, систему подачі матеріалів, сміливо експериментує з жанрами. На жаль, це не позначилося на тиражі видання, що із 600–650 тис. примірників на день у 70-ті рр. минулого століття, впав до кількох тисяч на сьогодні. Цифри реального тиражу, як і цифри щоденного списання нереалізованих примірників, лишаються редакційною таємницею, тому будь-які підрахунки тиражу сучасних газет і журналів можуть бути лише приблизними.





Всі загальнонаціональні видання мають потужні б'їлд-редакції, що не заважає їм, коли йдеться про ілюстрацію міжнародних подій, вдаватися до послуг Асошіейтед Прес, Рейтер, Європейської пресової агенції тощо. Завдяки цьому українські газети і журнали отримують справді «європейське обличчя», бо перші шпальти вітчизняних газет і журналів уже практично нічим не відрізняються від європейських видань.

Побудова жанрової моделі – дія не лише динамічна, розтягнена у часі, а й доволі ризикована. Перевірити нову концепцію друкованого видання можна лише на практиці, надрукувавши кілька оновлених номерів і проаналізувавши реакцію читачів. Редакції великих, загальноукраїнських видань залучають до аналізу уподобань читацької аудиторії спеціальні служби, що їх винаймають або беруть у штат видання. Взірцем такого прискіпливого і наукового аналізу є постійний моніторинг, що його проводить редакція газети «День» (<https://day.kyiv.ua/ru/post>). Раз на тиждень в газеті «День» та в її інтернет-версії з'являється спеціальна рубрика «Пошта – рубрика наших читачів». Специфіка інтернет-версії в цьому випадку дозволяє оперативно отримувати читацькі відгуки, а також аналізувати громадську думку щодо перебігу подій в Україні та світі. Як приклад, наводимо опитування читачів через інтернет-версію. Рубрика «Пошта – рубрика наших читачів» газети «День» щодо наслідків Революції Гідності [16].

Більшість редакцій користується соціальними мережами, як ефективним засобом виявлення настроїв, уподобань, побажань власних читачів. Насамперед йдеться про газети:

«Україна молода» (<https://www.facebook.com/search/str/україна>);

«Вечірній Київ» (<https://www.facebook.com/vechirkanova/>);

«Сьогодні» (<https://www.facebook.com/search/top/>).

Завдяки цьому репортери, інтерв'юери, аналітики друкованих видань можуть спілкуватися зі своїм читачем оперативно і продуктивно. Сторінка у соціальних мережах покликана виконувати роль своєрідного «фільтру», що затримує подекуди занадто емоційні коментарі окремих читачів. Функції цензора в цих випадках виконує адміністратор соціальної мережі або штатний працівник редакції, який особисто вирішує: чи продовжувати спілкування з проблемним читачем, чи просто ігнорувати його, не допускаючи до спілкування.

За підрахунками авторки статті кількість матеріалів інформаційно-публіцистичної групи жанрів в газеті «Україна молода», починаючи з 2014 р. виросла на 30–35 %. Слід особливо

наголосити, що класичний репортаж почав доповнюватися елементами аналітики. При аналізі газетної шпальти впадає в око, що практично всі матеріали інформаційно-публіцистичної групи жанрів мають приблизно однаковий обсяг – до 1500 друкованих знаків і розміщені на другій і третій шпальтах газети. На п'ятій шпальті розміщується велике інтерв'ю, що його проводить штатний журналіст «України молоді» із українським політиком, урядовцем, рідше – із науковцем чи підприємцем. Інтерв'ю проілюстровано світлиною респондента і має обсяг до 6–7 тис. друкованих знаків. В середньостатистичному номері «України молоді» в 2017 р. було одне класичне інтерв'ю, від п'яти до шести матеріалів, що їх можна визначити як репортажі з яскраво вираженими елементами аналітики і власне два, максимум три матеріали з аналітично-публіцистичної групи жанрів. Прикладом такої оновленої жанрової моделі може бути номер газети за 8–9 грудня 2017 р.

Цей та інші номери характеризуються розміром світлин, розміщених на першій газетній шпальті. Як правило, світлини з актуальної події займають дві третини першої шпальті; суперзаголовок над світлиною оголошує про основну новину, меншим кеглем розміщено інформацію, на якій шпальті і під якою рубрикою слід ознайомитися з текстовим матеріалом. В середньому на матеріал, який розміщено в інтернет-версії «України молоді» в соціальних мережах, приходиться 2–3 коментарі і поширення [17]. Соціальні мережі, йдеться, про Фейсбук, привертають увагу молодіжної аудиторії, яка, природно, є цільовою групою і друкованого видання. До 70 % матеріалів сторінки «України молоді» – замальовки, нариси і репортажі, присвячені перебігу війни на Сході і долі молодих людей, які стали на захист країни. Абсолютно всі матеріали проілюстровані світлинами, причому часто виставляються світлини із сімейних архівів; аматорські із зони АТО тощо.

Газета «День», жанрова модель якої також зазнала певних змін у стилістиці подачі друкованих матеріалів, широко використовує можливості кольорових світлин. Колір, якісний друк, професійна майстерність творчих працівників б'їлд-редакції «Дня» дозволяють розміщувати на окремих розворотах фоторепортажі із значним текстовим матеріалом від 5 до 7 тис. знаків. Прикладом може бути фото М. Тимченка із репортажем В. Лубчака «Дві країни сходяться у моїй хаті» [19, 8–9]. В газеті «День» продовжує домінувати група аналітично-публіцистичних жанрів, але обсяг їх дещо зменшився. Якщо кілька років тому, аналітична стаття в газеті мала обсяг від 12 тис. знаків і більше, то в 2016–





2017 рр. таких статей у звичайному номері – не більше однієї-двох. Більша частина аналітики, як і раніше, має значну кількість посилань або коментарів фахівців. Останні кілька років коментарі подаються як прямий запис інтерв'ю-монологу, коли журналіст ставить лише одне проблемне запитання, а респондент на нього відповідає. Інтернет-версія газети широко використовується з метою бліц-опитування читачів [20]. У середньому в бліц-опитуваннях бере участь від ста і більше читачів газети. Найбільше голосів дають опитування щодо перебігу політичних подій в країні і за її межами. Так, в опитуванні щодо новацій у Верховній Раді взяло участь більше півтисячі респондентів [20]. Крім інтернет-версії, що з нею можна ознайомитися на великому моніторі, існує і мобільна версія газети «День», у якій подається переважно оперативна інформація, а отже, використовуються можливості групи інформаційно-публіцистичних жанрів [20].

Сам факт існування емоційних (позитивних чи негативних) характеристик того чи іншого матеріалу, праці окремих журналістів, дає змогу керівництву редакції своєчасно реагувати на зміни в масовій свідомості, формувати читацькі уподобання. Через соціальні мережі колективи редакцій, що вдаються до пошуків нових жанрових моделей, активно формують колектив позаштатних дописувачів, які оперативно постачають до редакції необхідну інформацію. Тобто відбувається процес формування позаштатних кореспондентів, які були звичним явищем у практиці газетно-журнального виробництва минулого століття.

Окремо розглянемо еволюцію стилістики подачі тексту і світлин у регіональних виданнях.

Практика випуску регіональних газет у розвинених країнах світу свідчить, що на відміну від загальнодержавних, регіональні видання оперативніше відповідають на запити громадськості і є, по суті, формою самореалізації не лише для місцевих журналістів, але і для численних позаштатних дописувачів. Поновлення практики активної співпраці із позаштатними кореспондентами – складова і невід'ємна частина оновлення жанрової моделі баришівської газети «Баришівський вісник» [21], бориспільської «Вісті» [22], багатьох інших видань України. Провівши жанровий аналіз підшивки вищезгаданих газет за 2016–2017 рр., автор виявила, що кількість матеріалів групи інформаційно-публіцистичних матеріалів порівняно з 2013–2014 рр. зросла приблизно на 20 %. Дуже активно регіональні видання практикують симбіотичність усередині жанрової групи, поєднуючи в одному матеріалі інтерв'ю і репортаж. Значно виросла кількість фоторепортажів, у

середньому один фоторепортаж на розвороті, з підверсткою у вигляді розширеної текстовки або інтерв'ю.

У цих друкованих видань поки що немає інтернет-версії, проте можна припустити, що вони з'являться протягом найближчого часу як відповідь на читацькі запити і природна реакція на поширення інтернету в регіонах.

У розвинених країнах світу з високим рівнем купівельної спроможності населення стабільним залишається і значний тираж загальнонаціональних видань. Прикладом цього може бути досвід New York Times [23].

Можна припустити з високою долею ймовірності, що значне зменшення тиражу загальнонаціональних «Сьогодні» і «Факты» пов'язане з ідеологічними чинниками: неоднозначною позицією олігархів, власників цих видань, під час революційних подій 2014 р., війни на Сході, не досить продуктивними експериментами в царині жанрових інновацій. Крім того, зростає популярність українськомовних видань. Інтернет-додатки газет «Сьогодні» і «Факты» в основному просто дублюють публікації на паперових носіях, без урахування специфіки інтернет-версій, яка полягає, насамперед, у збільшенні кількості аудивізуального матеріалу.

**Висновки.** Розвиток жанрової моделі є пріоритетом для сучасних друкованих видань, які мають витримувати жорстку конкуренцію з іншими ЗМК, інтернет-виданнями насамперед. Однак, якщо раніше оновлення концепції газетно-журнального видання спричинювали економічні фактори: недостатній, на думку інвестора, наклад видання, неефективна і малоприбуткова реклама тощо, то нині мотивація цього процесу змінилася. Пов'язане це, зокрема зі змінами в суспільній свідомості, реальним формуванням громадянського суспільстві і, відповідно, зростаючою вимогливістю пересічних читачів до матеріалів, що розміщені на газетно-журнальних шпальтах.

Формування нової жанрової моделі безпосередньо впливає на зміну стилістики подачі матеріалів. У виданнях, що оновили жанрові моделі («Україна молода», «Газета по-українськи», ряд регіональних видань, про які згадувалося статті), домінує група інформаційно-публіцистичних жанрів. Однак зустрічаємо оновлені моделі, де зберігається домінанта аналітично-публіцистичної групи. Це газета «День», яка водночас веде активний моніторинг читацької пошти у спеціальній інтернет-рубриці.

Деякі паперові видання, йдеться, зокрема про газети «Факты» і «Сьогодні», жанрову модель не змінили, що відобразилось на тиражах цих видань.





**Подяки.** Авторка висловлює щире подяку колективу кафедри періодичної преси Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка і науковому керівникові – професору Василенку М. К. за професійні, доброзичливі консультації в процесі написання цієї статті.

#### Список літератури

1. Закон України Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/917-19> (дата звернення 8.09.2017).

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : «Провіта», 2008. 260 с.

3. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. ... д. філол. н. : [спец.] 10.01.08 «Журналістика». Київ, 2007. 37 с.

4. Глушко О. К. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика. Навчальний посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ, Арістей, 2006. 144 с.

5. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. Київ : Вища школа, 1973. 271 с.

6. Даниленко С. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж. Київ : ІМВ, 2010. 310 с.

7. Горська К. Медіаконтент: трансформація на перехресті аналогової та цифрової культур. Київ : Інтерсервіс, 2016. 380 с.

8. Грабовська І. Революція гідності у контексті цивілізаційних прагнень України // День URL : <http://m.day.kyiv.ua/uk/article/podrobici/revolyuciya-gidnosti-u-konteksti-civilizacijnih-pragnen-ukrayini> (дата звернення 8.09.2017).

9. Дві проблеми та дві позитивні тенденції української журналістики // «Детектор медіа». URL : <http://detector.media/community/article/126689/2017-06-06-dvi-problemi-ta-dvi-pozitivni-tendentsii-ukrainskoi-zhurnalistiki-opituvannya-dm/> (дата звернення 8.09.2017).

10. Газета «Левый берег» прекратила существование. URL : [https://korrespondent.net/business/mmedia\\_and\\_adv/1176065-gazeta-levyj-bereg-prekratila-sushchestvovanie](https://korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1176065-gazeta-levyj-bereg-prekratila-sushchestvovanie) (дата звернення 8.09.2017).

11. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации. Киев: Академия Украинской прессы; Центр Свободной Прессы, 2009. 330 с.

12. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації. Київ: Академія української преси, 2012. 387 с.

13. Різун В. В., Трачук Т. А. Нарис з історії та теорії українського журналісткознавства. Київ, 2005. 232 с.

14. Василенко М. К. Репортаж. Перспективи подолання жанрової кризи // Наукові записки Інституту журналістики. 2009. № 33. С. 11–14.

15. Василенко М. К. Система аналітико-публіцистичних жанрів в українській пресі. // Преса в системі засобів масової комунікації: навч. посіб. / Т. О. Приступенко, М. К. Василенко, М. Ю. Воронова, О. К. Глушко та ін.; за ред. В. В. Різуна. Київ : ТАЛКОМ, 2017. 320 с.

16. Четыре года назад начался Евромайдан. Выполнил ли он свою миссию? // День URL : <https://day.kyiv.ua/ru/content/chetyre-goda-nazad-nachalsya-evromaydan-vypolnil-li-svoyu-missiyu> (дата звернення 12.09.2017).

17. Україна молода. Сторінка в соціальній мережі Фейсбук.

18. Права на вирист // День. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/prava-na-vyrist> (дата звернення 12.09.2017)

19. Тимченко М., Лубчак В. «Дві країни сходяться у моїй хаті...» // «День», № 222–223, 8–9 грудня 2017 р., 32 с. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/photo/dvi-krayiny-shodyatsya-u-moyiy-hati> (дата звернення 12.09.2017).

20. Как Вы относитесь к акции протеста под Верховной Радой? // День. URL : <https://day.kyiv.ua/ru/content/kak-vy-otnosites-k-akcii-protesta-pod-verhovnoy-radoy/>

21. «Баршівський вісник». № 45-47, 2017 р.

22. «Вісті». № 43-46, 2017 р.

23. Польгерин Л. Чому люди платять за читання New York Times. URL : [www.imena.ua /blog/why-people-pay-nyt/](http://www.imena.ua/blog/why-people-pay-nyt/) (дата звернення 8.09.2017).

#### References

1. Verkhovna Rada of Ukraine (2017), The Law of Ukraine on the Reform of State and Communal Print Media, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/917-19> (accessed: 8.09.2017).

2. Rizun, V.V. (2008), Theory of Mass Communication, Prosvita, Kyiv, 260 p.

3. Vasylenko, M.K. (2007), Dynamics of Development of Information and Analytical Genres in the Ukrainian Media, Abstract of the PhD diss. (filol. sci.), Kyiv, 37 p.

4. Hlushko, O. K. (2006), Journalistic Investigation: History, Theory, Practice: a Textbook, 2nd ed., Aristei, Kyiv, 144 p.

5. Pryliuk, D. (1973), Theory and Practice of Journalistic Creativity, Vyshcha shkola, Kyiv, 271 p.

6. Danylenko, S. (2010), The Civic Dimension of Communication Revolution: Modernization of Public Communications from Printing Machine to Social Networks, Institute of International Relations, Kyiv, 310 p.

7. Horska, K. (2016), Media Content: Transformation at the Crossroads of Analog and Digital Cultures, Inter-service, Kyiv, 380 p.

8. Hrabovska, I. (2014), "The Revolution of Dignity in the context of Ukraine's civilizational aspirations", Den [Day], available at: <http://m.day.kyiv.ua/uk/article/podrobici/revolyuciya-gidnosti-u-konteksti-civilizacijnih-pragnen-ukrayini> (accessed: September 8, 2017).

9. DetectorMedia (2017), "Two problems and two positive trends in Ukrainian journalism", available at: <http://detector.media/community/article/126689/2017-06-06-dvi-problemi-ta-dvi-pozitivni-tendentsii-ukrainskoi-zhurnalistiki-opituvannya-dm/> (accessed: 8.09.2017).

10. Korrespondent.net (2011), "The newspaper "Livy Bereh" ceased to exist", available at: [https://korrespondent.net/business/mmedia\\_and\\_adv/1176065-gazeta-levyj-bereg-prekratila-sushchestvovanie](https://korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1176065-gazeta-levyj-bereg-prekratila-sushchestvovanie) (accessed: September 8, 2017).







11. *Ivanov, V.F. (2009), Aspects of Mass Communication, Academy of Ukrainian Press; Centre for Free Press, Kiev, 330 p.*
12. *Horodenko, L. (2012), The Theory of Network Communication, Academy of Ukrainian Press, Kyiv, 387 p.*
13. *Rizun, V.V. & Trachuk, T.A. (2005), An Essay on History and Theory of Ukrainian Journalism, Kyiv, 232 p.*
14. *Vasylenko, M.K. (2009), "Report. Prospects for overcoming the crisis of genre", Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism], no. 33, pp. 11-14.*
15. *Vasylenko, M.K. (2017), "System of analytical and journalistic genres in the Ukrainian print media", in Rizun, V.V., Prystupenko, T.O., Vasylenko, M.K., Voronova, M.Yu. & Hlushko, O.K. (Ed.), Print Media in the System of Mass Media: a Textbook, TALKOM, Kyiv, 320 p.*
16. *The Newspaper Den (2017), "EuroMaidan launched four years ago. Did it carry out its mission?" available at: <https://day.kyiv.ua/ru/content/chetyre-godanazad-nachalsya-evromaydan-vypolnil-li-svoyu-missiyu> (accessed: 12.09.2017).*
17. *The Newspaper Ukraina Moloda: Facebook Social Networking Page.*
18. *The Newspaper Den (2017), "Rights "to grow into", available at: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/prava-na-vyrist> (accessed: 12.09.2017)*
19. *Tymchenko, M. & Lubchak, V. (2017), "The orbits of two countries touch in my house ...", The Newspaper Den [Day], no. 222-223, 32 p., available at: <https://day.kyiv.ua/uk/photo/dvi-krayiny-shodyatsya-u-moyiy-hati> (accessed: 12.09.2017).*
20. *The Newspaper Den (2017), "Where do you stand on protest campaign near Verkhovna Rada?", available at: <https://day.kyiv.ua/ru/content/kak-vy-otnosites-kakcii-protesta-pod-verhovnoy-radoy/>.*
21. *Baryshevskiy Visnyk (2017), no. 45-47.*
22. *Visti (2017), no. 43-46.*
23. *Polgreen, L. (2016), "Why do people pay for New York Times", available at: [www.imena.ua/blog/why-people-pay-nyt/](http://www.imena.ua/blog/why-people-pay-nyt/) (accessed: September 8, 2017).*

**Риженко Л. М.**

**Жанровые модели печатных СМИ. Старые проблемы и новые подходы**

Целью статьи является выявление проблем развития центральных и региональных прессовых изданий Украины, что особенно актуально с реализацией Закона Украины "О реформировании государственных и коммунальных печатных средств массовой информации". Основным методом исследования стал историко-сравнительный, а также метод мониторинга и метод количественного анализа.

Проанализировано применение жанровых моделей; новации организации творческого коллектива отдельных редакций; показаны методы изучения редакциями потребностей читательской аудитории. Исследовано формирование творческих заявок на оригинальные жанровые модели; указано на трудности профессионального, в частности этического характера, которые возникают в связи с реализацией теоретических разработок в практической плоскости. Уделено внимание составным компонентам жанровых моделей: от графического решения подачи текстового материала и фотографий, к экспериментам в жанрообразовании.

Рассмотрен вопрос взаимодействия с читательской аудиторией, особенности реагирования на редакционные новации в сложном для восприятия вопросе изменения жанровой модели конкретного печатного издания. Исследована проблема развития печатных изданий региональных СМИ в плане жанрообразования и подготовка к созданию интернет-версий. Материалы научного исследования реализуются во время преподавательской деятельности автора, а также при подготовке новых жанровых моделей студенческих учебных газет и журналов.

**Ключевые слова:** жанровая модель; группы жанров; репортаж; интервью; пресса; интернет-версия; корреспондент; читательская аудитория.



Козиряцька С. А.,  
к. соц. ком., доцент  
кафедри культурології та українознавства  
Запорізького державного медичного  
університету

Kozyryatska Svetlana,  
Candidate of Sciences in Social Communications,  
Associate Professor at the Department of  
Ukrainian and Cultural Studies,  
Zaporozhzhia State Medical University

УДК 007:[2:070.482+371.671]

## Релігійна журналістика в інформаційному полі сучасного суспільства

(рецензія на підручник Бойко А. А. «Релігійна журналістика». Київ :  
Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. 307 с.)

## Religion Journalism in Media Space of the Modern Society

(A Textbook Review: Alla Boyko, Religion Journalism. Kyiv:  
Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr “Kyivskiy universytet”, 2016. 307 p.)

Проаналізовано навчальне видання «Релігійна журналістика», підготовлене д. філол. н., проф. Київського національного університету імені Тараса Шевченка А. А. Бойко. Виокремлено важливі аспекти релігійної журналістики, що їх розкриває логічно вмотивований навчальний матеріал підручника та які засвідчують необхідність спеціалізації майбутніх журналістів на релігійній тематиці, зокрема такі: міфологічний дискурс у суспільно-масових і конфесійних ЗМІ, а відтак – можливість маніпуляцій і формування стереотипів; використання мови ворожнечі у матеріалах названих видань; взаємопроникнення релігії і політики та, як наслідок, порушення журналістських стандартів редакційними колективами церковних і релігійних ЗМІ; конфлікти і скандали в релігійній сфері, релігійні свята як єдині інформаційні приводи до появи того чи того матеріалу тощо. Відзначено обраний автором підручника дедуктивний підхід до подачі навчального матеріалу: від загальної характеристики суспільно-політичних (суспільно-масових) ЗМІ, які висвітлюють релігійну інформацію через аналіз ролі релігії та церкви в медійній картині світу до роботи конфесійних ЗМІ України. Наголошено на можливості альтернативного сприйняття інформації студентами завдяки введенню до навчального видання підрозділу, який стосується атеїстичної тематики в українських медіа та включає як ретроспективний аналіз, так і аналіз сучасного інформаційного середовища з цього питання (традиційні медіа, інтернет). Акцентовано на важливості включення автором до навчального видання матеріалу, що є узагальненням досвіду країн Західної та Східної Європи, США з погляду організаційно-правових і тематичних аспектів роботи релігійних медіа, а також авторських зауваг щодо діапазону жанрів, прийнятних для релігійної журналістики.

(A Textbook Review: Alla Boyko, Religion Journalism. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr “Kyivskiy universytet”, 2016. 307 p.)

The scientific publication “Religion Journalism” by Alla Boyko, Doctor of Philology, Professor of Taras Shevchenko National University of Kyiv is analysed in this review. It is outlined that logically grounded educational material of the text-book provides the important aspects of religion journalism confirming the necessity of specialization of future journalists on religious topics, in particular: mythological discourse in mass and confessional media, by extension the possibility of manipulation and stereotyping; using the hate speech in the materials of the publications; interpenetration of religion and politics and consequently violation of journalistic standards by the editorial staff of church and religious media; the conflicts and scandals in the religious sphere, religious holidays as the only newsworthy event for coverage of a particular material, etc.

The author highlights the deductive approach of representation of educational material: from the general characteristics of socio-political (public-mass) media, that cover the religious information through analysis of the role of religion and church in the media picture of the world and the work of confessional media in Ukraine. The





possibility of alternative perception of information by the students was outlined due to introduction into the textbook of a section related to atheistic subjects in the Ukrainian media that includes both retrospective analysis and analysis of the current information field on this issue (traditional media, the Internet).

It is focused on the importance of including the material into the textbook, which is the best practice of the countries of Western and Eastern Europe, the United States in terms of organizational, legal and thematic aspects of work of religious media, as well as the author's notes on the range of genres acceptable to religion journalism.

**У**кrajнське суспільство, як і будь-яке інше, у різні періоди свого розвитку переживало зміни як у культурно-духовній, так і в більш «приземленій» сфері (політичній, економічній, соціальній), що позначалось і на інформаційному полі. Так званий «ефект метелика» у просторово-часовому вимірі країни зумовлював причинно-наслідкові зв'язки у сферах, що існують у різних площинах: освіта, релігія, політика, журналістика, комунікація. Відтак, навіть побіжний ретроспективний аналіз дає змогу визначити систему координат, у якій формувалась релігійна журналістика в Україні. Її становили:

- атеїзм часів Радянського союзу;
- секуляризм епохи постмодерну та, як наслідок, прояви морального релятивізму;
- взаємопроникнення релігії та політики через вплив політичного впровадження на українські медіа та церкву;
- непрості політичні обставини та складні історичні події, які переживала і досі переживає країна, і в яких конфесії є своєрідним моральним орієнтиром;
- введення до навчальних планів шкіл та вишів дисциплін релігійного спрямування (наприклад, «Основ християнської етики і моралі»);
- прагнення медійників до «сенсаційності» у підготовці матеріалів, пов'язаних з релігійною та політичною сферами на догоду очікуванню публіки тощо.

Саме тому релігійна журналістика, яка априорі є соціально та політично відповідальною галуззю журналістики, до сьогодні залишається складним та дискусійним питанням.

В Україні до цього часу вийшло друком мало навчальних видань, які стосуються підготовки майбутніх журналістів до професійної діяльності у сфері релігійної журналістики та грамотної співпраці медіа з різними конфесіями. Так, свого часу автор рецензованого підручника опублікувала конспект лекцій «Релігія в мас-медіа України» (2009 р.) [1], який містив цікавий теоретичний матеріал щодо змісту релігійної інформації у ЗМІ, розкривав проблему відсутності фахових журналістів у конфесійних виданнях та питання впливу церковних медіа на громадську думку. У 2012 р. вийшов друком практичний посібник з основ комунікації та зв'язків з громадськістю «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння» (м Олександрія) [3],

авторами якого були журналісти-практики, що мали досвід роботи в релігійних прес-центрах та засобах масової інформації – С. Бабинська, Ю. Завадська, М. Карапінка, О. Кулігіна. Видання мало велику практичну цінність, оскільки в ньому було приділено увагу не лише багатьом аспектам загальної теорії комунікації, а й власне основам комунікації церкви та медіа: образу церкви у ЗМІ, аналізу потенційної аудиторії. На нашу думку, посібник був кориснішим для прес-служб релігійних організацій, які вже співпрацюють з медіа, або журналістів-практиків. Крім того, посібник не містив такого важливого складника навчальних видань, як апарат організації засвоєння знань (запитання і завдання до теми), що є необхідним на етапі підготовки майбутніх спеціалістів.

Таким чином, цінність підручника, підготовленого проф. А. А. Бойко, є беззаперечною, оскільки є потреба окреслити основоположні засади роботи журналіста під час висвітлення релігійних тем, які часто виявляються конфліктними, адже журналіст має балансувати на межі журналістських стандартів, релігійної етики, конфесійної належності та власних моральних принципів, що й розкриває теоретична частина видання. Видання має прищепити студентам практичні навички аналізу публікацій на релігійну тематику, доцільності обраних жанрових форм та навички підготовки журналістських текстів на тему релігії.

Алла Анатоліївна Бойко – доктор філологічних наук, професор Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, до кола наукових інтересів якої входить вивчення церковної періодики, висвітлення релігійних тем у мас-медіа України. Автор підручника співпрацює з таким міжконфесійним медіаресурсом, як Релігійно-інформаційна служба України, виступає як оглядач у релігійних та світських засобах масової комунікації, а відтак, її багаторічний досвід роботи у цій сфері має бути узагальненим і почутим. Саме це робить підручник і авторська навчальна програма з дисципліни «Релігійна журналістика», яку включено як один з додатків до запропонованого навчального видання.

Спроба авторки систематизувати досвід країн Західної та Східної Європи, США з погляду організаційно-правових і тематичних аспектів





роботи релігійних медіа, охарактеризувати ЗМІ Росії і Ватикану як країн, що мають потужний релігійний вплив (Розділ 2), а також аналіз конфесійних медіа України щодо релігійної тематики і проблематики їх роботи (Розділи 3 і 4) заслуговує на увагу та позитивний відгук науковців.

Підручник «Релігійна журналістика» складається з передмови, вступу, чотирьох розділів, післямови та додатків. Підручник є логічно структурованим: кожен теоретичний розділ завершується блоком завдань для самостійної роботи студента та списком рекомендованої літератури, що передбачено вимогами до такого виду видань.

Автор обрала дедуктивний підхід до викладу матеріалу: від загальної характеристики суспільно-політичних (суспільно-масових) ЗМІ, які висвітлюють релігійну інформацію через аналіз ролі релігії та церкви в медійній картині світу, до роботи конфесійних ЗМІ України.

У рецензованому підручнику можна виокремити кілька важливих аспектів, що дають змогу не лише побачити проблеми релігійної журналістики у кількох вимірах, а й скеровують до їх вирішення, розкриваючи логічно вмотивований навчальний матеріал.

По-перше, автор звертає увагу на таку актуальну тему, як міфологічний дискурс у медійному полі релігії, а відтак, на можливість маніпуляцій, створення стереотипів, навішування ярликів (як-то «розкольників», «сектанти») щодо інших конфесій чи релігійних рухів у суспільно-масових і конфесійних ЗМІ (стор. 15–16, 18, 20 Розділу 1; стор. 120 Розділу 2). Крім того, маніпуляції та стереотипи в медіа, які працюють з релігійною тематикою, є наслідком взаємопроникнення релігії та політики, про що пише автор підручника, і що ми також відзначимо далі.

По-друге, пані Бойко висвітлює таку важливу проблему, як використання «мови ворожнечі» у матеріалах суспільно-масових і конфесійних ЗМІ (стор. 224–227; 245–246 Розділу 4), що породжує нетолерантність у ставленні до представників менших конфесій порівняно з «офіційною» (домінантною) релігією в державі, вороже ставлення до нових релігійних течій та, зрештою, довічне закріплення ярликів, як-то сприйняття протестантських громад виключно як сектантів.

По-третє, автор акцентує на порушеннях журналістських стандартів редакційними колективами церковних і релігійних ЗМІ, що зумовлені політизацією релігії і так званою релігізацією політики. Відтак, Алла Анатоліївна наголошує на неможливості підміни релігійної журналістики служінням певним політичним партіям, використання агітації та пропаганди (стор. 16, 39 Розділу 1).

По-четверте, автор підручника розкриває питання релігійної тематики в українських ЗМІ, оскільки інформаційним приводом до появи того чи того матеріалу часто є лише конфлікти і скандали в релігійній сфері або релігійні свята, але аж ніяк не благодійна чи, наприклад, духовно-просвітницька діяльність церкви, глобальні релігійні питання (стор. 210 Розділу 4). А. А. Бойко доречно підводить до думки, що релігійний журналіст – професія соціально відповідальна. І з цим важко не погодитись, адже його діяльність (так само, як і робота в іншій соціально-відповідальній сфері – науковій журналістиці) передбачає балансування на межі сенсаційності та неупередженого/об'єктивного висвітлення подій, а також «переказ» інформації доступною для реципієнта мовою.

По-п'яте, автор підручника у Розділі 1 під час аналізу релігійної тематики в медіа скеровує студентів, які обирають спеціалізацію «Релігійна журналістика», у виборі форми подачі матеріалів, називаючи жанри, які можуть бути при цьому використані, що дає змогу майбутнім журналістам «побачити» увесь діапазон жанрів і не обмежуватись лише використанням інтерв'ю чи, наприклад, репортажу.

По-шосте, пані Бойко дає можливість альтернативного сприйняття інформації, включаючи до навчального видання підрозділ 3.7 «Атеїстична тематика в українських медіа: історія і сучасність», адже інформаційні потреби реципієнтів є різними (як і їх позиція в суспільстві: віруючі; ті, що позиціонують себе як такі; атеїсти), і медіа мають також це враховувати, а відтак – розкриття цього питання для майбутніх журналістів є корисним. Стислий екскурс до історії питання дасть змогу порівняти матеріали атеїстичної агітації та пропаганди радянських часів і таке сучасне явище, яке побутує в інтернет-просторі, як демомотиватори на релігійну тематику.

Всі вищезазначені аспекти та інші, які розкриває автор підручника, засвідчують необхідність спеціалізації майбутніх журналістів на релігійній тематиці, що й обґрунтовано в Післямові до видання. Оскільки результати різних соціологічних досліджень доводять, що роль церкви та релігійних організацій в Україні зростає, пані Бойко слушно зауважує, що «спеціалісти журналісти із фаховою освітою могли б більш повно й адекватно віддзеркалювати роль названих структур (церкви та релігійних організацій – С. К.) у соціумі, а також доповнювати і акцентувати свої публікації філософсько-світоглядними й морально-релігійними настановами християнства та інших, існуючих в Україні, релігій» [2, 255].

Насамкінець хотілось би висловити два побажання: 1) з метою формування у студентів –





майбутніх журналістів – цілісного уявлення про особливості комунікаційної поведінки різних конфесій (спілкування між собою та відносини з засобами масової інформації) до видання варто було б включити окремих розділ, присвячений комунікаційним технологіям релігійних організацій, що може становити інтерес як у ретроспективі, так і в сучасному вимірі; 2) бажано було б дещо урізноманітнити завдання для самостійної роботи студентів, включивши для аналізу матеріали не лише друкованих ЗМІ, а й, наприклад, телебачення.

Загалом, публікація підручника «Релігійна журналістика» сьогодні є дуже на часі, і навчальний матеріал, який він містить, буде корисним і для студентів, і для журналістів-практиків, і для представників релігій, які співпрацюють з медіа.

**Козиряцкая С. А.**

**Религиозная журналистика в информационном поле современного общества**

(рецензия на учебник Бойко А. А. «Релігійна журналістика». Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. 307 с.)

В рецензии проанализировано учебное издание «Религиозная журналистика», подготовленное д. филол. н., проф. Киевского национального университета имени Тараса Шевченко А.А. Бойко. Отмечено, что логично структурированный учебный материал издания раскрывает важные аспекты религиозной журналистики, подтверждающие необходимость специализации будущих журналистов на религиозной тематике, в частности: мифологический дискурс в общественно-массовых и профессиональных СМИ, а следовательно, возможность манипуляций и формирования стереотипов; использование языка ненависти в материалах названных изданий; взаимопроникновение религии и политики и, как следствие, нарушение журналистских стандартов редакционными коллективами церковных и религиозных СМИ; конфликты и скандалы в религиозной сфере, религиозные праздники как единственные информационные поводы для появления того или иного материала и т.д. Акцентировано на подходе автора к подаче учебного материала (дедуктивный подход): от общей характеристики общественно-политических (общественно-массовых) СМИ, освещающих религиозную информацию, посредством анализа роли религии и церкви в медийной картине мира к работе профессиональных СМИ Украины. Отмечена возможность альтернативного восприятия информации студентами благодаря введению в учебник подраздела, касающегося атеистической тематики в украинских медиа и включающего как ретроспективный анализ, так и анализ современного информационного поля по этому вопросу (традиционные медиа, Интернет). Акцентировано на важности включения в учебник материала, который представляет собой обобщенный опыт стран Западной и Восточной Европы, США с точки зрения организационно-правовых и тематических аспектов работы религиозных медиа, а также авторских примечаний по поводу диапазона жанров, приемлемых для религиозной журналистики.

#### Список літератури

1. Бойко А. Релігія в мас-медіа України. Київ : [б. в.], 2009. 158 с.

2. Бойко А. А. Релігійна журналістика : підручник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. 307 с.

3. Церква і медіа : Сім кроків до порозуміння / С. Бабинська, Ю. Завадська, М. Карапінка, О. Кулігіна. Олександрія : Ездра, 2012. 240 с.

Надійшла до редакції 25.04.17

#### References

1. Boyko, A. (2009), Religion in Mass Media of Ukraine, Kyiv, 158 p.

2. Boyko, A. A. (2016), Religion Journalism : a Textbook, Kyiv, Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr "Kyivskiy universytet", 307 p.

3. Babynska, S., Zavadska, Yu., Karapinka, M. & Kulyhina, O. (2012), Church and Media: Seven Steps to Understanding, Ezdra, Oleksandriia, 240 p.

Submitted 25.04.17



Мисловський І.,  
магістр,  
Інститут журналістики  
КНУ імені Тараса Шевченка

Myslovskiy Ihor,  
Master  
Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

УДК 007:659.1:81'271(477)

## Типологічні особливості новин про тероризм на українському телебаченні (на прикладі «NewsOne» та «112 Україна»)

### Typological Peculiarities of News about Terrorism on Ukrainian Television (“NewsOne” and “112 Ukraine” Information Channels)

У статті розглянуто питання висвітлення теми тероризму на телебаченні, зокрема аналізуються типологічні особливості журналістських матеріалів. Мета дослідження: визначити типологічні особливості новин про тероризм, які з'являються в ефірі українських телеканалів (джерелами емпіричного матеріалу стали випуски новин на інформаційних телеканалах «NewsOne» та «112 Україна»). У статті вперше виокремлені види новин про тероризм, що стало можливим завдяки їх типологізації, яка охоплює аналіз та синтез структурних одиниць повідомлення про тероризм. Перевірено практичне застосування розробленої типології модельним контент-аналізом, що дало змогу визначити кількісне співвідношення окремих типів новин про тероризм на українському телебаченні. Згідно з різними страхогенерувальними коефіцієнтами типів новин про тероризм, дано рекомендації щодо їх балансу в межах типології та окремого типу, щоб мінімізувати комунікативний ефект від поданої інформації про тероризм з огляду на його потенційно деструктивний вплив на суспільство.

**Ключові слова:** тероризм; медіа; типологія новин; телебачення; страхогенерувальний потенціал.

The article deals with coverage of terrorism related issues on the Ukrainian television. In particular, the typological peculiarities of thematic journalistic materials have been analyzed. The main objective of the study is dedicated to identifying the typological features of the news about terrorism that are broadcasted on the Ukrainian TV channels (the news on the channels “NewsOne” and “112 Ukraine” became the empirical materials). The author represents the types of news about terrorism for the first time, which became possible due to a method of typology, which is also consists of analysis and synthesis of structural units of a news message about terrorism. The practical usage of new typology has been tested by the model content analysis, which enabled to find out the quantitative ratio of types of news about terrorism on the Ukrainian information television. According to different types of news about terrorism and their different fear generating potentials, the paper gives the recommendations toward the balance within the types and their units, so that the communicative effect of information about terrorism will be minimized in regard to its potentially destructive impact on the society.

**Keywords:** terrorism, media; news typology; television; fear generating potential.

**Вступ.** Тему міжнародного тероризму телевізійні канали почали активно висвітлювати після теракту 1972 р., що стався під час Олімпійських ігор у Мюнхені (Мюнхенський вбивства чи Олімпійський теракт). І якщо цю подію можна вважати початковим злетом, то розквіт тематики припадає на трагедію 11 ве-

ресня 2001 р., коли бойовики «Аль-Каїди» вчинили терористичний напад на Сполучені Штати Америки, а президент Джордж Буш під час виступу в Сенаті вперше публічно оголосив війну тероризму. Тоді ця тема впевнено увійшла та швидко вкоренилася у медійному порядку денному (agenda-setting).





Сьогодні можна стверджувати про широке, а часом і надмірне висвітлення тероризму на телеекранах, що робить обрану тему дослідження актуальною та перспективною з огляду практичного застосування отриманих результатів. Нагальність вивчення цієї проблематики пов'язана безпосередньо зі специфікою самої інформації. Новини про тероризм можуть мати деструктивні наслідки, зокрема поширюючи почуття страху, постійної загрози та незахищеності, що впливає на функціональні та організаційні можливості суспільства у кризовій ситуації, до яких ми, безперечно, можемо зарахувати терористичні акти. Крім того, новини про тероризм мають значний вплив не лише загалом на все суспільство, а й на кожного його суб'єкта зокрема, сприяючи появі та розвитку різних психологічних розладів.

Небезпека негативного впливу на аудиторію особливо зростає, якщо висвітлювати тему взяли не професіонали. Не лише кількісна наявність інформації про тероризм, а й спосіб її подання може негативно впливати на телеглядачів. Журналісти в погоні за сенсаціями, резонансними матеріалами, які можуть підвищити рейтинги телеканалів, що лежить у площині комерційних інтересів медіавласників, допускають професійні помилки у висвітленні теми тероризму, тим самим ненавмисно допомагаючи бойовикам, які лише й прагнуть, аби про їхні злочини в усіх натуралістичних подробицях дізналися якомога більше людей.

Для детального вивчення страхогенерувального потенціалу новин про тероризм та з метою його подальшої нейтралізації варто розробити типологію журналістських матеріалів для цього тематичного напрямку. Це також дає змогу проаналізувати на мікро- (окремі структурні елементи новини) та макрорівнях (загалом журналістські матеріали) паттерни, які використовують журналісти, висвітлюючи тему тероризму на телебаченні.

*Мета статті* – визначити типологічні особливості новин про тероризм на українських інформаційних телеканалах. Для досягнення поставленої мети варто виконати такі завдання: розробити типологію новин про тероризм; перевірити практичне застосування розробленої типології на прикладі журналістських матеріалів; з'ясувати та проаналізувати типологічні особливості новин про тероризм на українських інформаційних телеканалах.

Об'єктом стали журналістські матеріали про міжнародний тероризм у новинних випусках на українських інформаційних телеканалах «NewsOne» та «112 Україна», а предметом дослідження – їх типологічні особливості. Однак

варто зауважити, що об'єкт становлять лише новини про реальну світову терористичну загрозу та діяльність, а не лише про події на Сході України, де-юре названі тероризмом, а по суті є гібридною війною з Російською Федерацією. Тому в межі досліджуваного об'єкта не входять антитерористична операція на Донбасі, сумнівні диверсії та злочини в інших регіонах України, кваліфіковані терактами, проте які мають певні політичні чи стратегічні мотиви і наслідки в межах українсько-російського протистояння, а тому не можуть бути сприйняті як «класичний» тероризм.

**Теоретичне підґрунтя.** Джерельна база теоретичного аналізу цього питання досить обмежена через брак розроблених типологій новин про тероризм. Об'єкт дослідження дещо звужений та специфічний, тому ймовірність, що він не піддавався типологізації взагалі, досить висока. Принаймні нам не вдалося знайти ні українських, ні зарубіжних досліджень, присвячених типології новин про тероризм. Однак це сприяло тому, що акцент був зміщений на методологічні підходи дослідження, адже типологізація досліджуваного об'єкта відбувалася вперше. Цінними та важливими для проведення дослідження стали теоретичні напрацювання В. Різуна, Т. Скотникової, М. Хилька, В. Циганова, В. Іванова, Н. Костенко, Д. Маккіні та ін.

**Методи дослідження.** Завдяки методу типологізації вдалося поділити всі журналістські матеріали на групи за характерними ознаками: виокремити певні типологічні характеристики допоміг метод аналізу, а для формування безпосередньо типів застосовувалися методи компаративного аналізу, синтезу і групування. Перевірити практичне застосування розробленої типології стало можливим завдяки контент-аналізу, який має характеристики модельного. Щоб зіставити, підсумувати та зобразити отримані дані, було використано методи компаративного аналізу, формалізації та узагальнення.

**Результати дослідження.** Попри те, що тема тероризму серед академіків, публіцистів та чиновників нині є однією з провідних, нам не вдалося знайти наукових досліджень, праць чи урядових звітів, де б аналізувалися новини про тероризм з огляду на їхні типологічні особливості. Як зарубіжні, так і українські вчені досі не можуть розробити навіть типології видів тероризму, оскільки природа явища надто суперечлива та мінлива, тож свої намагання прямо називають спробою типологічного аналізу [1]. Типологізацію дослідники навіть застосовували, щоб виокремити безпосередньо самих терористів – їхні психологічні особливості, стимули, які штовхають на злочинні дії [2, 11], однак поділу





журналістських матеріалів про тероризм ми не знайшли, що лише актуалізує обраний напрям дослідження.

Типологізація як метод наукового пізнання дає змогу створити так звані моделі на основі спільних характеристик деякою мірою ідеалізованих об'єктів, що робить метод принципово відмінним від класифікації, де кожний клас групує лише реальні об'єкти [3, 42]. Кожний тип «має деякі істотні ознаки певної кількості явищ, але свідомо ігнорує інші ознаки, які в цьому випадку вважаються несуттєвими» [4, 8]. Тобто типи наближаються до еталонного зразка об'єкта, актуалізуючи його основні характеристики (або специфічні, якщо цього потребує спеціальна типологія) та за необхідності, ігноруючи деякі з його складників, які не мають значного впливу на загальний результат та не роблять суттєвої похибки в дослідженні.

У своїх працях на важливості типологізації досліджуваних об'єктів наголошував американський соціолог Дж. Маккіні. На його думку, типологізація закладена в повсякденній свідомості людини, щоразу, як вона намагається пізнати світ. Дослідник вірить, що «тільки за допомогою типології можна передбачити наслідки дій на підставі минулого досвіду», і, «виходячи з цих міркувань, можна стверджувати, що людські істоти неминуче категоризують свій досвід через абстракції, концепції, типи» [5].

Типологія новин про тероризм дасть змогу в подальшому з'ясувати, які журналістські матеріали та їх певні структурні елементи найбільш негативно впливають на телеглядачів, яким має бути кількісне співвідношення таких типів новин на телеекрані, щоб не перетворити суспільство у залякане, а отже, обмежене у своїх можливостях.

Головними критеріями, за якими розроблялася типологія новин про тероризм, стала структура (архітектоніка) матеріалу, вид події та акценти, розставлені журналістами. Відразу необхідно зазначити, що подана типологія найбільш точно та вичерпно підходить для аналізу телевізійного жанру БЗ у його поєднанні із синхронами, проте застосовувати її можна і для сюжетів (репортажів), і прямих включень тощо. У цьому випадку головними будуть не стільки хронологія структурних елементів, скільки загалом їх наявність і безпосередньо вид події.

Відповідно до заданих параметрів, усі матеріали про тероризм можна розділити на такі типи:

1) *Терористичні акти*. Терористичні акти становлять основну діяльність бойовиків, оскільки саме напади на переважно невинних громадян спричиняють найбільший резонанс у медіа, а отже, терористи завдяки цьому можуть досягти бажаного для себе комунікаційного ефекту – за-

лякати аудиторію, посіяти паралізуючий страх, змусити політичний істеблшмент боятися і реагувати на вимоги бойовиків. Через те, що цей тип новин є основним завдяки своїй кількісній перевазі в ефірі, було б доцільно поділити його ще на три підтипи, адже архітектоніка та акцент на фактах у таких матеріалах суттєво відрізняються.

1.1. Оперативне висвітлення теракту. Новина складається з таких елементів у відповідному хронологічному порядку:

– констатація факту нападу з уточненням географічних кордонів, кількості жертв та інших наслідків;

– опис нападу терористів (який метод використали для нападу, кількість самих терористів, коли сталася подія і де саме (більш конкретні географічні кордони), хто був ціллю терористів, чому вони це зробили тощо);

– відповідальність за теракт (найчастіше в таких оперативних повідомленнях зазначено, що «жодне з угруповань не взяло відповідальності за напад», адже матеріал готується, так би мовити, по «гарячих слідах» події, що сталася);

– оперативне слідство (перші версії і підозри правоохоронців);

– бекграунд (попередні терористичні напади, зокрема ті, що мають певні спільні ознаки з нападом (переважно географічні або ж часові).

Найчастіше цей підтип новини супроводжується синхронами очевидців нападу, рідше – представниками влади чи правоохоронних органів.

1.2. Розслідування терористичного акту. Структура новини змінюється, і матеріал створюється переважно за такою моделлю:

– взяття відповідальності за теракт / визначення винуватців атаки / проведення рейдів у зв'язку з нападом (оскільки рейди, не спричинені терактом, будуть зараховані до окремого типу новини – «антитерористична діяльність») – можливі щонайменше три різні початки інформаційного повідомлення залежно від нових фактів;

– деталі розслідування з головними версіями і першими здобутками;

– розлогий бекграунд, в якому безпосередньо описується подія, що розслідується (акценти на жертвах та способі вбивства).

Найчастіше цей підтип новини супроводжується синхронами правоохоронців чи представників влади.

1.3. Вшанування пам'яті та інша реакція спільноти. Кількість повідомлень після терористичних нападів пов'язана з оголошенням трауром серед населення, пам'ятними акціями, антитерористичними демонстраціями та реакцією світової спільноти, зокрема акціями солідарності. Такі новини розставляють інші фактологічні акценти:







– оголошення жалоби / вшанування пам'яті загиблих / вираження солідарності з-за кордону / акції протесту, що засуджують тероризм;

– опис події (чим займаються та що кажуть учасники дійства);

– розлогий бекграунд з описом терористичного акту, де наголошено на жертвах нападу, способі вбивства, винуватцях та найбільш резонансних фактах, зокрема і результатах слідства.

Найчастіше цей підтип новини супроводжується синхронами найвищого керівництва країни, світових лідерів, учасників пам'ятних акцій та антитерористичних мирних демонстрацій.

2) *Терористична загроза.* Новини про терористичну загрозу переважно з'являються перед великими святами чи визначними подіями, коли передбачається масове скупчення людей, що вже потенційно викликає занепокоєння в контексті можливої терористичної загрози. Також цей тип новини тісно пов'язаний з розвідувальними даними: якщо розвідка має інформацію про теракти, а з огляду на це влада запроваджує нові заходи безпеки або посилює перевірки, то це належить до новин про терористичну загрозу. Архітектоніка інформаційних повідомлень буде такою:

– констатація факту посилення заходів безпеки / повідомлення про небезпеку нових терактів від певного джерела;

– причина (що спровокувало, які існують підозри можливої загрози);

– заклики влади чи правоохоронців до людей з проханням бути обачними та повідомляти всю корисну інформацію і підозри;

– бекграунд (часто супроводжується інформацією про теракти, що сталися в регіоні – статистичні дані за певний період із загальною кількістю жертв чи нападів).

Найчастіше цей тип новини супроводжується синхронами найвищого керівництва країни чи офіційних представників правоохоронних органів.

3) *Антитерористична діяльність.* Тип новин, який відзначається досить частою появою на телеекранах. Йдеться про бойові операції у протистоянні тероризму, спровоковані не певним терористичним актом, а загальною метою побороти терористичні організації. Переважно до цього типу новин належать нині військові місії на Близькому Сході, зокрема за участю Міжнародної антитерористичної коаліції, та окремі антитерористичні операції і рейди у певних країнах. Модель цього типу новини буде такою:

– повідомлення про хід операції (початок, кінець, кульмінація, загострення) / гучні здобутки антитерористичної діяльності (звільнені

території, ліквідовані бойовики, особливо ватажки тощо) / точкові авіаудари;

– детальний опис антитерористичної діяльності (з якими складнощами стикаються військові, які методи боротьби та яку зброю використовують солдати і терористи, скільки полонених у бойовиків тощо);

– часові прогнози завершення операції;

– бекграунд, в якому розповідається про саму операцію (переважно про її часові межі), причини її проведення саме у цьому регіоні (стратегічна важливість місця), скільки часу ці території контролювали бойовики.

Найчастіше цей тип новини супроводжується синхронами представників вищого офіцерського складу або, за умови значної успішності антитерористичної операції, найвищого керівництва країни.

4) *Тероризм як проблема.* Цей тип новин переважно присвячений конференціям, зустрічам та новим опублікованим статистичним даним, пов'язаним з тероризмом. Ця тема стала головною для багатьох чиновників та політиків у передвибірній риторичі, оскільки електорат визнає наявність цієї проблеми та вимагає її негайного вирішення, оскільки громадяни частково й опосередковано, якщо говорити про країни Заходу, відчують загрозу власному життю. Також відбуваються спеціальні конференції, саміти, присвячені тероризму, який став загально-визнаною глобальною проблемою. Структура новини цього типу буде такою:

– резонансне, найінформативніше, найцікавіше твердження із заяви спікера / висновки, рішення, цілі зустрічі, конференції / сенсаційний статистичний факт;

– уточнення джерела інформації та місця (події) її оприлюднення;

– роз'яснення виголошеної заяви чи опублікованого факту (аргументи, переконання, можливі недоліки, причини нинішньої ситуації, шляхи подолання проблеми тощо);

– можливий бекграунд, якщо в ретроспективі вже були схожі заяви спікера (повторні події) або за групування певних соціальних чи політичних груп навколо певної ідеї.

Найчастіше цей тип новини супроводжується синхронами політиків, світових лідерів та вузькопрофільних експертів.

Аби переконатися, що розроблену типологію можна практично застосувати для поділу новин про тероризм та дослідити, які типологічні особливості мають українські новини про тероризм на телебаченні, був проведений модельний контент-аналіз.

У нашому випадку контент-аналіз застосовується для вивчення теми тероризму в новинах





на українських інформаційних телеканалах. Телебачення як основний об'єкт дослідження серед ЗМК був обраний не випадково, оскільки саме телеканали мають найбільшу аудиторію українців. Незважаючи на те, що інтернет-медіа щороку стають все більш популярними серед наших громадян, частка телеглядачів значно вища в порівнянні з інтернет-медіаспоживачами. Телебачення лишається головним джерелом новин для українців. За даними щорічного соціологічного опитування «Інтерньюз» у межах проекту USAID «У-медіа», у 2016 р. 79 % опитаних заявили, що дивляться новини по телебаченню (у 2015 р. – 81 %, у 2014 р. – 89 %), а 67 % респондентів відповіли, що у пошуках новин використовують й інтернет-медіа (у 2015 р. – 64 %) [6].

Джерелами емпіричного матеріалу для контент-аналізу є випуски новин на інформаційних телеканалах «NewsOne» та «112 Україна». Інформаційні телеканали були обрані відповідно до специфіки роботи журналістів та збільшення частки телеаудиторії протягом останніх років. Обрані ЗМІ – «NewsOne» і «112 Україна» – постійно перебувають у трійці найрейтинговіших інформаційних телеканалів України, а отже, найбільше впливають на аудиторію [7]. Робота журналістів та редакторів на інформаційних телеканалах дуже відрізняється у зв'язку зі щодинними випусками новин, крім прайм-тайму та нічного часу. Тому на діяльність медійників відчутно впливає брак часу для підготовки новини, що, у свою чергу, відображається на якості та професійності матеріалів.

Щодня протягом 30 календарних днів (20.03–20.04.2017 р.) для аналізу запланований моніторинг одного випуску новин для кожного з телеканалів. Час моніторингу: випуски новин о 14:00 – для телеканалу «NewsOne» і о 15:00 – для телеканалу «112 Україна». Вибрані інформаційні телеканали не мають архіву новин, що унеможливило проведення синхронного моніторингу відразу двох ЗМІ. Варто зазначити, що обраний час для моніторингу випусків новин є пріоритетним та орієнтовним, однак не виключається перенесення часу моніторингу. Це пов'язано з тим, що випуски новин можуть перервати або взагалі не випустити в ефір через термінову трансляцію. Інформаційні телеканали орієнтуються на те, щоб показати виступи політиків чи будь-яку іншу подію першими, тож частково нехтують новинними випусками, якщо паралельно йдуть важливі прями трансляції.

За результатами контент-аналізу, категоріальною одиницею якого була розроблена нами типологія новин про тероризм, виявлено, які події найбільш популярні серед журналістів і редакторів для подання в ефір. Найповніше і

найчастіше інформаційним приводом для новин ставали терористичні акти, рідше – антитерористична діяльність та терористична загроза, і найменше медійники розповідали телеглядачам про тероризм як проблему (див. табл. 1).

Таблиця 1  
Типологічні особливості новин про тероризм на телеканалах «NewsOne» і «112 Україна»

Тип новини	«NewsOne»	«112 Україна»
Терористичний акт	21	15
Терористична загроза	3	3
Антитерористична діяльність	5	3
Тероризм як проблема	1	2

Занепокоєння викликає невідповідність висвітлення терористичної діяльності з антитерористичною боротьбою. Така закономірність сприяє залякуванню аудиторії, адже люди частіше чують про напади, ніж про заходи боротьби з терористами, це може стати підґрунтям для виникнення стереотипу про успішність методу тероризму та самої діяльності бойовиків. Насправді антитерористична діяльність як Міжнародної коаліції на чолі зі Сполученими Штатами Америки, так і на національному рівні багатьох держав світу проводиться чи не щодня, проте така інформація у порівнянні з безпосередньо атаками є не такою резонансною і сенсаційною, тому не завжди потрапляє у площину інтересів медіа.

Не менш важливим є принцип пропорційності у висвітленні терористичних актів і прикладів успішної боротьби з терором, що як теоретично, так і практично може нейтралізувати страх та сприяти адекватному й ефективному кризовому менеджменту під час нападів. Ідеться про підтипи новин про терористичні акти: оперативне висвітлення терористичного акту, розслідування терористичного акту, вшанування пам'яті та інша реакція спільноти. У висвітленні терористичного акту варто дотримуватися балансу між усіма підтипами, оскільки якщо перший з них природно більше спрямований на залякування людей, то третій, наприклад, може послабити суспільну напругу та позитивно налаштувати на подальшу боротьбу з тероризмом.

Важливо звертати увагу саме на висвітленні вшанування пам'яті та іншій реакції спільноти, оскільки це може бути зразком для інших суспільств у правильному подоланні наслідків терактів, а також показує підтримку і солідарність тим, хто безпосередньо став жертвою атак.





Висвітлення багатотисячної мирної демонстрації, на якій засуджують тероризм та заявляють про свою хоробрість перед бойовиками, матиме позитивний комунікаційний ефект у поданні цієї тематики загалом. Також важливо вчасно подавати інформацію про результати розслідування теракту, адже це показує, наскільки ефективними є правоохоронні органи країни і чи в змозі вони забезпечити спокій своїм громадянам.

У цьому контексті свою професійність продемонстрували співробітники телеканалу «NewsOne», у яких зберігається досить стійка пропорція між підтипами новин. Ситуація з новинами про теракти на «112 Україна» протилежна і показує негативну тенденцію. Працівники телеканалу більше зосереджуються на самих нападах та їх розслідуванні, нехтуючи висвітленням кризового менеджменту та подолання наслідків атак. Це, у свою чергу, сприяє поширенню страху серед населення та може спричинити враження успішності тероризму як методу боротьби (див. рис. 1).

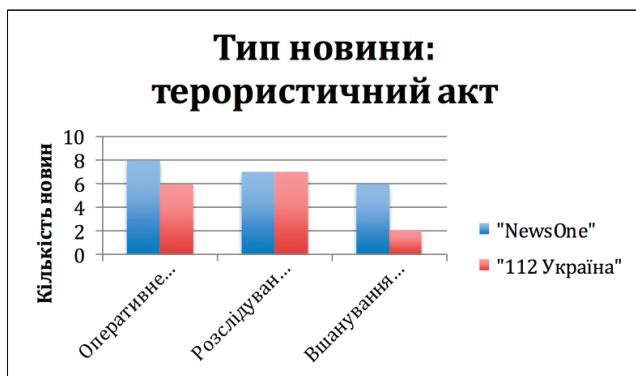


Рис. 1.

Баланс підтипів новин про теракт на телеканалах.

**Висновки.** Дослідити журналістські матеріали про тероризм не вдасться без наукового аналізу, який передбачає розщеплення об'єкта на його структурні й функціональні елементи. Допмагають у цьому різні типології, класифікації та моделі, які групують об'єкти за їхніми подібностями та відмінностями. У межах цього дослідження вперше розроблена типологія новин про тероризм, яка налічує чотири типи та три підтипи. Усю інформацію про тероризм можна поділити на такі новини: «терористичний акт» (підтипи: «оперативне висвітлення терористичного акту», «розслідування терористичного акту», «вшанування пам'яті та інша реакція спільноти»), «терористична загроза», «антитерористична діяльність» та «тероризм як проблема». Кожний з елементів має свій страхогенерувальний та нейтралізуючий страх потенціал, тому типологію можна викорис-

товувати для оцінювання продукування страху висвітленням теми тероризму та збалансованості матеріалів.

Кожний елемент типології має свої характерні риси у створенні новин про тероризм (структура, архітектоніка, акценти, пріоритети, функціонали тощо), що дає змогу вивести певні закономірності. Тому запропонована типологія може бути прототипом майбутніх моделей новин про тероризм, схеми яких у підсумку нейтралізують страхогенерувальний потенціал матеріалу, що дасть змогу медіа мінімізувати інформаційно-психологічний вплив тероризму на аудиторію.

На українських інформаційних телеканалах «NewsOne» та «112 Україна» у кілька разів переважають новини про «терористичні акти», а найменше уваги медійники приділяють висвітленню «тероризму як проблемі». Кількісна незмірність типів новин про «терористичні акти» та «антитерористичну діяльність» сприяють поширенню паніки та паралізуючого страху серед населення. Залякування громадськості також відбувається через нерівне співвідношення таких підтипів, як «оперативне висвітлення терористичного акту» і «вшанування пам'яті та інша реакція спільноти», що було виявлено на телеканалі «112 Україна». Тому рекомендується у цих типах та підтипах дотримуватися балансу, щоб уникнути або зменшити негативні наслідки в поданні цієї тематики.

#### Список літератури

1. Єрохіна Т. Медіатероризм серед інших видів тероризму: спроба типологічного аналізу // Український науковий журнал ун-т «Україна» «Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації». URL : <http://www.social-science.com.ua/article/1002> (дата звернення: 22.10.2016).
2. Цыганов В. В. Медиа-терроризм. Терроризм и средства массовой информации. Киев : Ника-Центр, 2004. 124 с.
3. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. Київ : ВПЦ КНУ, 2005. 97 с.
4. Хилько М. М. Особливості застосування філософських, загальнологічних, теоретичних методів дослідження у журналістикознавстві // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика. 2013. № 20. С. 8–14.
5. Маккини Д. Методология, процедуры и техника социологии // Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория в ее преамбулах и изменениях; [пер. с англ. В. М. Карзинкина и Ю. В. Семенова]. Москва : Иностранная литература, 1961. С. 218–271.
6. Споживання ЗМІ в Україні 2016 року: популярність Facebook зростає, довіра до російських медіа знижується // Інтернет-видання «Media Sapiens». URL : <http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/re>





search/spozhivannya\_zmi\_v\_ukraini\_2016\_roku\_populyarnist\_facebook\_zrostaє\_dovira\_do\_rosiyskikh\_media\_znizhuetsya (дата звернення: 24.03.2017).

7. Канал стал вторым по популярности среди всех телеканалов Украины // Веб-сайт «112 Украина». URL : <https://tv.112.ua/novosti-kanala/112-ukraina-stal-vtorym-po-populyarnosti-sredi-vseh-telekanalov-ukrainy-337543.html> (Дата звернення: 28.03.2017).

Надійшла до редакції 29.08.17

#### References:

1. Yerohina, T. (2013), "Media terrorism among other types of terrorism: an attempt of typological analysis", *Ukrainskyi Naukovyi Zhurnal "Osvita Rehionu: Politolohiia, Psychologiia, Komunikatsii"* [Ukrainian Scientific Journal "Education of Region: Politology, Psychology, Communications"], no.1, available at: <http://www.social-science.com.ua/article/1002>.

2. Tsyhanov, V. (2004), *Media-Terrorism: Terrorism and Mass Media*, Nika-Tsentr, Kyiv.

3. Rizun, V. & Skotnykova, T. (2005), *Methods of Scientific Researches in Journalism Studies*, Kyiv, 97 p.

4. Khylo, M. (2013), "Peculiarities of application of

philosophical, logical, theoretical methods of research in journalism studies", *Visnyk Kyivskoho Natsionalnoho Universytetu Imeni Tarasa Shevchenka. Zhurnalistyka* [Bulletin of National Taras Shevchenko University of Kyiv. Journalism Studies], Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr "Kyivskiy universytet", Kyiv.

5. McKinney, J. (1961), "Methodology, procedures and techniques of sociology", in Bekker, G. & Boskov, A., *Modern Sociological Theory in Its Continuity and Change*, Inostrannaja literatura, Moscow, 882 p.

6. *MediaSapiens* (2016), "Consumption of mass media in Ukraine in 2016: the popularity of Facebook is growing, confidence in Russian media is decreasing", available at: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/spozhivannya\\_zmi\\_v\\_ukraini\\_2016\\_roku\\_populyarnist\\_facebook\\_zrostaє\\_dovira\\_do\\_rosiyskikh\\_media\\_znizhuetsya](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/spozhivannya_zmi_v_ukraini_2016_roku_populyarnist_facebook_zrostaє_dovira_do_rosiyskikh_media_znizhuetsya) (accessed 24.03.2017).

7. *TV.112.ua* (2016), "'112 Ukraine' has become the second most popular TV channel in Ukraine", available at: <https://tv.112.ua/novosti-kanala/112-ukraina-stal-vtorym-po-populyarnosti-sredi-vseh-telekanalov-ukrainy-337543.html> (accessed 28.03.2017).

Submitted 29.08.17

#### Мисловский И.

#### Типологические особенности новостей о терроризме на украинском телевидении (на примере информационных телеканалов «NewsOne» и «112 Украина»)

В статье рассмотрены вопросы освещения темы терроризма на телевидении, в частности анализируются типологические особенности журналистских материалов. Цель исследования – определить типологические особенности новостей о терроризме, которые появляются в эфире украинских телеканалов (источниками эмпирического материала стали выпуски новостей на информационных телеканалах «NewsOne» и «112 Украина»). В статье впервые выделены виды новостей о терроризме, что стало возможным благодаря их типологизации, которая включает анализ и синтез структурных единиц сообщения о терроризме. Проверено практическое применение разработанной типологии модельным контент-анализом, что позволило определить количественное соотношение отдельных типов новостей о терроризме на украинском информационном телевидении. Согласно различным страхогенерирующим коэффициентам типов новостей о терроризме, даны рекомендации по их балансу в пределах типологии и отдельного типа, чтобы минимизировать коммуникативный эффект от подаваемой информации о терроризме, учитывая ее потенциально деструктивное влияние на общество.

**Ключевые слова:** терроризм; медиа; типология новостей; телевидение; страхогенерирующий потенциал.



Наукове видання

# Наукові записки Інституту журналістики

Щоквартальний науковий збірник

**Том (2) 67**

квітень – червень

2017

Електронна версія видання:

<http://www.nbuv.gov.ua> (Наукова періодика України) – НБУ ім. В. І. Вернадського;  
<http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/fonds/univmag/poshuk.php3> – НБУ ім. М. Максимовича;  
<http://www.journ.univ.kiev.ua/periodyka/> – наукова періодика Інституту журналістики

Над випуском працювали:

**Редактор** Ганна Дзюбенко  
**Редактор англійських текстів** Наталя Ващенко  
**Макетування та верстка** Анастасія Пінчук  
**Технічний редактор** Анастасія Пінчук  
**Коректор** Катерина Соколова

Формат 60x84/8. Ум. друк. арк. 8,95  
Наклад 100 прим. Зам.

Адреса редакції:

04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1,  
Інститут журналістики, кімн. 102,  
тел. 481-45-48  
e-mail: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com)  
сайт: <http://www.journ.univ.kiev.ua/periodyka/>

Видавець:

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
Інститут журналістики,  
04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1, кімн. 102  
тел. 481-45-48  
e-mail: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.2002