

ISSN 2522-1272

Taras Shevchenko National University of Kyiv  
Educational and Scientific Institute of Journalism

Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут журналістики

*Scientific Notes of the Institute of Journalism*

*Наукові записки Інституту журналістики*

**T. 1 (82)**

**Том 1 (82)**

2023

*Scientific Notes of the Institute of Journalism* is a semi-annual academic peer-reviewed journal, published by the Educational and Scientific Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv.

The Journal publishes original contributions based on studies in mass communication that reflect the current trends in Ukraine and in the world, as well as the patterns, processes, structures and forms of mass communication. Priority is given to the relevant for Ukrainian and international audiences research of mass communication trends in development of media technologies, journalism, publishing, advertising, public relations, social informatics, document science, librarianship and etc. The Journal also publishes reviews of books in the field of mass communications issued over the past two years.

Audience of the Journal includes academics, lecturers, students, professionals in the field of media and communications, as well as a wide range of readers interested in modern trends in development of communication.

The Journal's format corresponds to the international standards; articles undergo a peer-review procedure; International Editorial Board includes prominent academics in the field of social communications.

The journal is included in "The List of scientific professional editions of Ukraine", in which the results of dissertations for the degree of Doctor of Sciences, Candidate of Sciences and Doctor of Philosophy may be published. Category "Б".

ISSN 2522-1272 (Print)

Certificate of registration: KV# 24029-13869IIP of 2019-05-28.

Editorial Address: «Scientific Notes of the Institute of Journalism», Educational and Scientific Institute of Journalism,

36/1 Yuriy Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine.

Phone: (+38044) 481 4548. Fax: (+38044) 483 0981.

Email: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com).

#### **Publication Ethics and Publication Malpractice Statement**

The Journal is guided by ethical standards, recommended by the Committee on Publication Ethics. We recommend reading the relevant rules at the COPE official website: <http://publicationethics.org>.

*Scientific Notes of Institute of Journalism* does not tolerate plagiarism; the authors submitting articles affirm that their manuscripts are original and have not been published previously.

The Journal's Editorial Board ensures that each manuscript is reviewed impartially, without regard to gender, race, nationality, religion, citizenship, etc. of the author.

#### **Peer Review Policy**

*Scientific Notes of the Institute of Journalism* practices a blind review policy. All the papers are reviewed by the independent experts, appointed by the Editorial Board from a number of the well-known experts in the relevant scientific field. The final decision to publish or to decline the paper is made by the Editor-in-Chief, who is guided in his actions by the conclusions of the experts. When submitting the article, the author can request to exclude two scientists or two institutes from the list of possible experts.

Peer review procedure may take up to 10 weeks, depending on the workload of experts and on the complexity of the subject. The Editorial Board informs the author of the reviewers' comments and of the decision to accept or to decline the paper.

If the decision is positive, the author makes the appropriate corrections and sends to the editorial board the final version of the paper. This amended version is signed by the author and by the experts to print, and no further changes are allowed. While approving the content of the issue, the Editorial Board takes into account the date of receipt of the final version of the paper.

Researchers, who want to take part in the peer review procedure of the Journal, should have a degree in the relevant scientific fields, the appropriate experience and high reputation in the academic world. Please send your resume to the Editorial Board at [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com).

## Наукові записки Інституту журналістики, Том 1 (82) 2023

веб-сайт журналу: <http://www.scientific-notes.com/>

**«Наукові записки Інституту журналістики»** – фахове наукове видання Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журнал публікує оригінальні, закінчені роботи за результатами досліджень з соціальних комунікацій, що відображають сучасні тенденції розвитку галузі в Україні та світі, закономірності, процеси, структури та форми масовокомунікаційної діяльності. Пріоритет надається актуальним для української та світової аудиторії дослідженням розвитку соціальнокомунікаційних технологій, медіа, журналістики, видавничої справи, реклами, зв'язків з громадськістю, соціальної інформатики тощо. Також журнал друкує рецензії на книги в галузі соціальних комунікацій, що вийшли друком впродовж останніх двох років. **Аудиторія** журналу – науковці, викладачі, студенти, професіонали у галузі медіа та комунікацій, а також широке коло читачів, які цікавляться сучасними тенденціями розвитку комунікаційного простору.

Формат журналу відповідає міжнародним стандартам; статті проходять процедуру рецензування; Міжнародна редакційна колегія включає видатних учених у галузі соціальних комунікацій.

**Журнал включено до «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора наук, кандидата наук і доктора філософії». Категорія «Б».** Наказ Міністерства освіти і науки України від 26.11.2020 № 1471. Додаток 3.

ISSN 2522-1272

Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ № 24029-13869ПР від 28.05.2019 р.

Адреса редакції: «Наукові записки Інституту журналістики», Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, вул. Юрія Іллєнка, 36/1, м. Київ, 04119, Україна

Тел.: (+38044) 481 4548. Факс: (+38044) 483 0981.

Email: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com).

*Рекомендовано до друку вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 12 від 12 червня 2023 р.).*

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

**Наукові записки Інституту журналістики** : науковий журнал / голов. ред. Володимир Різун; Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. 2023. Т. 1 (82). 141 с.

### Етика публікацій

Журнал «Наукові записки Інституту журналістики» керується етичними нормами, рекомендованими «Комітетом з етики публікацій» / Committee on Publication Ethics (COPE). Ознайомитися із відповідними правилами можна на офіційному сайті COPE: <http://publicationethics.org>.

Автори відповідальні за оригінальність поданих ними рукописів, які не повинні містити плагіату і не повинні бути опубліковані раніше в інших виданнях.

Редакція журналу гарантує, що кожен рукопис розглядається неупереджено, незалежно від статі автора, його раси, національності, віросповідання, громадянства і под.

### Політика рецензування

Усі статті проходять процедуру «сліпого» рецензування незалежними експертами, яких призначає Редколегія з числа фахівців у відповідній науковій галузі. Остаточне рішення щодо публікації чи відхилення статті приймає головний редактор, який керується у своїх діях висновками рецензентів. Подаючи статтю, автори можуть попросити виключити зі списку можливих рецензентів не більше двох учених або двох вищих навчальних закладів. Процедура рецензування може тривати до 10 тижнів, залежно від завантаженості експертів та тематики статті. Редакція інформує автора про зауваження експертів та рішення про прийняття матеріалу до друку або відмову в публікації. У разі позитивного рішення Редколегії автор вносить відповідні правки та надсилає до редакції остаточний варіант матеріалу. Виправлений варіант рукопису підписується автором і рецензентами «До друку», і подальшим змінам не підлягає. При затвердженні змісту номеру журналу редколегія керується датою надходження останнього варіанту статті.

Науковці, які бажають долучитися до числа рецензентів журналу «Наукові записки Інституту журналістики», повинні мати науковий ступінь у відповідних галузях наук, належний досвід роботи та високу репутацію в академічному світі. Резюме можна надсилати до редакції журналу на e-mail: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com).

## Editorial Board

### *Editor-in-Chief:*

**Volodymyr Rizun**, D. Sc. (Philology), Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-5216-3755>

### *Associate Editor:*

**Yurii Havrylets**, PhD (Social Communications), Assistant Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-4899-5815>

### *Editorial Board:*

**Yurii Bidzilia**, D. Sc. (Social Communications), Associate Professor, Uzhhorod National University, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0001-5134-3239>

**Madina Ashilova**, PhD (Philology), associate professor of the Abylai Khan Kazakh University of International Relations and World Languages, Republic Kazakhstan, <https://orcid.org/0000-0002-7634-7727>

**Artem Zakharchenko**, PhD (Social Communications), Associate Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-3877-8403>

**Anzhelika Dosenko**, PhD (Social Communications), Associate Professor, Boris Hrinchenko Kyiv University, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-5415-1299>

**Nico Drok**, PhD (Media), President of the European Journalism Training Association, professor of Media & Civil Society at Windesheim University of Applied Sciences in Zwolle, Netherlands, Scopus Author ID: 56538675500

**Shailendra Bahadur Singh**, PhD (Media), Head of journalism program at the University of the South Pacific, Suva, Fiji, Scopus Author ID: 55498154400

**Dawn Gilpin**, PhD (Mass Media and Communications), Associate Professor, Arizona State University, Phoenix, AZ, United States of America, Scopus Author ID: 23491837600

### *Executive Secretary:*

**Tetyana Skotnykova**, PhD (Thermal Physics), Senior Research Fellow, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

## INDEXED IN

ICV 2021: 95.41

ICV 2020: 72.51

ICV 2019: 65.76

**ERIH PLUS**  
EUROPEAN REFERENCE INDEX FOR THE  
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES



## Наукові записки Інституту журналістики, Том 1 (82) 2023

веб-сайт журналу: <http://www.scientific-notes.com/>**Редакційна колегія****Головний редактор:****Володимир Різун**, *д-р філол. наук, проф., Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна*, <https://orcid.org/0000-0002-5216-3755>**Заступник головного редактора:****Юрій Гаврилець**, *к. соц. ком., асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна*, <https://orcid.org/0000-0002-4899-5815>**Редколегія:****Юрій Бідзіля**, *д-р наук соц. ком, доц., Ужгородський національний університет, Україна*, <https://orcid.org/0000-0001-5134-3239>**Мадіна Ашилова**, *доктор філософії, доцент Казахського університету міжнародних відносин та світових мов імені Абилай Хана, Республіка Казахстан*, <https://orcid.org/0000-0002-7634-7727>**Артем Захарченко**, *канд. наук соц. ком., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна*, <https://orcid.org/0000-0002-3877-8403>**Анжеліка Досенко**, *к. соц. ком., доцент, Київський університет імені Бориса Грінченка, Інститут журналістики, Україна*, <https://orcid.org/0000-0002-5415-1299>**Ніко Дрок**, *PhD, президент Європейської асоціації журналістської освіти, лектор медіа та громадянського суспільства в Університеті прикладних наук Віндесхайма, м. Зволле, Нідерланди*, Scopus Author ID: 56538675500**Шайлендра Багадур Сінгх**, *PhD, голова відділення журналістики в Південнотихоокеанському Університеті, м. Сува, Республіка Фіджі*, Scopus Author ID: 55498154400**Дон Гілпін**, *PhD, доцент з відзнакою, Університет штату Арізона, м. Фінікс, Сполучені Штати Америки*, Scopus Author ID: 23491837600**Відповідальний секретар:****Тетяна Скотникова**, *канд. тех. наук, старш. наук. співроб., Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна***ЖУРНАЛ ІНДЕКСУЄТЬСЯ В****ICV 2021: 95.41****ICV 2020: 72.51****ICV 2019: 65.76****ERIH PLUS**  
EUROPEAN REFERENCE INDEX FOR THE  
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

## Contents

|   |    |
|---|----|
| Information for Authors.....                        | 10 |
| <b>Mikita Vasilenko</b> . Biographic Reference..... | 10 |

### IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

|   |    |
|---|----|
| Multimedianship as a Technology of Genre Diffusion<br>within Transformation of Media Industry ..... | 11 |
| <b>Lesya Horodenko</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i>                        |    |
| <b>Yevhen Tsymbalenko</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i>                     |    |

### JOURNALISM / PUBLICISM

|   |    |
|---|----|
| Journalistic Investigation in Wartime Conditions. Development or Decline?.....  | 33 |
| <b>Mikita Vasilenko</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i>   |    |
| “Donbasiia”: a Book of Essays about the Patriots of Ukraine. Ideological and<br>Social Components of the Content. Style Features and Texts Structure..... | 44 |
| <b>Alla Kobynets</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i>  |    |
| Contemporary Artistic Journalism. Article-Discussion.....   | 56 |
| <b>Vitalii Kornietiev</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i>   |    |
| <b>Nataliia Zhelikhovska</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i>  |    |

### HISTORY OF JOURNALISM

|  |    |
|--|----|
| Socio-Political and Cultural Environment of Azerbaijan Press in the End<br>of XIX – the Beginning of XX Century.....   | 66 |
| <b>Vazifa Ibrahimli</b> , <i>Baku State University, Azerbaijan</i>   |    |
| The Topic of “Crimes of the Kremlin” in the Ukrainian Emigration Press<br>(Based on the Materials of Yuriy Lavrinenko in the Newspaper<br>Ukrainski Visti’/“Ukrainian News”: Germany, 1945 – USA, 1988)..... | 75 |
| <b>Serhiy Kozak</b> , <i>T.G. Shevchenko Institute of Literature of the National Academy of<br/>Sciences of Ukraine</i>  |    |

### INTERNET JOURNALISM

|  |    |
|--|----|
| Social Networks as Emblematics<br>of Children’s Communication Addiction.....   | 87 |
| <b>Tetiana Leontieva</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i> |    |

### RESEARCH OF MASTERS AND POSTGRADUATE STUDENTS

|   |    |
|---|----|
| Popular Science Journalism as an Element of Educational Programs.....             | 97 |
| <b>Roksolana Kravchenko</b> , <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i> |    |

The Specifics of the Youtube Project of the Central Television and Radio Studio  
of the Ministry of Defense of Ukraine at the Beginning  
of the Active Phase of the Russian-Ukrainian War.....108  
*Maksym Prauta, Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Research of Students' Educational Needs Realization (on the Example  
of 1st and 4th Year Students of Educational and Scientific Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2019-2021).....128  
*Andrii Moskvych, Taras Shevchenko National University of Kyiv*

## Зміст

|  |    |
|--|----|
| Інформація для авторів.....                        | 10 |
| <b>Микита Василенко</b> . Біографічна довідка..... | 10 |

### У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

|   |    |
|---|----|
| Мультимедійність як технологія жанрової дифузії<br>в контексті трансформації медіагалузі..... | 11 |
| <b>Леся Городенко</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка              |    |
| <b>Євген Цимбаленко</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка            |    |

### ЖУРНАЛІСТИКА / ПУБЛІЦИСТИКА

|  |    |
|--|----|
| Журналістське розслідування в умовах воєнного часу.<br>Розвиток чи занепад?.....   | 33 |
| <b>Микита Василенко</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка   |    |
| «Донбасія»: книга нарисів про патріотів України. Ідеологічні та соціальні<br>компоненти контенту. Особливості стилю та побудови текстів..... | 44 |
| <b>Алла Кобинець</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка  |    |
| Сучасна художня публіцистика. Стаття-дискусія.....   | 56 |
| <b>Віталій Корнєєв</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка  |    |
| <b>Наталія Желіховська</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка  |    |

### ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

|   |    |
|---|----|
| Суспільно-політичне і культурне середовище азербайджанської преси<br>кінця XIX – початку XX ст.....   | 66 |
| <b>Ібрагімлі Вазіфа Халифа</b> , Бакинський державний університет, Азербайджан  |    |
| Тема «злочинів Кремля» в пресі української еміграції (за матеріалами<br>Юрія Лавріненка в часописі «Українські вісті»:<br>Німеччина, 1945 – США, 1988)..... | 75 |
| <b>Сергій Козак</b> , Інститут літератури імені Т.Г. Шевченка НАН України   |    |

### ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА

|  |    |
|--|----|
| Соціальні мережі як емблематика дитячої<br>комунікаційної залежності .....         | 87 |
| <b>Тетяна Леонтьєва</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка |    |

### ДОСЛІДЖЕННЯ МАГІСТРІВ І АСПІРАНТІВ

|   |    |
|---|----|
| Науково-популярна журналістика як елемент освітніх програм.....                       | 97 |
| <b>Роксолана Кравченко</b> , Київський національний університет імені Тараса Шевченка |    |



Специфіка Youtube-проекту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України на початку активної фази російсько-української війни.....108  
*Максим Праута, Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Дослідження реалізації освітніх потреб студентів (на прикладі 1 та 4 курсів ННДЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2019-2021 рр.).....128  
*Андрій Москвич, Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

---

### Інформація для авторів

«Наукові записки Інституту журналістики» – це журнал з відкритим доступом до результатів досліджень. А отже, в разі публікації в нашому журналі, автор статті погоджується на її електронне поширення. Контент журналу ліцензується за ліцензією Creative Commons версія 4.0 International (CC BY). Ця ліцензія дозволяє будь-кому копіювати, поширювати, переробляти, адаптувати, розвивати та навіть комерційно використовувати твір за умови, що будь-яке використання здійснюється із зазначенням автора (авторів) та журналу «Наукові записки Інституту журналістики»

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

<http://www.scientific-notes.com/vymohy-do-stately>

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 принципові питання.

Відмова від публікації може не супроводжуватися роз'ясненням її причини.

Вартість публікації статті обсягом до 30 тис. знаків з пробілами становить 300 грн. За наступні кожні 10 тис. знаків – по 120 грн. З іноземних авторів і студентів плату не беремо. Отримані кошти витрачаються на друк і розсилку обов'язкових примірників, а також на підтримку сайта журналу.

### Микита Василенко. Біографічна довідка

На обкладинці вміщено фото **Микити Кімовича Василенка**. Микита Кімович Василенко (1956 р., Суми) – український журналіст, педагог, письменник. Професор, доктор філології, кандидат філософських наук. Фахівець з інформаційних жанрів, репортер.

У 1978 році закінчив філологічний факультет Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Працював у газетах. Микита Василенко є одним з провідних фахівців із випуску газет у країні.

Кандидат філософських наук, доктор філологічних наук, професор видавець, романіст.

Закінчив докторантуру Інституту журналістики (2007). Захистив докторську дисертацію «Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі» (2007).

В університеті з 1985. Професор кафедри періодичної преси Навчально-наукового інституту журналістики.

Спеціалізується на вивченні і викладанні жанрів у пресі (інформаційна та аналітичні групи), розвитку репортажу в українській та зарубіжній періодиці.

Автор понад 50 наукових статей.

Член Спілки журналістів України (1986).

Микита Василенко активно пише белетристику. Автор повістей: «Марта і смерть» («Глобус», 1991), «Последний полковник» («Факт», 2006), історичного роману у двох томах «Война с готами» («Фолио», 2022) та ін.

**IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.1>

UDC 004.738.5:004.032.6:82-92

**Multimediansess as a Technology of Genre Diffusion  
Within Transformation of Media Industry**

**Lesya Horodenko**

<https://orcid.org/0000-0002-8400-7917>

*D.Sci (Social Communications)*

*Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National  
University of Kyiv*

*36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [lgorodenko@knu.ua](mailto:lgorodenko@knu.ua)*

**Yevhen Tsymbalenko**

<https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>

*PhD (Social Communications)*

*Associated Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko  
National University of Kyiv,*

*36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [e.tsymbalenko@knu.ua](mailto:e.tsymbalenko@knu.ua)*

**ABSTRACT**

The article is devoted to consideration of transformations and changes of a number of journalistic genres that occur under the influence of multimedia interactive technologies. In particular, the genre diffusion in the media materials on the Internet and the trends of genre transformation under the influence of multimedia technologies are analyzed. The main features of multimedia genres in comparison with traditional ones are tracked and the reasons for combination of some genres are analyzed. The objective of the article is to systematize and to describe the genre transformations under the influence of multimedia technologies. In the article, the traditional approach to selection of genre forms was used as the basis for division into the groups, based on the classic genres in press, on television and radio. The attention is paid to such unique media genres as a blog, a podcast and a multimedia story. Another approach used by us in classification is based on the principle of genre synthesis (“parasitism” of

multimedia genre on the traditional characteristics with a partial adaptation to the new environment) and on its uniqueness (absence of analogues in traditional journalism).

Separately, we highlight the integration approach, according to which the genres with a minimum number of combined elements (for example, a Twitter report) and the complex multimedia structures (a multimedia talk show or an audio slideshow) are distinguished.

A number of scientific methods were used in the work, which made it possible to realize the formulated goal and the tasks. In particular, the monitoring of coverage of the topic of genres diffusion and multimedia technologies in the scientific articles and the monographs was carried out with the help of traditional analysis (analysis of sources). The logic of construction of a theoretical study was formed using a systematic method.

The explanation of semantic accents of genres' transformation based on the established characteristics and the characteristics which are formed under the influence of multimedia and interactive technologies is carried out within the scope of interpretation. The method of comparison was used to find the common and the distinctive features between traditional and transformed genres, as well as to compare the views of Ukrainian and foreign scientists on the key concepts of the study. The method of extrapolation was used when transferring the basic properties of traditional genres to the modified ones. The methods of classification and systematization are used on the final stage of the research, within of which the results are finally summarized and the systematization is developed.

**KEYWORDS:** genre; genres diffusion; multimedia; journalism.

УДК 004.738.5:004.032.6:82-92

## Мультимедійність як технологія жанрової дифузії в контексті трансформації медіагалузі

*Городенко Леся Михайлівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, <https://orcid.org/0000-0002-8400-7917>*

*Цимбаленко Євген Станіславович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, <https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>*

### Резюме

Стаття присвячена розгляду трансформацій і видозмін низки журналістських жанрів, що відбуваються під впливом мультимедійних інтерактивних технологій. Зокрема, проаналізовані жанрові дифузії у матеріалах медіа в інтернеті та тенденції жанрової трансформації під впливом мультимедійних технологій. Відстежено основні особливості мультимедійних жанрів у порівнянні з традиційними та проаналізовано причини поєднання деяких жанрів.

Метою статті є систематизація й опис жанрових трансформацій під впливом мультимедійних технологій.

У статті в основу поділу на групи використано традиційний підхід до виділення жанрових форм, відштовхуючись від класичних жанрів у пресі, на телебаченні та радіо. Зверне-

но увагу на такі унікальні медійні жанри як блог, подкаст і мультимедійна історія. Ще один підхід, застосовуваний нами при класифікації, базується на принципі синтетичності жанру («паразитіванні» мультимедійного жанру на традиційних характеристиках з частковим прилаштуванням до нового середовища) та на його унікальності (відсутності аналогів у традиційній журналістиці). Окремо виділяємо інтеграційний підхід, відповідно до якого виділяються жанри, що мають мінімальну кількість об'єднаних елементів (наприклад, твіттер-репортаж), та складні мультимедійні конструкції (мультимедійне ток-шоу чи аудіослайд-шоу).

У роботі використано низку наукових методів, що уможливили реалізацію сформульованої мети та поставлених завдань. Зокрема, моніторинг висвітлення теми дифузії жанрів та мультимедійних технологій в наукових статтях та монографіях здійснювався за допомогою традиційного аналізу (аналізу джерел). Логіка побудови теоретичного дослідження формувалася за допомогою системного методу. Пояснення смислових акцентів трансформації жанрів на основі усталених характеристик та характеристик, що формуються під впливом мультимедійних та інтерактивних технологій, проведено в межах інтерпретації. Метод порівняння задіювали для пошуку спільних та відмінних ознак між традиційними та трансформованими жанрами, а також для зіставлення поглядів українських і зарубіжних науковців на ключові поняття дослідження. Метод екстраполяції використано при перенесенні базових властивостей традиційних жанрів на видозмінені. Методи класифікації і систематизації – завершальний етап дослідження, в межах якого остаточно зведено результати та вибудовано систематизацію.

**Ключові слова:** жанр; дифузія жанрів; мультимедіа; журналістика.

## 1. Вступ

Інтернет на соціальні мережі диктують нині нові реальності адаптації журналістських матеріалів до мультимедійного формату. Нові жанрові форми поряд з традиційними поступово адаптуються та співіснують у різних медіа, при цьому цей процес є динамічний і нестандартизований, що викликає дискусії в науковому і практичному дискурсі, про що ми будемо детальніше говорити далі. Сучасна журналістика в інтернеті та в соціальних мережах знаходиться в стадії пошуку і становлення своїх форм вираження через нові жанрові особливості репрезентації текстів у медіа. Важливою виглядає потреба систематизації нових, оновлених і адаптованих журналістських жанрів у сучасних медіа в контексті тенденції тяжіння до мультимедійності.

Метою статті є систематизація й опис жанрових трансформацій під впливом мультимедійних технологій.

Для досягнення мети були сформульовані такі завдання:

- дати визначення і пояснення ключовим поняттям статті: жанр, дифузія жанрів, мультимедіа;
- виявити особливості мультимедійних жанрів у порівнянні з традиційними;
- охарактеризувати використання мультимедійних жанрів в українських медіа ресурсах.

Об'єктом статті є дифузія журналістських жанрів. Предметом – мультимедійні інтерактивні технології, що впливають на основні жанрові видозміни в медійному середовищі.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Протягом тривалого часу в науковому дискурсі популярною була думка, що кардинальні зміни традиційних журналістських жанрів відбуваються внаслідок технологічних новацій (наприклад, ми про це говорили у нашій монографії «Теорія мережевої комунікації» [1]). Проте зараз, у результаті нових вивчень і регулярного моніторингу медійних ресурсів, ми поступово схилиємося до ідеї, що не менш важливим у цих трансформаціях є зміна інформаційних потреб і запитів аудиторії.

У колективній монографії за загальною редакцією В. Шевченко «Кросмедіа: контент, технології, перспективи» у кількох розділах напряму чи опосередковано розглядаються питання мультимедійності у медіа загалом і композиційно-графічному моделюванні зокрема. В окремих дослідженнях, проведених у різний час, ми зустрічаємо дискусії про дифузії мультимедійних жанрів: Н. Виговська у статті «Журналістські жанри в мультимедійному світі», Д. Коваленко «Процеси жанрової дифузії та диференціації в сучасному українському романі (на матеріалі романів Ірен Роздобудько)», О. Нестеренко «Жанрова природа мультимедійних історій» та інші. Коли мова заходить про трансформацію жанрів у медіа і про нові технологічні підходи до жанрової класифікації, не можна оминати увагою статтю М. Дьюза «Що таке журналістика» [2], в якій автор розмірковує про природу зміни ідеології журналістики загалом і впливом цифрових технологій на медіаіндустрію зокрема. Наслідки і прогнози таких взаємовпливів оформлені М. Дьюзом у статті «Що таке мультимедійна журналістика» [3], в якій уже безпосередньо розглядає космедійність, конвергентність та мультимедійність у роботі редакцій медіа.

Крім того, проблеми мультимедійності медіа й опосередкований вплив технології на жанрову палітру сучасних ЗМІ і блогосфери розглядали: Л. Василик [4], Л. Городенко [1], Р. Вербовий [5], А. Захарченко [6; 7], В. Садівничий [8], О. Ситник [9], М. Чабаненко [10], В. Шевченко [11; 12] та інші.

### 3. Методи дослідження

Процедура проведення наукового дослідження передбачає використання низки методів і підходів. Базовим є *соціально-комунікаційний підхід*, в межах якого обиралася та обґрунтовувалася вся теоретична та емпірична методологія. За допомогою *аналізу джерел* вивчалися праці провідних науковців у медіагалузі (зокрема, дослідників розвитку жанрів журналістики). У межах *традиційного аналізу* досліджувався зміст наукових статей і тлумачилися ключові поняття, використовувані нами у межах дослідження відповідно до певних точок зору, озвучених науковцями в кожному конкретному випадку. *Системний* метод став основою при виділенні, формуванні і побудові комплексних підходів теоретичної бази статті. Стіжкі тенденції щодо визначення параметрів і ознак традиційних жанрів журналістики і наявних в інтернет-середовищі видозмін, перенесення їх на мультимедійні жанри здійснювалося методом *екстраполяції*. Методи *систематизації* та *класифікації* використані для створення систематизованої класифікації жанрових форм в мультимедійних ЗМІ. За допомогою *інтерпретації* пояснювалися змістові і смислові частини журналістських текстів через співвіднесення їх з формовим відображенням. Порівняння сталих і трансформованих ознак і параметрів традиційних і видозмінених під мультимедійними та інтерактивними технологіями жанрів проведено за допомогою методу *порівняння*; цей же метод використано під час аналізу і зіставлення теоретичних поглядів науковців на ключові поняття дослідження.

Етап емпіричних вивчень проходив за таким принципом: після етапу теоретичного вивчення наукових джерел та виділення низки видозмінених жанрів ми провели *моніторинг* українського інтерактивного медіасередовища щодо виявлення прикладів застосування того чи іншого трансформованого жанру. Після цього за допомогою *порівняння* відстежували спільні та відмінні характеристики у виявлених жанрах (традиційних і трансформованих). У результаті виділяли основні класифікаційні ознаки груп жанрів.

#### 4. Результати й обговорення

Для того, щоб зрозуміти, що саме ми розуміємо під основними категоріями, використуваними в статті, необхідно розібратися з ключовими поняттями та термінами нашого дослідження.

В українській науці не так багато досліджень, які безпосередньо стосуються аспектів вивчення дифузії в жанротворенні. Зокрема, це дисертаційна робота О. Голік «Взаємодія та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості». У цій роботі дослідниця замислюється над явищем жанрової дифузії і вживає його як синонім до поняття взаємодія. Вона наводить дефініцію цього поняття: «Взаємодія (дифузія) жанрів – це процес утворення нових жанрових моделей (різновидів чи модифікацій) на основі взаємної залежності, взаємозумовленості різних критеріїв вибору жанру, його константних та змінних елементів, коли навколо одного домінуючого компонента будується структура з новими змінними, проходить перегрупування складників» [13, с. 13].

Метафорично про природу дифузії жанрів висловила К. Чорна: «Дифузія жанрів – явище еволюційного перетворення жанрів, пов'язане з інтерференцією й химеризацією, що особливо яскраво виявляється в гострому тимчасовому періоді внаслідок змін необхідних істин і перебудови парадигми (що, наприклад, призвело до заміни диктора як «голови, що вміє говорити», на ведучого-коментатора, інакше – на модератора, а інформаційної програми – на аналітичну)» [14, с. 189].

Під дифузією Н. Хоменко розглядає «просторове поширення культурних досягнень одного суспільства в інше. Породжене одним суспільством, будь-яке явище культури може бути запозичене й засвоєне членами інших спільнот» [15, с. 87]. Якщо взяти за основу таке тлумачення й адаптувати його в журналістську площину, то можемо запропонувати такий варіант пояснення терміна: перехід (чи адаптація) одного жанру в інший із синтезування спільних ознак; у технологічному вимірі – це конвергенція властивостей і формотворчих ознак жанрів з їх пристосуванням до мультимедійного інтерактивного середовища. Внаслідок таких об'єднань і взаємовпливів виникають і формуються мультимедійні жанри. В. Шевченко вважає, що саме конвергенція медіа спричиняє конвергенцію жанрів, а «інтерактивні жанри використовують мультимедійні та гіпертекстуальні можливості мережевого ресурсу, оновлюють інформацію кілька разів на день, спілкуються із читачами в режимі реального часу. Журналісти нерідко користуються фактажем, наданим читачами, публікують фотографії, скріншоти, думки своїх читачів» [12, с. 15].

При цьому ми абсолютно підтримуємо бачення А. Москаленка та його визначення жанру «як предмет формотворення матеріалу і спосіб відображення теми. Іншими словами, жанр – це спільність логіко-композиційних ознак» [16]. Також нам імпонує позиція В. Шевченко, яка пояснює журналістський жанр як «сталі типи публікацій, що об'єднані подібними змістовно-формальними ознаками, колективно вироблені у процесі комунікації структури, що передають зміст особливими формами» [12, с. 14]. А. Захарченко вважає недоцільним послуговуватися усталеними визначеннями для поняття жанр для медіа в інтернеті. Він модифікує його і тлумачить як «усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації» [6, с. 29].

Пояснення поняття «мультимедіа», розміщене у відкритій електронній енциклопедії Вікіпедія, звучить як «комбінування різних форм представлення інформації на одному носіїві, наприклад текстової, звукової і графічної, або, останнім часом все частіше – анімації і відео. Характерна особливість мультимедійних об'єктів та продуктів – наявність гіперпосилання. Поняття, що означає сполучення звукових, відео, графічних, текстових і цифрових сигналів, а також нерухомих і рухомих образів і конструкцій» [17] і

повністю відповідає нашому розумінню цього явища. Аналогічно пояснює явище мультимедійності дослідниця інтернет-медіа М. Чабаненко: «це ще одна базова властивість вебу, яка уможливорює поєднання всіх доступних форматів медіа-повідомлень: тексту, фотографій, слайдів, відео, аудіо, малюнків, інфографіки, анімації тощо» [10, с. 75].

Таке поєднання різних форм відображення інформації дає широкі можливості варіювання контентом в інтернет-медіа. Найбільш яскравими прикладами такої взаємодії є лонгрід і мультимедійна історія (детальніше про ці жанри будемо говорити далі в статті).

У монографії «Теорія мережевої комунікації» ми детально розглядали природу інтерактивності та мультимедійності. У зведеній таблиці систематизували актуальні на той час технології та показали специфіку для кожного виду медіа [1]. Такий підхід допоміг виділити ключові моменти, які є актуальними у розмові про синтезування жанрів в інтерактивному мультимедійному середовищі. Для мультимедійних жанрів тенденцією є об'єднання різних форм і технологій: акумулювання текстової, графічної, аудіо, відео, анімаційної інформації для одного медіапродукту. При цьому немає обмежень, скільки видів репрезентації інформації буде об'єднано.

Для мультимедійних жанрів властиве не тільки поєднання різних за своєю природою типів інформації; ми переконані, що популярність журналістських історій, виконаних в таких жанрах, серед читачів зумовлена застосуванням технологій гіперактивності та інтеракції. Адже саме інтерактивний інструментарій слугує налагодженню комунікацій між редакцією / автором та аудиторією. Інтерактивність дає можливість читачеві стати активним учасником обговорень статті через коментарі, висловлювати своє ставлення до інформації через систему «емодзі» (реакції), поширювати журналістські матеріали у соціальних мережах та навіть стати співавтором.

Гіпертекстуальність – це «одна з базових властивостей Всесвітньої веб-мережі, що дає змогу розміщувати на будь-яких веб-сторінках гіперпосилання на будь-які веб-ресурси» [10, с. 72]. Проте технологія в медіа виникла задовго до інтернету. Преса, телебачення, радіо практикували зберігання різномірної інформації, хоча кожне з медіа мають принципово різні, притаманні лише їм, типи та види матеріалів.

Не менш важливими є гіпертекстові посилання, які допомагають читачеві орієнтуватися в інформаційних потоках: перехід на першоджерело, мережа пов'язаних матеріалів, рух по тексту та інші елементи сприяють навігації по обраному журналістському тексту.

На нашу думку, уміле поєднання інструментів інтеракції, технологій гіпертексту та мультимедійних елементів розширює можливості сприйняття інформації й орієнтується на максимальне задоволення інформаційних запитів аудиторії. Синтез кількох типів відображення інформації робить журналістський твір більш живим і динамічним, а доповнення його можливостями користувацької взаємодії підвищує конкурентоздатність матеріалу в медійному середовищі.

Наша теза знаходить також асоціативне підтвердження в посібнику «Мультимедійні історії»: «інтерактивні жанри використовують мультимедійні та гіпертекстуальні можливості мережевого ресурсу, оновлюють інформацію кілька разів на день, спілкуються із читачами в режимі реального часу. Журналісти нерідко користуються фактажем, наданим читачами, публікують фотографії, скріншоти, думки своїх читачів» [12, с. 15].

У статті «Звичка читати. Як виданням зберегти аудиторію в умовах переходу в онлайн» Б. Сидоренко говорить про кризу в індустрії друкованих медіа України, а також про те, що низка видань призупинили чи припинили випуск друкованого примірника: «в Україні припинили виходити друковані версії журналів «Український тиждень», «Новое Время» і «Фокус», а холдинг UMN Group відправив в онлайн усі 15 своїх видань. Й Україна тут не оригінальна: компанія Playboy Enterprises, яка щорічно зазнає збитків на \$4-5 млн через випуск свого флагманського журналу в принті, зважилася нарешті з цим покін-



чити – відтепер не лише Playboy, а й Playboy Interview, 20Q, Playboy Advisor і видання про ігри існуватимуть тільки в цифровому форматі. А ціла індустрія так званих альтернативних тижневиків (друкованих видань, що виходять у регіонах і займаються переважно розслідуваннями) перебуває на межі загибелі» [18]. При цьому ми спостерігаємо за тенденцією, коли українці поступово визначають саме інтерактивне мультимедійне середовище як домінуюче в отриманні інформації. За результатами дослідження, оприлюдненими Київським міжнародним інститутом соціології у квітні 2022 р., «Для отримання інформації соцмережі використовують 76,6% українців, а телебачення – 66,7%. 61,2% українців читають новини з інтернету без використання соцмереж. Найменше респонденти обирали радіо, його слухають близько 28,4% громадян України, а друковані ЗМІ читають лише 15,7% опитаних» [19].

Такі зміни аудиторних уподобань ще раз підтверджують актуальність нашого дослідження, зокрема у контексті вивчення форм представлення контенту в інтернет-середовищі та безпосередньо дифузії жанрів.

Інтернет як технологія поширення інформації передбачає одночасну або почергову роботу з різними її типами: текст, аудіо, відео, анімація. Технології розширеної реальності (AR) і віртуальної реальності (VR) синтезують віртуальні світи. Для журналістики такі колаборації видаються досить ефективними, особливо коли ми розглядаємо трансформації відеоформатів. Як ми зазначали раніше, для жанрів характерна сталість та закономірність, при цьому в мультимедійному середовищі ця сталість вже не так помітна і часом спостерігається динаміка у жанровій репрезентації. Ми бачимо чимало прикладів як в українській, так і в зарубіжній практиці, коли традиційні форми набувають оновлених ознак. Розглянемо та проаналізуємо деякі дифузії в сучасних жанрах.

Український сегмент сучасного інтернету заповнений чималою кількістю медіа, що генерують досить якісний контент та обрамлюють його в цікаві форми. До прикладу, проєкт «Детектор Медіа» (<https://detector.media/>) є представником якісної журналістики про журналістику. Крім того, дедалі популярнішим стає спеціалізація медіа саме на продакшні журналістського продукту з застосуванням мультимедійних технологій. Зокрема, «Спеціальні проєкти» від «Телевізійної служби новин» чи лонгріди в «Новинарня» чи «НВ» орієнтуються на якісні мультимедійні історії, а сайти телеканалів 1+1 чи СТБ є прикладами синтезу якісного і табloidного контенту, оформленого з розмаїтими використаннями мультимедійних технологій.

Роздумуючи про ефективність та доцільність трансформацій жанрів, згадаємо тези М. Дурневої: «у кожного жанру є власний читач» і «в епоху смартфонів люди набагато більше часу витрачають на читання великих текстів, аніж коротких заміток» [20], висловлену у статті «Нам це вдалося: українські лонгріди на противагу американським». Ми повністю поділяємо таку думку і вважаємо, що на кожен товар є свій покупець, і тільки рівень довіри до медіа, уміння стимулювати і підтримувати інтерес читачів до ресурсу чи журналістського матеріалу визначають доцільність застосування тієї чи іншої форми для оформлення інформації.

Широку класифікацію мультимедійних трансформованих жанрів наводить Ю. Кропива. Автор акцентує, що жанри можуть бути як «окремими компонентами, так і окремими завершеними публікаціями» [21, с. 77]. І далі пропонує таку класифікацію: «статична ілюстрація – класична ілюстрація в мультимедійній історії; слайд-шоу, яке відрізняється від фотострічки передусім тим, що картинка «перегортаються» самі в режимі «фотофільму» і часто дуже схожі на відео; карикатура – традиційний жанр, який отримує нове дихання в конвергентному ЗМІ, перетворюючись на анімацію; підкаст – звуковий файл, передача, закінчений сюжет; аудіоілюстрація – мінімально короткий фрагмент аудіозапису, що розміщений у певній частині тексту; аудіоверсія тексту – начитаний диктором або електронним диктором текст повідомлення; аудіосюжет, який схожий на класичні радіо-

сюжети з цитатами ньюзмейкерів та інтершумом; відеоілюстрації – фрагмент відео, який належить конкретній частині тексту чи інфографіки або мультимедійній статті; відеосюжет – закінчене відеоповідомлення, яке має свою зав'язку, кульмінацію й розв'язку; відеоколонка, відеонарис, відеокomentar – жанр, який походить із телевізійних студій і, ймовірно, став проміжним етапом перед тим, як перетворитися на інтерактивну відеоколонку» [21, с. 77]. У нашій статті ми детальніше прокоментуємо й проілюструємо деякі із перерахованих Ю. Кропивою жанрів.

Ще у 2004 році М. Дьюз говорить про зміни читацьких уподобань щодо отримання новинного контенту і про необхідність редакцій адаптуватися до цих реалій. Автор виділяє основні зміни пріоритетів у

- читанні: люди читають менше друкованих видань, але, очевидно, читають в інтернеті, особливо коли вони зацікавлені в запропонованій темі;
- перегляд телебачення: у сучасній медіасфері відбувається «зростання образів і падіння слова»... це означає, що наше розуміння подій і те, як ми сприймаємо навколишній світ, все більше контекстуалізується завдяки маніпуляціям і високошвидкісному редагуванню зображень і відео;
- прослуховування новин: люди все ще слухають радіо, але все частіше роблять це онлайн через Інтернет-радіостанції під час виконання інших завдань; багатозадачність: те, що найкраще характеризує сучасних медіакористувачів, оскільки люди дедалі більше залучаються як до споживання, так і виробництва інформації в різних медіа одночасно: ми дивимося телевізор (з вимкненим звуком, щоб мати можливість вести телефонну розмову), переглядаємо газету чи журнал і вводимо запити в пошукових системах [3].

У статті «Тенденції розвитку інформаційних жанрів в українському Інтернеті» ми висловили думку, що інтрнет-журналістика практично не створила власних жанрів, і часто паразитує «на контенті, поширюваному користувачами» [22, с. 47]. Аналізуючи сучасний стан розвитку жанрової палітри мультимедійної журналістики, можемо стверджувати, що нічого кардинально не змінилося в підходах до жанротворення. При цьому ми спостерігаємо активні рухи щодо адаптації традиційних форм до реалій журналістської діяльності.

Дослідники Д. Кузнецов та К. Сірінюк-Долгарьова у статті «Жанрова дифузія в контенті регіональних онлайн-медіа» запропонували досить цікаві систематизації жанрів, що зазнають видозмін, при цьому поділивши їх на два різновиди: «міжгрупова дифузія та дифузія в межах однієї жанрової групи» [23, с. 81]. А «явище міжгрупової дифузії окреслює поєднання утворень між аналітичними та інформаційними жанрами. Серед найуживаніших сполучень, що були спостережені в процесі моніторингу, такі: замітка з елементами аналітики; замітка-коментар; замітка з елементами репортажу; замітка з елементом інтерв'ю; звіт з елементами аналітики; звіт-коментар» [23, с. 81]. Також автори виводять «основні утворення в межах відповідних груп: звіт-замітка (інформаційна група); огляд коментарів (аналітична група); аналітична стаття з елементами інтерв'ю (аналітична група)» [23, с. 81]. Причинами, що можуть впливати на трансформації жанрів, Д. Кузнецов та К. Сірінюк-Долгарьова визначають: «суспільно-політичні аспекти, що виштовхнули з поля вживаності художньо-публіцистичні жанри. Проте, варто визнати, що видозміни такого характеру мають виключно позитивний вплив на загальну концепцію контенту, бо несуть у собі більшу кількість інформації, що приводить до суттєвої економії читацького часу, а це є основною тенденцією розвитку сучасних онлайн-медіа» [23, с. 81].

Іншу позицію щодо українських проєктів, що орієнтуються на роботу у видозмінених жанрах, зокрема в мультимедійних історії, озвучує М. Дурнева: «Довгі мультимедійні історії, створені українськими мас-медіа, завжди знайдуть як вразити гарним оформлен-

ням, креативним підходом до розкриття обраної теми. В більшості випадків акцент робиться на світліни, відео, аудіо та дизайнерську верстку. За рахунок цього текстовий обсяг не видається надто великим, а матеріал легко приваблює читача» [20].

Отже, в першому випадку ми маємо акцентування на «економії часу» як тенденції розвитку онлайн-медіа, в другому – на мультимедійних елементах, які допомагають привабити читача для читання великих матеріалів. Обидві думки мають під собою відповідні обґрунтування практикою і виділення визначальної ролі саме медіа, яке в процесі досягнення завдань редакційної політики і порядку денного обирають найбільш вдалі інструменти для ефективною комунікації зі своєю аудиторією.

Найбільш дискусійною формою медійного представлення текстової чи відео інформації є *блог*. Блог за своєю суттю є електронний щоденник, в якому автор суб'єктивно передає власні думки. Тут ми притримуємося позиції, що саме суб'єктивність, упередженість є тими елементами, що заперечують блог як вид чи жанр у класифікаціях традиційної журналістики (детально ми це обговорювали у нашій монографії «Теорія мережевої комунікації» [1] та в статті «Концепція блогу як технології нових медіа» [24]). При цьому ми абсолютно переконані, що блог нині є одним із найпотужніших і найвпливовіших медійних інструментів. І чимало блогерів, наприклад, Сергій Стерненко, Олексій Гончаренко, Олексій Арестович чи Дмитро Гордон є лідерами думок і до них прислухається громадськість (див. рейтинги, складені газетою «Слово і діло», топ блогерів з найбільшою кількістю підписників, які працюють з довкола війсьними темами [25]).

Як ми зазначали, блог – це персональна сторінка. Тоді як М. Чабаненко асоціює блог із громадянською журналістикою й акцентує на її «здебільшому аматорстві» [10, с. 83]. Натомість В. Шевченко навпаки говорить про «журналістський блог» як «можливість журналіста звертатися безпосередньо до свого читача, висловлювати думку без цензури і тиску власників медіа. Із цим пов'язана суб'єктивність оцінки подій, розмовні конструкції, незбалансованість думок, неякісні фото, а також порушення більшості журналістських принципів» [12, с. 14]. Також блог характеризується такою властивістю інтерактивних жанрів як фатика. В. Шевченко пояснює це явище в сучасній мультимедійній журналістиці як елемент, що сприяє «укріпленню зв'язків із читачами» [12, с. 15]. Такий ефект досягається і завдяки «відходу від соціально значущих тем; такі матеріали спонукають читача до спілкування заради спілкуванню, здійснюють обмін думками, апелюють до емоційних, естетичних та інтелектуальних можливостей особистості» [12, с. 14].

Серед не менш дискусійних щодо жанрової приналежності є й така альтернативна форма як *twitter-репортаж*. Цей жанр побудований на основі коротких записів і коментарів у мережі Twitter, а також на подальшому репості та обговоренні твітів в інших медіа. Серед переваг жанру його обмеженість у кількості символів, що сприяє максимально влучному висловлюванню думки. Війна росії проти України стимулювала чимало актуальних твітер-репортажів. Тут українці отримують інформацію про підтримку від світових політичних лідерів і селебріті; Президент та урядовці через твіти спілкуються з міжнародною спільнотою. Яскрава і неоднозначна самодискусія та коментування супроводжували твіти Ілона Маска з його часто дивними висловлюваннями щодо війни в Україні<sup>1</sup>.

Жанр, що взяв за основу один із найбільш поширених інформаційних форматів – замітку, можна вважати *стрічку новин*. Це навіть не стільки жанр, як сервіс, що динамічно оновлюється та автоматично генерує найбільш актуальні новини у вигляді заголовків або заголовків та анонсів. Більшість потужних медіа в інтернеті уважно стежать за онов-

<sup>1</sup> <https://twitter.com/elonmusk?>

леннями на своїх сайтах і намагаються саме через стрічку новин добитися максимальної оперативності інформування читачів<sup>2</sup>.

Цікаві трансформації жанрів під впливом сучасних технологій супроводжують радіо-галузь. І напевно найбільш знаковим цьому контексті є *подкаст*<sup>3</sup>. Проте існують жанри, які практично не зазнали мультимедійних видозмін. До таких відносимо *аудіосюжет* – «начитуваний диктором з додаванням цитат ньюзмейкера та збереженням інтершумів. Осмислений і зрежисований аудіозапис невеликого формату» [11, с. 330]. Теоретики і практики рекомендують оптимальну тривалість аудіосюжету в мультимедійній замітці не перебільшувати, ніж 60 секунд [11, с. 330]. Як і в інших аудіо жанрах, голос ведучого чи журналіста, його тональність, ритмічність є тим засобом, за допомогою якого аудиторії пояснюють, як і чому відбувається чи відбулася та чи інша подія, що передувало їй і які наслідки прогнозовано вона може нести. Аудіосюжет може передувати розгорнутій бесіді, і в ньому автор презентує співрозмовника; це може бути ввічкнення журналіста з місця події й у форматі репортажу представлення ходу розвитку події чи розповідь зі студії, щоб «ввести слухача в курс подій та сказати вступне слово перед інтерв'ю» [26]. Найбільш цікавими (суб'єктивно для нас) є проблемні аудіосюжети, в якому «зазвичай цілком і повністю висвітлює одну-єдину тему» [26]. При цьому «сюжет вимагає більш ретельної й різнобічної підготовки. В ньому має бути обов'язково аудіозапис ключових персонажів, щоб представити слухачам різні, іноді протилежні, точки зору, надавши слово кільком спікерам, досвідченим щодо цієї теми. Це підвищить якість документального сюжету» [26].

Аудіосюжети часом стають частиною більш масштабних «голосових» жанрів, як наприклад, *подкастів*. У книзі «Новітні медіа та комунікаційні технології» термін пояснюють як «викладений в інтернеті здебільшого звуковий файл (передача, закінчений сюжет, фрагмент радіної програми) або регулярно оновлювана серія таких файлів, що доставляються абонентам за допомогою технологій RSS (аудіофайли автоматично завантажуються на комп'ютер абонента) та ін. Крім аудіоподкастів, існують також відеоподкасти» [11, с. 383]. Подкаст – це повністю завершений журналістський продукт з логічно побудованим сюжетом. «Подкаст – це усний жанр журналістики – розповідь, інтерв'ю, чи навіть добірка музики. Їх особливість у тому, що аудиторія подкастерів не слухає ці програми в прямому етері, а може сама обирати, що і коли слухати» [27].

Широкий огляд підходів до класифікації подкастів здійснив О. Дмитровський у статті «Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо». Науковець зазначає, що «подкастинг – це місце, де перетинаються блогінг і радіо» [28, с. 149] і виділяє їх 4 типи; аудіоподкаст (аудіофайл із озвученими думками автора), відеоподкаст (відеофайл із озвученими думками автора), скрінкаст (поєднання фотографування екрану під час навчання через інтернет та коментування дій); скайпкаст (розмова, записана через скайп і поширена переважно засобами подкастингу» [28, с. 149-150].

Подкаст може бути як одиночною реалізацією задуму журналіста чи блогера, так і регулярно оновлюваною серією випусків, об'єднаних спільною ідеєю. Ґрунтовний аналіз українських якісних подкастів провів канал Ukraïner. Автор проекту розпочинає свій лонґрід зі слів про те, що «українці починають слухати й дивитися контент, створений в Україні й українською» [29], і це стимулює «журналістів, істориків, культурних діячів чи представників будь-яких інших професій створювати подкасти, що допомагають осмити актуальні події» [29].

<sup>2</sup> <https://espresso.tv/news>, <https://www.unian.ua/>, <https://www.radiosvoboda.org/news>, <https://www.pravda.com.ua/>

<sup>3</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Ut0rcK6Rps4&ab\\_channel=%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%90](https://www.youtube.com/watch?v=Ut0rcK6Rps4&ab_channel=%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%90)

Для прослуховування подкастів розроблено спеціальні додатки, такі як Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts та інші; у Твіттері є опція «аудіокімната». Не менш популярними майданчиками для прослуховування подкастів є ютуб-канали (наприклад, ютуб-канали «Право на поплаву»<sup>4</sup>, The Ukrainians<sup>5</sup>), спеціальні розділи на сторінках інтернет-медіа (наприклад, НВ.Подкасти<sup>6</sup>) чи безпосередньо сайти (наприклад, сайт Мілітарний<sup>7</sup>).

Українська журналістка Анастасія Ковальова, говорячи про переваги подкасту в порівнянні з традиційними радіожанрами, зазначає: «Коли ми вмикаємо радіо, ми вже потрапляємо на якусь програму. Там вже з нами говорить диктор, там грає якась музика, і ми не обираємо контент. Подкаст – це окремо. Можна вибрати тему, яку хочеш. Любиш слухати стендапи – ти собі обрав їх. Подобаються жахи, нагнітання – будь ласка, обираєш собі цю тему. Його можна поставити на "Стоп" і піти у своїх справах, дослухати наступного дня» [27].

Елементом, що активно використовується іншими жанрами через високе емоційне навантаження, є *аудіоілюстрація*. Такі аудіофрагменти можуть накладати на основний сюжет, щоб показати оцінку редакції на подію чи коментар. Це може бути сміх відомої людини, знакові цитати (як, наприклад, цитата Леоніда Кучми «Це вже було» чи Віктора Януковича «Астанавітесь»). Для таких фрагментів важливим є упізнаваність та асоціативність, експресивність, емоційність, тональність, оскільки аудіальне забарвлення відіграє не меншу роль, ніж безпосередньо промовлений текст.

У процесі конвергенції медіа з'явився жанр *аудіоверсія тексту*. Суть жанру полягає в начитуванні диктором текстів із газети чи інтернет-медіа [21, с. 77]. Наразі використання подібного прийому спостерігаємо в Радіо НВ, коли ведучі поза кадром начитують інформацію з телеграм-каналів чи інших медіа, коли журналістів немає безпосередньо в студії.

Мультимедійним жанром, що поєднує зображення і звук, є *аудіослайд-шоу*. У термінологічному словнику жанр пояснюють як «готовий медіапродукт уявляє із себе озвучену фотоісторію. У начитаний автором текст можуть залучатися також інтершум, звукові ефекти, аудіоцитати. Таким чином створюються численні плани сприйняття подій і фактів» [11, с. 330]. Цей жанр може існувати як автономний і як частина іншого, наприклад, елемент подкасту. В такому форматі зараз активно працює ютуб-канал ОМ.ТВ<sup>8</sup>. Формат об'єднує зміну логічно підібраних фотографій і начитані диктором коментарі до них.

Під впливом технологічних трансформацій чи не найбільші видозміни (дифузії) відбулися в телевізійній журналістиці та телевізійній індустрії загалом. З'явилася і набуває популярності синтетична форма *відеоілюстрація* – «фрагмент відео, пов'язаний з певною частиною тексту, інфографікою тощо. Її призначення – доповнювати, підтверджувати факти, поглиблювати їх розуміння. Відеоілюстрація може бути короткою (від 3 до 20 сек.), не має закінченого сюжету, не містить заставок та реклами» [11, с. 338]. Як приклад відеоілюстрацій можемо розглядати формат *ютуб-шортс* (YouTube shorts), які в 2022 році вийшли в тренди ютуб-контенту [30] і є наслідуванням відеоформату в Tik-Tok. Практики виділяють переваги такого формату, зокрема «завдяки інструментам YouTube будь-який автор контенту може записати і змонтувати Shorts, додати до них текст і музику, та опублікувати безпосередньо в додатку YouTube. На відміну від розповідей Facebook, Instagram чи YouTube, короткі відеоролики Shorts не зникають з каналу через

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/c/Pravonapoplavu>

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC0VFSYYdY7vVqda5toDy0bw>

<sup>6</sup> <https://podcasts.nv.ua/>

<sup>7</sup> <https://mil.in.ua/uk/tag/military/?page=2>

<sup>8</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Jr9OutG-t8&ab\\_channel=OmTV](https://www.youtube.com/watch?v=_Jr9OutG-t8&ab_channel=OmTV)

24 години після публікації. Крім того, щоб залучити більше глядачів та збільшити кількість переглядів, до Shorts можна додавати популярні хештеги YouTube» [30].

Синтетичною публіцистичною формою, що використовує в основі класичні класифікації телевізійних жанрів, є *відеонарис*. Для нього властиве дотримання усталених властивостей нарису. Відеонарис трансформувався із преси, радіо і документального кінематографу. З. Дмитровський зазначає: «нарису притаманний високий рівень типізації (виявляючи закономірності у зв'язках між подіями, фактами, явищами дійсності, нарисовець повинен уміти відділити випадкове від типового, щоб залишити для осмислення і відображення лише типове, характерне); велика сила документальності (матеріалом нарису завжди є конкретні факти, події, явища життя); образне відтворення дійсності (шляхом визначення і розкриття зв'язків між фактами, через їхнє зіставлення автор створює публіцистичний образ, апелюючи до розуму і людських емоцій). Щодо останнього, то тут теленарис має безсумнівні переваги завдяки можливості відобразити життя у формах самого життя, подати на екрані його зріз. Як і в передаванні подієвої телеінформації, досягається це завдяки зображенню, що забезпечує головну перевагу телевізійного нарису над його аналогами в газеті, журналі, на радіо» [31, с. 159-160]. У цьому жанрі працює найпопулярніший український блогер Дмитро Гордон. У кількогодинних інтерв'ю він розкриває людину, з якою спілкується, створює образ співрозмовника, активно використовує емоційні елементи під час діалогу (наприклад, інтерв'ю з головним ідеологом «Азову» Владиславом Дутчаком<sup>9</sup>).

Ще один формат, що взяв за основу класичний телевізійний жанр, є *інтерактивний відеоміст* – «мультимедійна жанрова форма, яка використовує традиційний телевізійний формат та нові інтерактивні можливості, які надає Інтернет» [11, с. 353]. Суть традиційного телемосту полягає у «легкості і можливості організувати зустріч з людьми, які знаходяться навіть на іншому кінці планети» [32]. Технологічно телеміст – це система онлайн відеозв'язку, яка може включати необмежену кількість учасників. Відеоміст увібрав ці ознаки, а також розширив їх завдяки інтерактивним технологіям. Кількість учасників відеомосту не регламентується. Основними майданчиками, які використовуються для організації і трансляції відеомостів, є: Skype, Google Hangouts з використанням спеціальної професійної техніки; супутникових технологій зв'язку. В Україні однією з найпопулярніших передач у форматі відеомосту у 2022 році є «Бесіда з Олексієм Арестовичем» на ютуб-каналі Фейгін Live, кожен випуск якої переглядають близько 2 мільйонів користувачів (відповідно до статистики, що супроводжує кожне відео на каналі, наприклад<sup>10</sup>).

Близьким у технічній реалізації є жанр *онлайн-конференції*. Такі зустрічі набули великої популярності з початку обмежувальних карантинних заходів і розвинулися у медіа під час війни. Оскільки це «можливість спілкуватись у режимі реального часу з учасниками зустрічі. При цьому застосовується відеозв'язок із аудіо підтримкою. Рекомендується застосувати організацію онлайн-трансляцій для вебінарів, лекцій, тренінгів, семінарів та ін.» [33]. Медіа за умов дистанційних комунікацій запрошують на такі заходи представників шоу-бізнесу, урядовців, військових та інших спікерів. Відмінністю жанру є структура, яка передбачає підготовку й оголошення «доповіді» (наприклад, військовий експерт Олег Жданов<sup>11</sup> на своєму каналі щоденно озвучує загальну інформацію про ситуацію на війні). Після цього відбувається обговорення з учасниками чату (через коменту-

<sup>9</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=TuS42culDQA&ab\\_channel=%D0%92%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8F%D1%85%D1%83%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%B0](https://www.youtube.com/watch?v=TuS42culDQA&ab_channel=%D0%92%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8F%D1%85%D1%83%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%B0)

<sup>10</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=hNsQm9JKIxE&ab\\_channel=ФЕЙГІН LIVE](https://www.youtube.com/watch?v=hNsQm9JKIxE&ab_channel=ФЕЙГІН LIVE)

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC11NXlcDs0VGfyre6EiPmA>

вання), а також дискусія у форматі запитання-відповідь. Як зазначають практики з проведення таких заходів, ефективність конференції забезпечує «правильно підібрані доповідачі, які у доповіді озвучують експертну думку. Це захопило користувачів, утримує їхню увагу до кінця показу [33]. Гарним прикладом такої успішної синтезованої медійної реалізації є подкаст на каналі ДОМ «Аліна Шаманська | Пластичні операції, заробіток, США, допомога ЗСУ»<sup>12</sup> чи «Лілія Ребрик | Дубляж, заробіток, життя без світла»<sup>13</sup> з елементами онлайн-конференції. Зазначимо: після анонсування онлайн-конференції учасники можуть завчасно ставити запитання або ж робити це безпосередньо під час трансляції. Часом редакції супроводжують такі трансляції текстовою версією<sup>14</sup>. При цьому саме редакція моніторить запитання та визначає ті, на які буде відповідати доповідач. Цей прийом використовується в тому числі у згаданих подкастах на каналі ДОМ.

Популярним жанром, в якому працюють відеоблогери на платформі YouTube, є *інтерактивна відеоколонка*. Специфікою жанру є насичення його великою кількістю інтерактивних посилань, які дають користувачеві доступ до суміжних за темою матеріалів, попередніх випусків, інших відеосюжетів чи довідкових матеріалів. До прикладу, Сергій Стерненко<sup>15</sup> під час щоденних відеовиступів дає посилання на матеріали з чутливим контентом у своєму телеграм-каналі, розміщує посилання на попередні випуски, в яких та чи інша тема була детально розглянута, дає посилання на зовнішні джерела, в яких підтверджуються тези, озвучені блогером. Серед інтерактивних посилань під кожним випуском блогера окремо йде інформація про збори на закупівлю різних потрібних засобів для ЗСУ, а також інформація про варіанти фінансової підтримки безпосередньо ресурсу. Це все реалізується як у вигляді текстового банеру, що з'являється на кілька секунд під час контекстної розмови, у вигляді додаткових закріплених посилань у коментарі до відео, а також в описі до сюжету.

*Відеосюжет* – «завершене відеоповідомлення, що має свою зав'язку, кульмінацію і розв'язку. На відміну від телевізійного сюжету, відеосюжет в мультимедійному ЗМІ не повинен включати інформацію, що має факультативний характер» [11, с. 338]. Такий формат активно використовується низкою українських телевізійних каналів, які через різні обставини втратили ефірні ліцензії та перейшли на інтернет-мовлення (наприклад, Прямий, 5 канал) та ті, які окремо створювали платформи виключно для інтернет-мовлення (наприклад, FreeДом/UATV English).

*Потокове відео* (стрімінг) також популярний формат, що активно використовують сучасні медіа. Це «безперервна одночасна трансляція мультимедійних цифрових даних на безліч комп'ютерів по всьому світу чи для обраної групи користувачів у режимі реального часу» [11, с. 384]. Прототипом формату можемо вважати телевізійні програми в прямому ефірі. Потокове відео може бути як самостійним медіапродуктом, так і частиною іншого формату, наприклад, ток-шоу, репортажу, випуску блогу та інше. Стріми з місця подій забезпечують ефект присутності у глядача, що перегукується із жанром репортажу. Завдяки стільниковим телефонам будь-хто може долучитися до висвітлення поточної ситуації. Редакції використовують стріми в уже згаданих репортажах, у звітах з пресконференцій та з інших організованих подій. Блогери використовують такий формат з анонсуванням теми і часу стріму, щоб користувачі завчасно знали й могли долучитися

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=lg4Yq6GUOjA>

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=37OFK342fhY>

<sup>14</sup> <https://korrespondent.net/ukraine/politics/4449636-vtorzhenye-rossyy-v-ukraynu-onlain>

<sup>15</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=UhRWmfUs4Q8&ab\\_channel=STERNENKO](https://www.youtube.com/watch?v=UhRWmfUs4Q8&ab_channel=STERNENKO)

безпосередньо під час трансляції (наприклад, стріми Телебачення Торонто<sup>16</sup>) або переглянути ефіри в записі. «Мемне» «студія, студія» у виконанні Інокентія Беста<sup>17</sup> в комедійному шоу «Файна Юкрайна» (яке за жанровою класифікацією є відеоілюстрацією) – це яскравий приклад інтерпретації саме потокового відео в сучасній журналістиці.

Серед модифікованих жанрів, що можуть існувати як автономно, так і як частина мультимедійної історії, виділимо низку форматів, побудованих на ілюстративних матеріалах. Статичні зображення, об'єднані в *фотогалереї*, сприяють розкриттю теми через фоторяд, при цьому штучно не збільшують площу сторітелінгу. Вдало використано цей прийом журналістами 1+1 у проєкті «Битва за аеропорт»<sup>18</sup>. Схожим до фотогалереї є слайд-шоу. На відміну від галереї, де користувач самостійно перегортає зображення, слайд-шоу прокручує зображення автоматично. Синтетичним продовженням цього жанру є аудіослайд-шоу – автоматичне відображення фотоілюстрацій з аудіосупроводом (це може бути як музичний бекграунд, так і начитаний автором текст, що пояснює і коментує ілюстрації).

Не менш цікавими як унікальні і частково інтегровані жанри в мультимедійній розповіді є різні види *інфографіки* (як статичної, так і динамічної). Великі масиви даних, сконцентровані в інфографіці, допомагають розкривати складні економічні, геополітичні, військові та інші теми. А. Рудченко виокремлює інфографіку як «медійний феномен, тобто такий, що спрямований впливати на масову аудиторію і наразі проходить становлення як один із засобів медіавпливу на соціальні групи реципієнтів інформації» [34, с. 78].

Ефективним елементом сучасної мультимедійної журналістики можна вважати *коментарі експертів*. залучення спеціалістів чи псевдоспеціалістів (так званих «диванних експертів») нині часто виступає стержнем при висвітленні актуальних тем, у стрічках новин і в аналітичних матеріалах. Експерти допомагають розібратися в складних галузевих питаннях, спрогнозувати ймовірні результати, прокоментувати ситуацію. Як приклад наведемо коментування в інтерактивному відеосюжеті нового Закону України «Про медіа»<sup>19</sup>.

Багатокомпонентним форматом є *мультимедійне ток-шоу*. Цей формат часто реалізується телеканалами, ведучими виступають журналісти каналу, також можуть бути зірки шоу-бізнесу чи відомі блогери. Жанр повністю повторює телевізійний: під час трансляції обговорюють одну чи кілька основних тем, як правило, соціальних гострих та актуальних для аудиторії, у віртуальній студії присутні запрошені гості, експерти чи псевдоексперти. Ведучі виконують роль модераторів і стежать, щоб «градус» обговорення був досить високим. Гарним прикладом є вечірне шоу «Тихий вечір з Оленою Кравець»<sup>20</sup>.

<sup>16</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=pei0zstoS8Y&ab\\_channel=%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%1%8F%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%BE](https://www.youtube.com/watch?v=pei0zstoS8Y&ab_channel=%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%1%8F%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%BE)

<sup>17</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=2hUf-IDQrI&ab\\_channel=%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0%D0%AE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0](https://www.youtube.com/watch?v=2hUf-IDQrI&ab_channel=%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0%D0%AE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0)

<sup>18</sup> <http://cyborgs.tsn.ua/>

<sup>19</sup> [https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=8TGjuQf8c34&ab\\_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%9B%D1%8C%D0%B2%D1%96%D0%B2](https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=8TGjuQf8c34&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%9B%D1%8C%D0%B2%D1%96%D0%B2)

<sup>20</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=1HAy1ujR3Gg&list=PLraZ8aXLnvnfnqC0dV1Ra6Z6dA2BY2jv&ab\\_channel=](https://www.youtube.com/watch?v=1HAy1ujR3Gg&list=PLraZ8aXLnvnfnqC0dV1Ra6Z6dA2BY2jv&ab_channel=)



Найскладнішими жанрами, що мають мультимедійну природу, є *сторітелінг*, чи *мультимедійна історія* та *лонгрід*. Дослідниця В. Шевченко зазначає, що «журналісти часто плутають поняття лонгріду та мультимедійної історії» [12, с. 16], оскільки лонгрід – це «довгий текст, переважно аналітичний, із детальним і різноплановим описом заявленої теми, різноаспектним розкриттям суті [...] Це передусім текст, власне історія» [12, с. 16], а «мультимедійна історія – поєднання різних видів контенту в одному творі» [12, с. 36]. Хоча далі В. Шевченко говорить: «мультимедійні історія або лонгрід є цілісним твором із героєм, сюжетом і сценарієм, може бути розгорненою чи стислою, важлива єдність візуальних і вербальних складників, підготовлених спеціально для цієї історії» [12, с. 31]. І. Мацишин також погоджується з тезою про складну структурну природу лонгріду; цей жанр «потребує інтерактивності у взаємодії з аудиторією, знання способів побудови мультимедійного тексту, поєднання журналістських і художніх прийомів, розуміння комфорту візуалізації, використання різних медіаплатформ в одному мультимедійному тексті» [35, с. 157]. До дискусії про жанрову специфіку лонгріду долучилася також і професорка Л. Василик, яка образно пояснила поняття: «новий формат подачі текстової інформації в інтернеті. Коли віртуального тексту багато, його розбивають різними вставками: роликами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками» [4, с. 27]. Про специфіку понять лонгрід і мультимедійна історія роздумує Р. Вербовий; дослідник підсумовує: «Сторітелінг – це радше метод, підхід до структурування та подачі журналістського матеріалу, натомість лонгрід – передусім формат медіа, готовий інформаційний продукт» [5, с. 87].

Ми виділяємо, систематизуємо та класифікуємо низку підходів, які можна застосовувати при систематизації жанрів, що видозмінюються або зазнають взаємовпливів у мультимедійному інтерактивному середовищі. Ми не претендуємо на досконалість таких поділів і відкриті до дискусії. Також ми усвідомлюємо, що динамічність процесів у медіа часом не дають можливості зі статичного погляду осмислювати всі ймовірні форми як і врахувати всі ймовірні трансформації. Крім того, у переліку поділів ми наводимо вибірково жанри, даючи основні категоріальні характеристики, відповідно до яких можна у подальшому аналізувати жанри.

*Підхід на основі традиційних форм поділу медіа.* Найбільш оптимальним ми вважаємо розгляд дифузії жанрів на основі поділу для традиційних медіа. Тому виділяємо мультимедійні трансформації для преси, телебачення та радіо. Також ми не зупиняємося і не акцентуємо на класичних жанрах, які практично без змін перейшли у цифрові медіа як, наприклад, репортаж чи звіт, зокрема:

- від періодичної преси. Група жанрів, що використовує як основу текстову інформацію, фотографічний ряд, інфографіку та додаткові мультимедійні й інтерактивні елементи: твіттер-репортаж, фотоілюстрація, фотогалерея, інфографіка, стрічка новин та інші;
- від радіожурналістики. Група жанрів, що використовує як основу трансляції інформації за допомогою голосу: начитування тексту диктором, збагачення журналістського твору звуковими елементами з додатковими мультимедійними й інтерактивними елементами: аудіосюжет, подкаст, аудіоілюстрація, аудіоверсія тексту, аудіослайд-шоу та інші;
- від телебачення. Група жанрів, що використовує як основу відеоформат передачі інформації та додаткові мультимедійні й інтерактивні елементи: інтерактивна

відеоклонка, відеонарис, інтерактивний відеоміст, відеоілюстрація, відеосюжет, потокове відео (стрімінг), мультимедійне ток-шоу та інші.

*Підхід на основі традиційного поділу жанрів* по суті зберігає базові властивості і враховує трансформації під впливом мультимедійних та інтерактивних технологій. Глибоко зупинятися над коментуванням цього підходу ми не будемо, оскільки він широко описаний іншими науковцями, наприклад, у статті І. Вялкової «Жанрові класифікації в журналістикознавстві: основні підходи» [36]. Виділимо ключові категорії:

- інформаційні жанри;
- аналітичні жанри;
- художньо-публіцистичні.

*Підхід на основі інтеграції мультимедійних елементів.* Саме в межах цього підходу виділяються найскладніші та найцікавіші жанрові дифузії. У результаті моніторингу інтерактивного медійного простору ми констатували різний рівень залучення мультимедійних складників у тому чи іншому жанрі. При цьому використовувані елементи не є сталими конструкціями і можуть бути задіяні чи не задіяні при побудові журналістського матеріалу. Також спостерігаються різні концептуальні моделі при реалізації складних форматів. Тому ми вирішили запропонувати такий поділ у межах підходу:

- низький рівень інтеграції: використання елементів двох знакових систем чи двох жанрів. Найпростіші форми об'єднання, такі як твіттер-репортаж чи аудіосюжет;
- високий рівень інтеграції: використання елементів необмеженої кількості мультимедіа у межах одного журналістського твору. Яскравими прикладами реалізації таких колаборацій є сторітелінг, мультимедійне ток-шоу та інші.

*Підхід на основі унікальності жанрів* об'єднує групи:

- трансформовані жанри. Групи жанрів, які побудовані на основі традиційних властивостей з урахуванням специфіки мультимедійного середовища. Ця група об'єднує більшість всіх активно використовуваних журналістами і блогерами форм відображення інформації в інтернеті, наприклад, відеоклонка чи відеонарис;
- унікальні жанри. Жанри, середовищем існування яких є винятково інтернет; аналогів у традиційній журналістиці немає. Кількість таких жанрів не велика. Ми відносимо до них: стрічка новин, блог, подкаст, мультимедійна історія (сторітелінг).

## 5. Висновки

Дифузія, злиття традиційних форм із мультимедійними елементами привели до виникнення й активного функціонування в інтернет-середовищі нової групи синтетичних жанрів. Як ми зазначали, попри задіяність і затребуваність їх у практичній площині, в науковому дискурсі основні поняття і категорії досі не до кінця термінологічно оформлені. Попри це виділяється низка властивостей, що є спільними при тлумаченні явища дифузії жанрів. Також теоретики сходяться на думці про важливість орієнтування на споживацькі запити та інтереси і на зручність форми подачі журналістських матеріалів. Іншим важливим висновком щодо визначення окремих складних жанрів, що виникають у результаті дифузії, є необов'язковість більшої частини елементів. Наприклад, сторітелінг може містити відеосюжети, інфографіку, фотогалереї одночасно, може лише окремі елементи, а може і зовсім їх не використовувати. Це дає своєрідну гнучкість при підготовці того чи іншого тексту чи сюжету в інтернеті.

Для мультимедійних жанрів характерне поєднання тексту з нерухомою, рухомою, анімованою, відео картинкою; накладання звуків, звукових ефектів, прямої мови, музики; спрощення подачі складних масивів даних завдяки інфографіці та динамічній інфографіці. Незважаючи на потужний мультимедійний інструментарій, не менш ефективним

елементом у сучасній професійній комунікації є високий рівень інтерактивності між користувачем і мультимедійним журналістським матеріалом.

Мультимедійна історія цікава не тільки поєднанням різних форм фіксації інформації. На нашу думку, поєднання і дифузії різних жанрів у межах сторітелінгу є не менш привабливим для користувача, хоча він часто не замислюється, в якому саме жанрі журналіст веде оповідь. Коментар, інтерв'ю, огляд, слайд-шоу, аудіо- чи відеоілюстрації виглядають органічними елементами складної синтезованої історії. Крім того, саме лонгрід і мультимедійна історія є тими жанрами, які незважаючи на наявність класичних елементів традиційної журналістики, стали потужними самобутніми жанрами у журналістиці нових медіа.

## References

1. Horodenko, L. (2011), *Theory of Network Communications: a Monograph*, in Ivanov, V. F. (Ed.), Academy of Ukrainian Press, LTD “Tsentr Vilnoi Pressy”, Kyiv, 387 p.
2. Deuze, M. (2004), “What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered”, *Journalism Studies*, no. 6(4), pp. 442-464, available at: <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>.
3. Deuze, M. (2004), “What is multimedia journalism”, *Journalism Studies*, no. 5(2), pp. 139-152, available at: <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>.
4. Cretu, I., Guzun, M. & Vasylyk, L. (2015), *Textbook on Cross-Media*, Bonn / Germany – Sibiu/ Romania, Schiller Publishing Youse, 140 p.
5. Verbovyi, R. (2017), “Toolkit for creating multimedia content”, in Shevchenko, V. (Ed.), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives*, Department of Multimedia Technologies and Media Design, Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, pp. 83-90, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
6. Zakharchenko, A. (2015), *Internet-Media: a Textbook*, Vydavets Marchenko, Kyiv, 141 p.
7. Zakharchenko, A. (2017), “The phenomenon of storylines in the information space of Ukrainian media and social networks”, in Shevchenko, V. (Ed.), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives*, Department of Multimedia Technologies and Media Design, Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, pp. 92-101, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
8. Sadvynychyi, V. (2017), “Types, forms and features of cross-media content delivery”, in Shevchenko, V. (Ed.), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives*, Department of Multimedia Technologies and Media Design, Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, pp. 40-47, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>.
9. Sytnyk, O. (2017), “Compositional and graphic modeling of convergent media: communicative and communication aspects”, in Shevchenko, V. (Ed.), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives*, Department of Multimedia Technologies and Media Design, Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, pp. 140-148, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>.
10. Chabanenko, M. (2013), *Fundamentals of Internet Journalism: a Textbook for Students of Educational and Qualification Level “Bachelor” of the Educational Area “Journalism”*, Prosvita, Zaporizhzhya, 112 p.
11. Shevchenko, V. (Ed.) (2012), *New Media and Communication Technologies: a Set of Study Programs for the Specialties “Journalism”, “Publishing and Editing”, “Advertising and Public Relations”*, Palyvoda A.V., Kyiv, 412 p.

12. Shevchenko, V. E. (2020), *Multimedia Stories: An Interactive Educational Textbook*, Institute of Journalism, Kyiv, 74 p., available at: <http://labs.journ.knu.ua/mtmd/7937/shevchenko-v-e-multymedijni-istoriyi-interaktyvnyj-navchalnyj-posibnyk/>
13. Holik, O.V. (2009), *Intercorrelation and Mutual Enrichment of Journalistic Genres: the Modern Development Tendencies of Journalistic Creativity*, Abstract of the PhD diss., Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, Kyiv, 17 p.
14. Chorna, K. (2014), "Diffusion and genre formations in the television space", *Aktualni Problemy Istorii, Teorii i Praktyky Khudozhnyoi Kultury [Actual Problems of History, Theory and Practice of Artistic Culture]*, no. 32, pp. 187-193, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk\\_2014\\_32\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2014_32_27).
15. Khomenko, N. (2012), "The problem of diffusion in folklore: Ukrainian brutal romance", *Slovo i Chas [Word and Time]*, no. 1, pp. 87-95.
16. Krok, Z. (2023), "Genre diversity", Electronic Library of Institute of Journalism, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=417>
17. Wikipedia (2023), "Multimedia", available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Мультимедіа>
18. Sydorenko, B. (2020), "The habit of reading. How publications can keep their audience in the conditions of transition to online", *MBR*, available at: <https://mbr.com.ua/uk/news/analytics/1931-privy-cka-citat-kak-izdaniyam-soxranit-citatelei-v-usloviyax-perexoda-v-onlain>
19. Zahorodnii, M. (2022), "Where do Ukrainians get information during the war? Opinion poll", *Ukrainska Pravda [Ukrainian Truth]*, available at: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/06/2/248923/>.
20. Durnyeva, M. (2017), "We managed to do it: Ukrainian longreads as opposed to American ones", *Mediakrytyka [Mediacritics]*, available at: <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/nam-tse-vdalosya-ukrayinski-lonhridy-na-protyvahu-amerykanskym.html>
21. Kropyva, Yu. O. & Nesterenko, O.A. (2018), "Means of production of visual content in multimedia stories", *Proceedings of the XX All-Ukrainian Scientific Conference of Young Scientists "Actual Problems of Natural Sciences and Humanities in the Research of Young Scientists "Highlight – 2018"*, pp. 76-78.
22. Horodenko, L. (2016), "The trends in development of informational genres in the Ukrainian Internet", *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Science*, vol. IV(12), pp. 46-49, available at: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Tendencies-of-the-Information-Genres-Development-on-Ukrainian-Internet-L.-Horodenko.pdf>
23. Kuznyetsov, D.R. & Sirinyok-Dolharyova, K.H. (2018), "The genre diffusion in the context of regional online media", *Derzhava ta Rehiony. Seriya "Sotsialni Komunikatsii" [State and Regions. Series "Social Communications"]*, no. 1 (33), pp. 79-83, available at: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/drsk\\_2018\\_1\\_15.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/drsk_2018_1_15.pdf)
24. Horodenko, L. (2014), "The concept of blog as a technology of new media", *Aktualni Pytannya Masovoyi Komunikatsii [Actual Issues of Mass Communications]*, vol. 15, pp. 50-61, available at: <https://cimc.knu.ua/issue/view/39/35>
25. Online Media: Slovo i Dilo [Word and Business] (2022), "Who do Ukrainians watch during the war: the top Ukrainian YouTube bloggers with the largest audience", available at: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/24/infografika/suspilstvo/koho-dyvlyatsya-ukrayinczi-vijny-top-vitchyznyanyx-youtube-bloheriv-najbilshoyu-audytoriyeyu>

26. Kuznyetsova, T., Nechayeva-Yuriyчук, N. & Tsykanovskiy, D. (2023), *Online-Course on Civic Journalism*, School of Civic Journalism, available at: <https://school-cj.org/courses>
27. Kunytska, I. (2021), “What are podcasts and who needs them - a journalist from Kropyvnytskyi about creating audio stories”, *Suspilne.media [Public.media]*, available at: <https://suspilne.media/188064-so-take-podkasti-ta-komu-voni-potribni-kropivnicka-zurnalistka-pro-stvorennia-audioistorij/>
28. Dmytrovskiy, O. (2015), “Typology of Ukrainian podcasts - the most important segment of Internet radio”, *Tele- and Radio Zhurnalistyka [TV and Radio Journalism]*, vol. 14, pp. 149–154, available at: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/download/730/736>
29. Chornyi, M. (2022), “Top Ukrainian wartime podcasts”, *Online Media “Ukrainer”*, available at: <https://ukrainer.net/top-podkasti/>
30. Mehta, M. (2022), *YouTube Shorts - The Best Video Tips & Ideas Guide: Interactive Guide*, Clipchamp, available at: <https://clipchamp.com/uk/blog/youtube-shorts-ultimate-guide-video-ideas/>
31. Dmytrovskiy, Z. (2008), “Video essay as the main genre of TV journalism”, *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seriya Zhurnalistyka [Bulletin of Lviv University, Series Journalism]*, vol. 31, pp. 156-165, available at: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/download/4018/4059>
32. UBI Conference Hall (2017), “Looking for new ways to negotiate? Use telebridge!”, available at: <https://ubi-hall.com.ua/uk/2017/12/11/u-poshukah-novih-sposobiv-vedennya-peregovoriv-vikoristovujte-telemist/>
33. Conference Organization Service “A&CES” (2022), “What is an online conference and how to use it?”, available at: <https://a-ces.com.ua/shho-take-online-konferenciya-ta-yak-yiyi-vykorystovuvaty/>
34. Rudchenko, A. (2017), “Infographics and dynamic visualization as a trend of modern media”, in Shevchenko, V. (Ed.), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives*, Department of Multimedia Technologies and Media Design, Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, pp. 75-82, available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
35. Matsyshyna, I. (2017), “Videotext in multimedia context”, in Shevchenko, V. (Ed.), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives*, Department of Multimedia Technologies and Media Design, Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, pp. 67-74, available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
36. Vyalkova, I. O. (2010), “The genre classification in journalism studies: the main approaches”, *Naukovyi Visnyk Pivdenoukrajinskoho Derzhavnogo Pedagogichnogo Universytetu im. K.D. Ushynskoho [Scientific Bulletin of The State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University Named After K.D. Ushynsky”]*, no. 11, pp. 32-40, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpupu\\_2010\\_11\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpupu_2010_11_7)

Submitted 26.02.2023

## Список літератури

1. Городенко, Л. (2011). *Теорія мережевої комунікації*. Академія Української Преси.
2. Deuze, M. (2004). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism Studies*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
3. Deuze, M. (2004). What is Multimedia Journalism. *Journalism Studies*, 5(2), 139-152. <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>

4. Крецу, І., Гузун, М. та Василик, Л. (2015). *Підручник з крос-медіа*. Bonn / Germany – Sibiu/ Romania, Schiller Publishing Youse.
5. Вербовий, Р. (2017). Інструментарій створення мультимедійного контенту. У В. Шевченко (ред.). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (с. 83-90). Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
6. Захарченко, А. (2015). *Інтернет-медіа*. Видавець Марченко.
7. Захарченко, А. (2017). Феномен сюжетних ліній в інформаційному просторі українських медіа та соціальних мереж. У В. Шевченко (ред.). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (сс. 92-101). Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
8. Садівничий, В. (2017). Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа. У В. Шевченко (ред.). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (сс. 40-47). Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
9. Ситник, О. (2017). Композиційно-графічне моделювання конвергентних ЗМІ: комунікативний і комунікаційний аспекти. У В. Шевченко (ред.). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (сс. 140-148). Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
10. Чабаненко, М. (2013). *Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Журналістика»*. Просвіта.
11. Шевченко, В. (За ред.). (2012). *Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю»*. Паливода А.
12. Шевченко, В. Е. (2020). *Мультимедійні історії* [інтерактивний навч. посіб]. Інститут журналістики. <http://labs.journ.knu.ua/mtmd/7937/shevchenko-v-e-multymedijni-istoriyi-interaktyvnyj-navchalnyj-posibnyk/>
13. Голік, О. В. (2009). *Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості* [Автореферат дисертації, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]
14. Чорна, К. (2014). Дифузні та жанрові утворення в телевізійному просторі. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*, Вип. 32, 187-193. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ariphk\\_2014\\_32\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ariphk_2014_32_27)
15. Хоменко, Н. (2012). Проблема дифузії у фольклорі: український жорстокий романс. *Слово і час*, № 1, 87-95.
16. Крок 3. Жанрове різноманіття (2023, 6 лютого). Електронна бібліотека Інституту журналістики. <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=417>
17. Мультимедіа. (2023, 6 лютого). Вікіпедія. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Мультимедіа>
18. Сидоренко, Б. (2020, 23 березня). *Звичка читати. Як виданням зберегти аудиторію в умовах переходу в онлайн* [Онлайн-медіа]. MBR. <https://mbr.com.ua/uk/news/analytics/1931-privy-cka-citat-kak-izdaniyam-soxranit-citatelei-v-usloviyah-perexoda-v-onlain>
19. Загородній, М. (2022, 2 червня). *Звідки українці беруть інформацію в умовах війни? Опитування* [Онлайн-медіа]. Українська правда. <https://life.pravda.com.ua/society/2022/06/2/248923/>

20. Дурнева, М. (2017, 8 серпня). *Нам це вдалося: українські лонгріди на противагу американським* [Онлайн-медіа]. Медіакритика. <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/nam-tse-vdalosya-ukrayinski-lonhridy-na-protyvahu-amerykanskym.html>
21. Кропива, Ю. О., Нестеренко, О. А. (2018). Засоби продукування візуального контенту в мультимедійних історіях. *Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2018» / XX Всеукраїнська наукова конференція молодих учених*, 76-78. [http://eprints.cdu.edu.ua/3682/1/rodzinka\\_2018\\_2-76-78.pdf](http://eprints.cdu.edu.ua/3682/1/rodzinka_2018_2-76-78.pdf)
22. Городенко, Л. (2016). Тенденції розвитку інформаційних жанрів в українському Інтернеті. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Science*, IV(12), 46-49. <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Tendencies-of-the-Information-Genres-Development-on-Ukrainian-Internet-L.-Horodenko.pdf>.
23. Кузнецов, Д. Р., Сірінюк-Долгарьова, К. Г. Жанрова дифузія в контенті регіональних онлайн-медіа. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*, № 1 (33), С. 79-83. [http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/drsk\\_2018\\_1\\_15.pdf](http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/drsk_2018_1_15.pdf)
24. Городенко, Л. (2014). Концепція блогу як технології нових медіа. *Актуальні питання масової комунікації*, Вип. 15, 50-61. <https://cimc.knu.ua/issue/view/39/35>
25. Кого дивляться українці під час війни: топ вітчизняних YouTube-блогерів із найбільшою аудиторією (2022, 22 жовтня). [Онлайн-медіа]. Слово і діло. <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/24/infografika/suspilstvo/koho-dyvylyatsya-ukrayinczi-vijny-top-vitchyznyanux-youtube-bloheriv-najbilshoyu-audytoriyeyu>
26. Кузнецова, Т., Нечаєва-Юрійчук, Н., Цикановський, Д. (2023, 6 лютого). *Онлайн-курс з громадянської журналістики* [Онлайн-курс]. Школа громадянської журналістики. <https://school-cj.org/courses>
27. Куницька, І. (2021, 12 грудня). *Що таке подкасти та кому вони потрібні – кропивницька журналістка про створення аудіоісторій* [Онлайн-медіа]. Суспільне. <https://suspilne.media/188064-so-take-podkasti-ta-komu-voni-potribni-kropivnicka-zurnalistka-pro-stvorennja-audioistorij/>
28. Дмитровський, О. (2015). Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*, Вип. 14, 149–154. <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/download/730/736>
29. Чорний, М. (2022, 30 вересня). *Топ українських доволавоєнних подкастів* [Онлайн-медіа]. Ukraïner. <https://ukraïner.net/top-podkastiv/>
30. Mehta, M. (2022, серпень 1). *YouTube Shorts – посібник найкращих порад та ідей для відео* [Інтерактивний посібник]. Clipchamp. <https://clipchamp.com/uk/blog/youtube-shorts-ultimate-guide-video-ideas/>
31. Дмитровський, З. (2008). Відеонарис як головний жанр телепубліцистики. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, Вип. 31, 156-165. <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/download/4018/4059>
32. У пошуках нових способів ведення переговорів? Використовуйте телеміст! (2017, 11 грудня). UBI Конференц Холл. <https://ubi-hall.com.ua/uk/2017/12/11/u-poshukah-novih-sposobiv-vedennya-peregovoriv-vikoristovujte-telemist/>
33. *Що таке online-конференція та як її використовувати?* (2022, 27 січня). [Сервіс з надання послуг організації конференцій]. A&CES. <https://a-ces.com.ua/shho-take-online-konferenciya-ta-yak-yiyi-vykorystovuvaty/>
34. Рудченко, А. (2017). Інфографіка та динамічна візуалізація як тренд сучасних медіа. У В. Шевченко (ред.). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (сс. 75-82). Ка-

федра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.  
<http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>

35. Мацишина, І. (2017). Відеотекст у мультимедійному контексті. У В. Шевченко (ред.). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (сс. 67-74). Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
36. Вялкова, І. О. (2010). Жанрові класифікації в журналістикознавстві: основні підходи. *Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського*, № 11, 32-40. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpru\\_2010\\_11\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpru_2010_11_7)

Надійшла до редакції 26.02.2023



---

**JOURNALISM / PUBLICISM**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.2>

UDC 070:82-9"364"

## **Journalistic Investigation in Wartime Conditions. Development or Decline?**

**Mikita Vasilenko**

*<https://orcid.org/0000-0002-8592-7029>*

*Doctor of Philol. Sciences,*

*Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National  
University of Kyiv*

*36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [nik-kim@ukr.net](mailto:nik-kim@ukr.net)*

### **ABSTRACT**

The article is sanctified to the actual and debatable problem of development of journalistic investigation in wartime conditions. The attention is focused on the necessity of accumulation of more empiricists and further scientific researches in this direction.

**Main objective of the study.** Determination of the main tendencies of development of journalistic investigation in the modern print and internet media and the proposals for optimization of the process.

**Methods.** The method of content analysis became the basis of empiricists of the scientific article and the source for theoretical references and conclusions. The author used the historical and the comparative method of the study to clarify the main trends of genre development in general and journalistic investigation in particular. The method of generalization became necessary to systematize the facts that already occurred in order to outline subsequently the most possible ways of development of journalistic investigation. The observation method appeared also productive.

**The results of the study.** Journalistic investigation develops without regard to unfavorable circumstances. The tendencies to opposition to development are so serious, that it should be noted: journalistic investigation in its classic form may cease to exist. It should be borne in mind that any journalistic investigation is a powerful weapon. In our terms of ideological and direct war, it should not be made into manipulations. The theorists are recommended immediately to take into account, to comprehend and to systematize the rich empiric material accumulated in times of active phase of military operations.

**KEYWORDS:** reporter; investigation; print editions; genre, method.

## Журналістське розслідування в умовах воєнного часу. Розвиток чи занепад?

**Василенко Микита Кімович**, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, д-р філол. н., проф., <https://orcid.org/0000-0002-8592-7029>

### Резюме

Стаття присвячена актуальній і дискусійній проблемі розвитку журналістського розслідування в умовах воєнного стану. Акцентується на необхідності накопичення більшої кількості емпірики і подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

**Мета.** Визначення основних тенденцій розвитку журналістського розслідування в сучасних друкованих та інтернет медіа, пропозиції щодо оптимізації процесу.

**Методи.** Метод контент-аналізу став основою емпірики наукової статті і джерелом для теоретичних посилань, висновків. Автор використав історико-порівняльний метод дослідження для прояснення основних тенденцій жанрового розвитку взагалі і журналістського розслідування зокрема. Методом узагальнення став необхідний для систематизації фактів, що вже мають місце з тим, щоб згодом окреслити найбільш імовірні шляхи розвитку журналістського розслідування. Продуктивним виявився метод спостереження.

**Головні результати і висновки.** Журналістське розслідування розвивається, попри несприятливі обставини. Тенденції до протистояння розвитку настільки серйозні, що доводиться констатувати: журналістське розслідування у його класичній формі може припинити своє існування. Слід враховувати, що будь-яке журналістське розслідування – потужна зброя. В наших умовах ідеологічної і прямої війни, її в жодному разі не слід перетворювати на маніпуляції. Теоретикам рекомендовано негайно взяти до уваги, осмислити і систематизувати багатий емпіричний матеріал, накопичений за час активної фази бойових дій.

**Ключові слова:** репортер; розслідування; друковані видання; жанр; метод.

### 1. Вступ

Цілком очевидно, що заголовок наукової статті звучить полемічно, навіть провокаційно. Хіба може журналістське розслідування бути занедбаним у демократичній країні, яка прагне досягнути цінності європейської цивілізації? А в розвитку власних медіа, в тому числі друкованих і електронних видань, рівняється на флагман світової преси – Сполучені Штати Америки? Автор публікації, спираючись на власний емпіричний досвід видавця (700 тис. примірників, кольорових газет, 16 полос, А-4 у 2021-22 р.р.; газета «Солдат» у 2023 р.), вважає, що подібне явище, хоча і в завуальованому вигляді, спостерігається впродовж останніх кількох років. Правовий режим воєнного стану, що був введений Указом Президента України 24 лютого 2022 року, лише прискорив і посилив цей процес, закріпивши тенденції редакційного та авторського цензурування. Наскільки тенденції до обмеження чи самообмеження діяльності українських журналістів у царині розслідування

будуть поглиблюватися, посилюватися, або, навпаки, зменшуватися, сходити нанівець покаже майбутнє. Все залежить від перебігу активної фази бойових дій, тривалості військового протистояння.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Проблемою розвитку журналістського розслідування в часи воєнних дій займалися теоретики не лише журналістики, а й політологи, кінознавці, літературні критики. Як приклад. Журналістське розслідування стало інформаційним приводом для вторгнення союзного експедиційного корпусу в Ірак [1]. Фоторепортаж послужив основою сценарію всесвітньо відомого фільму Мікеланджело Антоніоні «Збільшення» [2]. Кримінальне розслідування для невеликого регіонального видання згодилося для динамічного сюжету світового бестселера американського репортера і письменника Нормана Мейлера «Із холодними серцем» [3].

В Україні, принаймні до цього часу, таких масштабних творчих чи політичних, журналістських проявів не спостерігаємо. Проте до них слід бути готовими повсякчас, орієнтуючись на світовий цивілізаційний досвід. В теоретичному аспекті, що спирається на досвід журналістської роботи, проблемами розслідування займається К. Василенко, О. Глушко, Р. Радчик. Проблемами методу і методології досліджень переймається С. Даниленко, С. Цимбаленко. Оригінальні ідеї щодо перспектив розвитку української журналістики, розслідування в тому числі, представляє в своїх працях В. Різун. *Метою дослідження* є визначення основних тенденцій розвитку журналістського розслідування в сучасних друкованих та інтернет медіа, прогноз і пропозиції щодо оптимізації процесу.

*Завдання дослідження:* в оптимальній формі донести до теоретиків і журналістів-практиків можливості і шанси журналістського розслідування на «творче виживання» в екстремальних умовах. В країні, що охоплена війною, у якій постійно скорочується матеріально-технічна база для випуску друкованих видань, а електронні видання, як і паперові, страждають від нестачі професійних кадрів. Творчий підхід має базуватися на екстраполяції на наші реалії досвіду подолання подібних явищ у різних країнах у різний час. Завдання дослідження полягає також в аналізі розробок власне українських учених та журналістів в царині журналістського розслідування.

## 3. Методи дослідження

Метод контент-аналізу став основою емпірики наукової статті і джерелом для теоретичних посилань, висновків. Автор використав історико-порівняльний метод дослідження для прояснення основних тенденцій жанрового розвитку взагалі і журналістського розслідування зокрема. Методом узагальнення автор скористався лише до певної міри, оскільки справедливо вважає, що емпіричного матеріалу стосовно журналістського розслідування саме в умовах війни, екстремальних обставинах накопичено ще недостатньо. Проте метод узагальнення необхідний для систематизації фактів, що вже мають місце, з тим, щоб згодом окреслити найбільш імовірні шляхи розвитку журналістського розслідування. Продуктивним виявився метод спостереження, особливо у тій його частині, де йдеться про моніторинг видань [4, с. 42-58].

## 4. Результати і обговорення

Стверджуємо, що в основу журналістського розслідування закладено прадавній, як сама людська цивілізація, інстинкт. Процес відстеження і полювання, азарт здобуття здобичі, що гарантував людському створінню елементарне виживання у протистоянні з дикою природою. Звісно, сучасному репортеру, інтерв'юєру, аналітику, виховано в умовах інтернет-цивілізації, важко досягнути рядки вірша невідомого автора, що приводиться в

одному із списків (варіантів запису – М.В.) еліністичної поезії: «В тобі також сидить людоджер. Твоя пам'ять береже, хоча ти волієш того не знати: череп, обвуглений кістяк на вогні і дірваний череп, який катає собака». Асоціація парадоксальна, проте це – безперечний факт, сформований в образній формі. Детальніше про роль інстинкту – в творах А. Бергсона. Б. Кроче, З. Фройда. В українській науковій літературі вдалою інтерпретацією ідей великих мислителів вважаємо праці Л. Левчук, Д. Кучерука, В. Панченко.

Абстрагуючись від естетико-етичного пояснення суті походження інстинкту переслідування і повертаючись до сьогодення, зазначимо, що попри численні спроби досі не маємо однозначної думки щодо журналістського розслідування. Характерний приклад подібного підходу – дефініція О. Глушка, що є доволі інформативною, детальною. Проте, на наш погляд, часом методологічно неточною: «Журналістське розслідування – жанр аналітичної публіцистики, мета якого виявити потаємні пружини гострих суспільних (економічних, політичних, соціальних, моральних, екологічних) проблем, справжні причини яких старанно приховуються від широкої громадськості владними, політичними та іншими впливовими колами. ... За формою реалізації авторського задуму журналістське розслідування – складний, синтетичний жанр» [5, с. 62-63].

Річ у тому, що журналістське розслідування априорі не може бути жанром, оскільки за своєю природою є поліжанровим утворенням. Включаючи в себе аналітичну статтю, репортаж, інтерв'ю. Про це, до слова, пише О. Глушко, заперечуючи власне визначення розслідування як жанру. Слід додати, що оскільки останнім часом ілюстративна частина виступає ледве не найбільш значущою доказовою базою, то можемо із впевненістю констатувати, що в сучасному журналістському розслідуванні, особливо в електронних виданнях, з'явилися компоненти, складники інформаційного повідомлення, що значно розширюють можливості самого розслідування, формуючи громадську думку і впливаючи на емоційний стан читачів.

Пропонуємо такий варіант дефініції: «Журналістське розслідування – метод журналістської діяльності, що передбачає оперативний пошук та оприлюднення особливо важливої для суспільства інформації. Особливістю цього методу є симбіотичний характер подачі матеріалу із використанням всіх, без винятку, груп жанрів; поєднання тексту і значної кількості світлин, візуального ряду, що засвідчує правдивість, оперативність, достовірність журналістського матеріалу».

Специфіка журналістського розслідування в добу військового протистояння полягає в сукупності багатьох об'єктивних та суб'єктивних факторів. Серед головних: війна, правовий режим воєнного стану і все, що із цим пов'язано: брак коштів на видання паперової продукції; катастрофічне зменшення кількості і можливостей друкарень, редакцій, що продукували газети і журнали, де розміщалися матеріали журналістського розслідування. Безперечно, фізично скоротилася кількість журналістів-професіоналів, які спеціалізувалися на журналістському розслідуванні. Так само надовго зменшився обсяг фінансування електронних видань, які давали можливість проводити журналістські розслідування у великих масштабах, із значною кількістю ілюстративного матеріалу.

До головних суб'єктивних чинників обмеження можливостей проведення журналістського розслідування в Україні слід віднести, насамперед, внутрішню цензуру і банальний страх перед непрогнозованими наслідками публікацій-розслідувань у багатотиражних ЗМК. Журналістів тепер можуть відстежувати не лише «герої» розслідування, але і психопатично налаштовані особистості, які вважають, що розслідування зловживань «не на часі». Аналізуючи це порівняно нове для української журналістики явище: різке, кардинальне збільшення фізичного і морального тиску на репортерів, варто звернутися до світового досвіду, праць відомих філософів і соціологів.

Французький філософ Жан Бодрійяр в книзі «Америка» довів, що ми живемо у світі «симулякрів», копій без оригіналу, що їх люди згодні приймати за оригінали і гонити за

якими робити метою свого життя. Просто тому, що так роблять усі [6]. Новозеландський філософ і соціолог Джеймс Флінн у дослідженні «Значення IQ для американців...» висловив такі думки: «Перемога візуального сприйняття означає, що менше людей читає довгі романи або книги з історії. Люди живуть у бульбашці з сьогодення, що робить їх більш уразливими до дії інформації, що подається ззовні, – у них просто немає нічого “свого”, нічого, що вони могли б протиставити тому, що їм говорять. Поліпшення аналітичних здібностей більше не робить вас кращим громадянином» [7]. Екстраполюючи думки двох учених на журналістську діяльність, пов’язану із розслідуванням, констатуємо, що із українським суспільством не можуть не відбуватися процеси, що вже набули розголосу серед науковців Старого і Нового світу. Апатія, моральна байдужість певної частини населення; світ симулякрів, що підмінив реальність. Зрештою, небажання прислухатися до аналітики в найбільш «жорсткому» її варіанті – розслідуванні. Ці факти слід пам’ятати при підготовці журналістських матеріалів. Як і потужний чинник морально-патріотичного піднесення, викликаний війною. Враховуючи при цьому, що емоції теж заважають розважливому сприйняттю інформації, але із цією реальністю треба рахуватися.

Автор не зустрічав у спеціальній літературі тверджень на кшталт того, що екстремальні умови сприяють розвитку окремих жанрів. З точністю до навпаки: із перерахованих вище негативних впливів слід також врахувати небажання адміністративних організацій чи громадсько-політичних об’єднань реагувати на журналістські матеріали. Законодавчий акт, що регламентував обов’язкову відповідь на скаргу в газеті протягом трьох діб, лист – протягом десяти діб, став надбанням історії. Нині результати журналістського розслідування зовсім не обов’язково стають приводом для розслідування адміністративного, юридичного. Частіше за все і це є абсолютною новацією нашого часу: матеріали журналістського розслідування є предметом жвавого обговорення, дискусії в соціальних мережах. Позитивним моментом цього явища є те, що результат все таки маємо. Негатив полягає в тому, що дискусія сама по собі не є професійною «аналітикою на аналітику», представляючи нервовий діалог із невмотивованими тезами та антитезами, обценною лексикою. Часто, передбачаючи абсолютно негативний результат обговорення в соціальних мережах, редакції друкованих, частіше – електронних видань, отримавши певну кількість відгуків, розміщують наступну частину журналістського розслідування, присвяченого цій самій темі. Коли журналістське розслідування має глобальний характер, його результати здатні спричинити громадське обурення, висновки робить керівництво країни. У вигляді заяв, виступів керівників держави, риторів тощо.

Найяскравіший приклад: скандал щодо закупівель Міністерством оборони продуктів для війська, коли редакція «Дзеркала тижня» розмістила в електронній версії статтю Ю. Ніколова «Тилові пацюки Міноборони під час війни “пиляють” на харчах для ЗСУ більше, ніж за мирного життя» [8]. Журналістське розслідування не лише викликало серйозний суспільний резонанс, але фактично відкрило дорогу для публікації серії подібних матеріалів в інших електронних медіа. Акцентуючи увагу на словосполученні «електронні версії, електронні медіа», підкреслюємо той факт, що саме ця форма подачі журналістського розслідування була обрана не випадково. Цілком імовірно, що керівництво редакції, в даному випадку «Дзеркала тижня», розуміло, що період підготовки матеріалу до виходу в паперовому варіанті не лише відстрочить очікуваний ефект від публікації, а й може закреслити сам факт виходу в світ журналістського розслідування. Зрозуміло, що витік інформації на етапі підготовки газети, журналу до виходу у світ значно триваліший, ніж процес підготовки електронної версії. Вся ситуація загострюється, максимально драматизується в умовах правового режиму воєнного стану. Зокрема, першим, хто відреагував на нищівну критику, був один із силових міністрів, який звинуватив журналістів у недбалстві і запропонував перевірити саме їх: «Міністр оборони Олексій Резніков назвав останній медійний скандал довкола начебто завищених цін на харчування для військових

“штучною інформаційною атакою під вигаданим приводом”... Крім того, він заявив, що передача таких документів журналістам є службовим злочином [9]. Таким чином, сучасне журналістське розслідування де-факто складається з кількох етапів, що раніше просто не могло існувати через природу розвитку інформаційної цивілізації. Перший етап – підготовка і вихід у світ матеріалу. Другий етап – реакція масової свідомості у вигляді відгуків у соціальних мережах. Третій і четвертий етапи – зважені міркування, роздуми політичних і економічних оглядачів. Огляди журналістів, які спеціалізуються на цій проблематиці з метою запобігання подібних явищ в майбутньому.

Все частіше продовжує дискусію і сам автор оригінального матеріалу. Що і зробив Ю. Ніколов у додатковому журналістському розслідуванні, вже про реакцію міністра оборони на журналістське розслідування.

Цей випадок досить виразно характеризує прийоми і методи, до яких здатні вдатися державні чиновники, підміняючи зважену відповідь на критику відвертими погрозами.

Екстремальні умови максимально звужують діапазон розслідування, оскільки будь-яку обставину, що має значення для журналістського розслідування, можна оголосити «державною таємницею». Тим більше, що війна в Україні де-юре не оголошена, а норми правового режиму воєнного стану не перевірені юридичною практикою, часом мають двозначні трактування. Єдиний можливий вихід із ситуації: підвищення якості журналістської діяльності на час розслідування паралельно із скороченням часу на збирання і перевірку фактичного матеріалу.

Складним, недостатньо дослідженим через брак емпірики залишається питання про стилістичні зміни в текстових матеріалах. Коли воєнний репортаж традиційно тяжіє до ще більшої спрощеності в побудові речень, лапідарності, зменшення метафоричного ряду і збільшення кількості емоційних епітетів, то журналістське розслідування за своєю природою на подібні кардинальні зміни переорієнтуватися не може. Скориставшись методом моніторингу, автор цієї статті провів індивідуальні бліц-інтерв'ю, опитування відомих журналістів, які спеціалізуються на розслідуваннях. Автор припускає, що спрацьовує індивідуальний фактор творчості. Стиль пошуку і стиль викладу не змінюється під впливом обставин. Навіть незначне скорочення власних матеріалів фахові спеціалісти не дозволяють робити іншим працівникам редакції. Перефразовуючи Геракліта: «Характер людини – його доля», можемо із впевненістю констатувати, що стиль журналіста – його творча доля, а її змінити на потреби часу вкрай важко.

Коли йдеться про журналістське розслідування, сучасні методи передачі інформації в текстовій журналістиці, дозволяють провести аналогію із репортажною подачею на телебаченні. На думку теоретика журналістської творчості В. Гоян: «Коментований телевізійний репортаж – повідомлення з елементами аналітики, містить інформацію про подію та поглиблений аналіз явища або тенденції, що повсякчас використовується в аналітичних, інформаційно-аналітичних ... телепрограмах. Інсценований репортаж найчастіше можна зустріти в аналітичній тележурналістиці, коли автори намагаються повернутися до події, що вже відбулася, щоб зрозуміти логіку явищ, логіку героїв завдяки інсценуванню дійсності» [10, с. 119].

Тобто, проводячи аналогію із аудіовізуальним матеріалом, в текстовому варіанті ми констатуємо, що за прийомами і методами розслідування приблизно схожі. Досить часто зустрічаємо у В. Гоян твердження, що: «репортаж – повідомлення з елементами аналітики». Також у дослідниці є згадка про те, як «автори намагаються повернутися до події» [10, с. 119-120]. Безперечно, при поглибленому лінгвістичному аналізі можна зустріти й інші схожості, але тенденція до зближення різних форм подачі інформації, що ними користуються як «текстовики», так і «телевізійники» разюча. Зрештою всі зусилля журналістів у жанрі розслідування зводяться до прагнення максимально розкрити тему,

донести її до широкого загалу, до того, щоб державні установи зробили необхідні висновки із публікації, телепередачі тощо.

Трансформація, зміни в подачі матеріалу в пресовій журналістиці не так впадають в око, як в електронних виданнях чи тележурналістиці, проте вони не менш кардинальні. Насамперед, розважливий стиль із складнопідрядними, складносурядними реченнями вже на початку розслідування змінився репортажною формою подачі інформації. Відбувається цей процес не лише у зв'язку із необхідністю економити час читача вже на початку складної аналітики, якою є, по суті, журналістське розслідування. Репортажний початок працює на підсвідомість, наслідуючи еклектику і мозаїчність соціальних мереж, умовних «тік-токів», любительських телеграм-каналів тощо. Мета останніх – прикувати глядацьку увагу вже із перших миттєвостей спілкування із респондентом. Аналогом подібного прийому в пресовій журналістиці може бути лише репортаж, початок репортажного твору.

Як в телевізійному варіанті, так і пресовому, в журналістському розслідуванні все частіше використовується інтерв'ю. Причому в текстовому матеріалі воно має переважно діалогічний характер, знову наслідуючи телевізійну практику. Цього раніше не спостерігалось; інтерв'ю в репортажі використовувалося, як правило, із суто прагматичною метою. Воно мало динамізувати розповідь у першій частині матеріалу; додати емоцій, підсилити ефект присутності читача на місці події. Нині журналістське розслідування потребує більш зважену кількість доказів у системі своїх посилань на той чи інший факт. Серед останніх – свідчення очевидця пригоди, події. Коли ж в діалозі беруть участь люди компетентні, відомі, поважні, це підсилює доказову базу, працюючи на кінцевий результат розслідування.

Існує ймовірність того, що вітчизняні журналісти в пошуках новітніх прийомів і методів розслідування свідомо чи несвідомо вдадуться до прийомів нової журналістики Тома Вулфа. Тобто, домінування домислу над вимислом. Автор цього дослідження, спираючись на видавничий досвід, в тому числі, екстремальної журналістики, змушений категорично констатувати, що нині стиль викладу Тома Вулфа абсолютно неприйнятний. Прагнення видати бажане за реальність завжди присутнє в підсвідомості, це природний стан людської психіки. Проте, коли в умовах воєнного стану реальність підмінюється вигаданими фактами, навіть із «найблагороднішою», на думку журналіста, метою, це може призвести до катастрофічних наслідків. Особливо враховуючи складні соціально-політичні умови, психологічну атмосферу в суспільстві.

Журналістика розслідувань може, як зазначено вище, існувати в різних інваріантах. Проте кожного разу надзвичайно важко визначити характер конкретного матеріалу. Вище було доведено, що розслідувальна журналістика – не жанр. Також не можна класифікувати матеріали, написані методом журналістського розслідування за тематикою. Як приклад, матеріал про закупівлю харчів МО України за завищеними цінами. Цей матеріал – про корупцію? Про моральну відповідальність? Про необхідність посилення міри покарання за економічні злочини в умовах війни? Зрештою, можливо, це – кон'юнктурний матеріал, кінцевою метою є спроба зняти із посади високопоставленого чиновника силового блоку? Політична, моральна, економічна тематика? Постає питання класифікації методу. На нашу думку, сучасна журналістика розслідування так само поліфонічна, як і багатожанрова. В одному матеріалі зустрічаємо переплетіння різноманітних проблем, що безпосередньо стосуються актуальних проблем буття.

*Votum separatum.* Особлива думка автора, котрий спробував запровадити в систему жанрів поняття історичного, а згодом і фантастичного репортажу (репортажу-передбачення). Одразу зазначимо, що реальність репортажу-передбачення була доведена емпірикою, коли цілі видання були вирішені в цьому жанрі [11]. Так само трапилося із історичним репортажем [12].

Спробуємо екстраполувати саму ідею жанрового різноманіття на метод журналістського розслідування. Автор стверджує, що історичне розслідування, однією із форм якої є телевізійна постановка-реконструкція, вже широко використовується в ефірі. Автор також схильний вважати журналістським розслідуванням в царині всесвітньої історії матеріали, що вийшли друком протягом 2021-2023 рр. Йдеться про газету «Солдат» [13] та газету «Газета киян» [14]. Історичні розслідування були присвячені перипетіям боротьби турецьких добровольців проти Британської імперії під проводом Мустафи Кемалю та взяттю Києва татара-монголами. Чи є ці твори белетристичними новелами? Однозначно – ні, бо в художній прозі не можуть домінувати документальні матеріали, посилання на історичні джерела. Чи присутній тут метод розслідування? Однозначно – так. В першому випадку автор дослідив і переконливо довів, що, по аналогії із сьогодишніми реаліями нашої боротьби, турецьким солдатам у протистоянні з озброєними іноземцями допоміг вистояти моральний фактор: патріотизм і відданість національним інтересам. В іншому випадку історичне розслідування, розміщене на шпальтах газети, дозволяє проаналізувати причини трагічного падіння Києва в ранньому середньовіччі. Можемо із впевненістю констатувати, що в обох випадках було використано історико-порівняльний метод дослідження.

Що стосується журналістського-розслідування у формі передбачення, то маємо таку значну кількість прикладів із художньої літератури, починаючи з Оруела «1992», що можна не сумніватися: поява в українській журналістиці журналістського розслідування у белетризованій формі передбачення лише справа часу. Також цілком очевидно, що подібні публікації стануть актуальною відповіддю на суспільний запит, який зводиться до короткого питання: «Коли закінчиться війна?»

В часи особливого стану змінився і обсяг подачі журналістського розслідування. Коли раніше цей матеріал був, як правило, більший за аналітичну статтю і займав мінімум 15 тис. знаків на полосі формату А-3 (йдеться про кілька подач в кількох номерах – М.В.), то нині ця практика поступово сходить нанівець. Все зводиться до буденної свідомості: редактор просто не переконаний в завтрашньому дні. Чи віліє редакція, чи не зруйнують друкарню...? Тому зацікавлений подати важливий матеріал якомога швидше, навіть за умови скорочення і, відповідно, послаблення доказової бази, емоційного сприймання тексту тощо. Також у пресовій журналістиці враховується той факт, що неймовірно зросли витрати на логістику друкованого видання, ціни на електроенергію, оплата зберігання вже виготовленої продукції тощо. Це не рахуючи вже звичного для вітчизняних журналістів фактору відключення світла, відсутності можливості скористатися мобільним зв'язком.

## 5. Висновки

Головний висновок, що його можна зробити з аналізу ситуації, є той безперечний факт, що журналістське розслідування розвивається як метод, попри несприятливі обставини. Однак тенденції до міксування самого процесу розвитку настільки явні, буквально зримі, що доводиться констатувати: в будь-який момент саме журналістське розслідування у його класичній формі подачі текстового матеріалу в друкованих чи інтернет-виданнях може припинити своє існування. Або, що звучатиме толерантніше, призупинити. Закони творчості неблаганні, будь-яке перешкоджання розвитку певного напрямку в журналістиці веде до фактичного колапсу. Приклад: зникнення з української журналістики жанру репортажу, який підміняється квазі жанром, квазі репортажем. Автор статті неодноразово піднімав у наукових публікаціях цю проблему, намагався відродити жанр у «Студентській газеті», журналі «Еко», газеті «Солдат» – зусилля були марними, оскільки бракує не тільки репортерів, а й аудиторії, яка розуміє призначення і роль репортажу як жанру. Так само із методом журналістського розслідування. За умови несприятливих



політичної і військової обстановки, цілком імовірного запровадження жорсткішого воєнного стану, а отже, військової цензури, метод журналістського розслідування де-факто перестане існувати. Сподіваємося, такого не трапиться, хоча спроби запровадження воєнного стану в країні вже були за президентства П.Порошенка [15]. Головне, слід враховувати, що будь-яке журналістське розслідування: потужна зброя. В наших умовах ідеологічної війни її ні в якому випадку не слід перетворювати на маніпуляційний вплив, бо: «Маніпуляційний вплив є неконтрольований, пасивний, неусвідомлений, стихійний, прихований для адресату процес впливу на нього, який відбувається поза його волею та бажанням» [16, с. 81].

Виходячи із нинішніх реалій, констатуємо, що головним чинником, що перешкоджає розвиткові методу журналістського розслідування є різке зменшення кількості редакцій, що раніше спеціалізувалися саме на журналістському розслідуванні. Також певна частина професіоналів пішла в ЗСУ, виїхала із країни тощо. Час підготовки до написання матеріалів, їх обсяг зменшився до мінімуму. Враховуючи це, рекомендуємо практикам енергійніше користуватися жанровою палітрою, особливо елементами репортажу та інтерв'ю. Також вважаємо за потрібне наголосити на явному збільшенні візуалізації фактажу, тож працювати в цьому напрямі слід разом із б'їлд-редакціями і телевізійними групами. Текстовий матеріал, підтверджений великою кількістю світлин або телерепортажем спрацює значно ефективніше, ніж просто класичне розслідування в друкованому виданні. Теоретикам рекомендовано негайно взяти до уваги, осмислити і систематизувати багатий емпіричний матеріал, накопичений за час активної фази бойових дій.

## References

1. Wikipedia (2023), "The war in the Persian Gulf", available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0\\_%D0%B2\\_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D0%B9\\_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D0%B9_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96) (accessed: 08.03.2023).
2. Wikipedia (2023), "Blowup", available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B7%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F> (accessed: 16.03.2023).
3. Wikiwand (2023), "New journalism", available at: [https://www.wikiwand.com/uk/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0](https://www.wikiwand.com/uk/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0) (accessed: 14.03.2023).
4. Rizun, V.V. & Skotnykova, T.V. (2008), *Methods of Scientific Researches in Journalism Studies: A Textbook*, Presa Ukrainy, Kyiv, 144 p.
5. Hlushko, O.K. (2008), *Journalistic Investigation: History, Theory, Practice: A Textbook*, Aristey, Kyiv, 144 p.
6. Wikipedia (2023), "Jean Baudrillard", available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BD\\_%D0%91%D0%BE%D0%B4%D1%80%D1%96%D1%8F%D1%80](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BD_%D0%91%D0%BE%D0%B4%D1%80%D1%96%D1%8F%D1%80) (accessed: 12.03.2023).
7. Flynn, J.R. (1984), "The mean IQ of Americans: Massive gains 1932 to 1978", *Psychological Bulletin*, vol. 95(1), pp. 29-51, available at: <https://psycnet.apa.org/buy/1984-11828-001> (accessed: 16.03.2023).
8. Nikolov, Yu. (2023), ""Pogs" of Ministry of Defense in the war-time "distribute" on foods for Armed Forces more than at peaceful life", *ZN.UA*, available at: <https://zn.ua/ukr/economic-security/tilovi-patsjuki-minoboroni-pid-chas-vijni-piljajut-na-kharchakh-dlja-zsu-bilshe-nizh-za-mirnoho-zhittja.html> (accessed: 10.03.2023).

9. BBC (2023), “Scandal in the Ministry of Defense with food. Reznikov explained about the eggs for UAH 17 apiece”, available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64375815> (accessed: 10.03.2023).

10. Hoyan, V.V. (2011), *Journalistic Creativity on Television: a Monograph*, Vydavnycho-poligrafichnyi tsentr “Kyivskiy universytet”, Kyiv, 319 p.

11. Vasilenko, M.K. (2001), “Fantastic reporting-warning as a form of influence on mass consciousness: innovations of genre”, *Ukrainske Zhurnalistykoznavstvo [Ukrainian Journalistic Studies]*, vol. 2, pp. 41-43.

12. Vasilenko, M.K. (2001), “Historical reporting: paradoxes of genre, method of preparation and writing”, *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism]*, vol. 3, pp. 90-92.

13. Vasilenko, M.K. (2023), “Fight of Mustafa Kemal”, *Gazeta Soldat [Newspaper Soldat]*, available at: <https://t.me/gazetasoldat> (accessed: 12.03.2023).

14. Vasilenko, M.K. (2021), “Battle for Kyiv”, *Hazeta Kyian [Newspaper of Kyivans]*.

15. Ukrinform (2018), “Poroshenko signed a decree about the martial law of Ukraine”, available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/2587817-poroshenko-pidpisav-ukaz-provoennij-stan-v-ukraini.html> (accessed: 12.03.2023).

16. Rizun, V.V (2003), *Masses: Texts of Lectures*, Vydavnycho-poligrafichnyi tsentr “Kyivskiy universytet”, Kyiv, 118 p.

Submitted 20.03.2023

## Список літератури

1. Війна в Перській затоці. Матеріал з Вікіпедії. URL:

[https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0\\_%D0%B2\\_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D0%B9\\_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D0%B9_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96) (дата доступу 8.03.2023).

2. «Фотозбільшення» (англ. Blowup) – кінофільм Мікеланджело Антоніоні. Матеріал з Вікіпедії. URL:

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B7%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F> (дата доступу 16.03.2023).

3. Нова журналістика. // Wikiwand. URL:

[https://www.wikiwand.com/uk/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0](https://www.wikiwand.com/uk/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0) (дата доступу 14.03.2023).

4. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень в журналістикознавстві: Навчальний посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Преса України, 2008. 144 с.

5. Глушко О.К. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика. Навчальний посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Арістей, 2008. 144 с.

6. Жан Бордіяр. Матеріал з Вікіпедії. URL:

[https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BD\\_%D0%91%D0%BE%D0%B4%D1%80%D1%96%D1%8F%D1%80](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BD_%D0%91%D0%BE%D0%B4%D1%80%D1%96%D1%8F%D1%80). (дата доступу 12.03.2023).

7. Flynn, James R. The mean IQ of Americans: Massive gains 1932 to 1978. // *Psychological Bulletin*, Vol 95(1), Jan 1984, 29-51. URL: <https://psycnet.apa.org/buy/1984-11828-001>. (дата доступу 16.03.2023).

8. Ніколов Ю. Тилові пацюки Міноборони під час війни «пиляють» на харчах для ЗСУ більше, ніж за мирного життя // *Дзеркало тижня*. 21.01.20223. URL: <https://zn.ua/ukr/economic-security/tilovi-patsjuki-minoboroni-pid-chas-vijni-piljajut-na-kharchakh-dlja-zsu-bilshe-nizh-za-mirnoho-zhittja.html> (дата доступу 10.03.2023).

9. Скандал в Міноборони з харчуванням. Резніков роз'яснив про яйця по 17 грн за штуку // BBC. 23 січня 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64375815> (дата доступу 10.03.2023).
10. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні: монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 319 с.
11. Василенко М. К. Фантастичний репортаж-застереження як форма впливу на масову свідомість: новації жанру // Українське журналістикознавство. 2001. Вип. 2. С. 41–43.
12. Василенко М. К. Історичний репортаж: парадокси жанру, методика підготовки і написання // Наукові записки Інституту журналістики. 2001. Т. 3. С. 90-92.
13. Василенко М. К. Бій Мустафи Кемалю. Солдат. URL: <https://t.me/gazetasoldat> (дата доступу 12.03.2023)
14. Василенко М. К. Битва за Київ. Газета киян, жовтень, 2021 р.
15. Порошенко підписав указ про воєнний стан в Україні // Укрінформ. 26.11.2018. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2587817-porosenko-pidpisav-ukaz-pro-voennij-stan-v-ukraini.html> (дата доступу 12.03.2023)
16. Різун В.В. Маси: тексти лекцій. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2003. 118 с.

Надійшла до редакції 20.03.2023

**JOURNALISM / PUBLICISM**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.3>

UDC 316.77:811.161.2(477)

**“Donbasiia”: a Book of Essays about the Patriots  
of Ukraine.  
Ideological and Social Components of the Content.  
Style Features and Texts Structure**

**Alla Kobynets**

<https://orcid.org/0000-0003-4210-7263>

PhD (philol. sci.)

*Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko  
National University of Kyiv*

*36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [allakobin22@gmail.com](mailto:allakobin22@gmail.com)*

**ABSTRACT**

This article aims to show the importance of reproducing in an essay as the artistic and journalistic genre of the images of outstanding people of the modern Ukraine, the value of which is historically significant and demonstrative, which is especially relevant in such complicated modern times.

The numerous scientific works of Ukrainian press experts make it possible to realize the importance of press materials, particularly those ones that highlight the activities of Ukrainian patriotic communities and personalities whose contribution to development of an independent Ukrainian state is difficult to overestimate.

An important task arises: to carry out the scientific research on journalistic materials, which makes it possible to study the social processes that took place on the country's territory with the beginning of Ukraine's independence.

The article is devoted to analysis of the book of essays by Ihor Zots, the Ukrainian journalist, a long-time chief editor of the newspaper “Donechchyna”. This edition can be considered to be an important historical phenomenon not only of the regional but also the national press studies.

First of all, it is notable that on its pages it was issued the stories about the residents of Donetsk region, the true Ukrainians and the worthy patriots, whose thoughts, actions, and daily hard work laid the foundations of the Ukrainian idea, protecting it as much as possible in the difficult realities of the East which was under the influence of Russia.

The methods that were used during the research of the book of essay as a result of studying the fate of the heroes and their contribution to development of the region and the country in general can be noted as follows: the method of functional-pragmatic analysis, the method of content analysis, the method of observation — they were used to select the actual material, such as the essays about the prominent people of Donetsk region, their influence on social processes in the region; the method of identification — for determining the vocabulary (emotionally or neutrally loaded words) and the construction of texts (from the plot to culmination and outcome); the method of description was used to characterize the images of individuals and events, trends and features associated with them; the comparison method was used to determine the degrees of significance of the selected topic and the sequence of presentation of actual material; the method of generalization was used in the process of forming the research conclusions.

It is worth noting the importance of this book and above all the historical value of the facts presented in the essays, most of which has documentary nature.

The essays “Donbasiia” have a life-affirming character, although they tell about the heart-breaking events from the lives of their heroes against the background of one of the most problematic, as we can now say, regions of Ukraine. However, they are mostly positive, which cannot but affect the overall impression of the book.

**KEYWORDS:** essay; Donbas; human stories, journalism, Ukraine.

УДК 316.77:811.161.2(477)

## **«Донбасія»: книга нарисів про патріотів України. Ідеологічні та соціальні компоненти контенту. Особливості стилю та побудови текстів**

*Кобинець Алла Володимирівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, кандидат філологічних наук, доцент, <https://orcid.org/0000-0003-4210-7263>*

### **Резюме**

Ця стаття має на меті показати важливість відтворення у художньо-публіцистичному жанрі – нарисі – образів видатних людей сучасної України, цінність яких історично важлива і показова, особливо актуально це проявляється у досить складному сьогоденні.

Численні наукові праці українських пресознавців дають змогу усвідомити важливість пресознавчих матеріалів, зокрема тих, що висвітлюють діяльність українських патріотичних спільнот, особистостей, чий внесок у розбудову незалежної української держави важко переоцінити.

Постає важливе завдання: здійснення наукових розвідок про журналістикознавчі матеріали, які дають змогу вивчати суспільні процеси, що відбувалися на теренах країни з початком здобуття Україною незалежності.

Стаття присвячена аналізу книжки нарисів українського журналіста, багаторічного головного редактора газети «Донецчина» Ігоря Зоца. Це видання можна вважати важливим явищем в історії не лише регіонального, а й вітчизняного пресознавства.

Насамперед воно прикметне тим, що саме на його сторінках побачили світ розповіді про жителів Донецької області, істинних українців, патріотів-достойників, чії помисли, дії,

вчинки, щоденна сродна праця закладали підвалини української ідеї, оберігаючи її, наскільки це можливо, у складних реаліях зросійщеного українського Сходу.

Методи, які були застосовні під час дослідження книжки нарисів як результату вивчення доль героїв та їх внеску в розвиток регіону й країни загалом, можна зазначити таким чином: метод функціонально-прагматичного аналізу, метод контент-аналізу, метод спостереження – використовувалися для відбору фактичного матеріалу, як-от: нарисів про видатних людей Донецької області, їх впливу на суспільні процеси в регіоні; метод ідентифікації – для визначення лексики (емоційно забарвленої чи нейтральної), побудови текстів (від зав'язки і до кульмінації та розв'язки); метод опису використовувався для характеристики образів особистостей та пов'язаних із ними подій, тенденцій та особливостей; метод порівняння застосовувався для визначення ступенів значущості вибраної тематики і послідовності викладення фактичного матеріалу; метод узагальнення використовувався у процесі формування висновків дослідження.

Варто відзначити важливість цієї книжки і насамперед історичну цінність викладеного у нарисах фактажу, більшість якого має документальний характер.

Нариси «Донбасії» носять життєствердний характер, хоча й розповідають про карколомні події із життя своїх героїв на тлі одного з найбільш, як ми тепер можемо стверджувати, проблемного регіону України. Проте вони мають здебільшого позитивний характер, і це не може не впливати на загальне враження від книжки.

**Ключові слова:** нарис; Донбас; людські історії, публіцистика, Україна.

## 1. Вступ

У столичному видавництві «Ярославів Вал», у передвоєнному, 2021-му році, вийшла друком книжка нарисів українського журналіста, багаторічного головного редактора газети «Донеччина» Ігоря Зоца. Це видання можна вважати важливим явищем в історії не лише регіонального, а й вітчизняного пресознавства.

Власне, основою нарисів послужили спогади автора про героїв журналістських публікацій, численних зустрічей під час журналістських відряджень та безпосередньо в редакції обласної газети.

Ідея створити й видати книжку прийшла до автора з гірким усвідомленням невідворотних втрат: своєї домівки, справи, якій віддав багато років професійного життя. Але це – речі матеріальні. Головне ж, переконаний автор, – не втратити пам'ять про людей, які стільки цінного, корисного зробили для свого рідного краю. І вони заслуговують на подяку, увічнення їхніх вчинків, а дехто – й пам'яті – саме в розповідях про них, бо вони довели й доводять: Донбас був та залишається українським.

Тому писати «Донбасію» Ігор Зоц розпочав після карколомних подій – зокрема, стрімкого від'їзду в Донецька після попередження друзів про те, що група бойовиків вирушила його арештовувати на робочому місці за проукраїнську позицію, а також, як наслідок, – багатьох невеселих роздумів, сповнених відчаєм від втрати справи, яку плекав протягом довгих десятиліть.

Адже він, будучи воістину талановитим журналістом і водночас успішним очільником відомого в Україні обласного періодичного друкованого видання – газети «Донеччина» (раніше, до 1991 року – «Радянська Донеччина» - авт.), вік якої подолав 80-річний рубіж, до останнього боровся за її існування в медійному просторі країни. На терені зросійщеного Донецька журналіст створював навколо газети та її читачів оазу українськості, патріотизму та любові до рідного краю, його витоків і сучасних надбань. Та російські

воєнні заїди й злочинні бандитські угруповання почали трошити все українське в 2014-му – на початку першої гарячої фази російсько-української війни, яку тепер, у лютому 2022-го країна-терорист – Російська Федерація – відкрито і віроломно розгорнула її вже не лише проти Донбасу, а й усієї незалежної України, здійснивши повномасштабне вторгнення на територію суверенної незалежної держави.

Численні наукові праці українських пресознавців, зокрема В. Різуна, А. Москаленка, В. Здоровеги, Д. Прилюка, Л. Романюка, Н. Сидоренко та інших дають змогу усвідомити важливість пресознавчих матеріалів, зокрема тих, що висвітлюють діяльність українських патріотичних спільнот, особистостей, чий внесок у розбудову незалежної української держави важко переоцінити.

Актуальність проведення досліджень публікацій у цій царині досить важлива з огляду на розвиток сучасного інформаційного суспільства. Постає важливе завдання: здійснення наукових розвідок про журналістикознавчі матеріали, які дають змогу вивчати суспільні процеси, що відбувалися на теренах країни з початком здобуття Україною незалежності. Головними складовими стали вивчення громадських організацій та рухів, окремих персоналій та їх характерів, позицій, а також самої діяльності, спрямованої на відродження національного відродження.

Інформаційний вплив на аудиторію, що мають публікації про донецьких патріотів, достойників, гідних членів суспільства, важко переоцінити, оскільки важливим чинником стає саме виховна функція медійних ресурсів, і друківаних насамперед. Відтак індивідуальні та масові емоції нерідко перетворюються у своєрідний інструмент, що впливає на формування громадських настроїв, а отже, й громадської позиції.

Ця стаття має на меті показати важливість відтворення у художньо-публіцистичному жанрі – нарисі – образів видатних людей сучасної України, цінність яких історично важлива і показова, особливо актуально це проявляється у досить складному сьогоденні. Як зазначав дослідник жанрів вітчизняної журналістики Ігор Михайлин, «Предметом нарису може бути будь-який факт чи явище реальної дійсності, узятий як проблема у площині своєї суспільної, моральної, загальнолюдської значимості... Автор створює сюжет, розбудовує публіцистичний конфлікт, вдається до психологічного аналізу. Усе, що може наблизити героїв до читача, запліднити його авторським баченням подій і проблем, активно використовує нарисовець» [1, с. 168].

Тому висвітлення у невеликих за обсягом нарисах історій із життя кращих представників донецької спільноти, якою варто пишатися, таке важливе нині, в умовах повномасштабної російсько-української війни, бо воно стосується низки важливих суспільних проблем, які можна узагальнити коротко: проблем української ідентичності, бо, й досі, на жаль, існує «...надзвичайно залежний від стандартів і звичаїв медіа-сфери колишньої метрополії інформаційний простір України постійно відтворює питомі риси культурно-політичної Євразії в українській повсякденності, руйнуючи процес «зцілення» національної ідентичності українців» [3].

Завдання цієї публікації полягає в тому, щоб показати, як у нарисах І. Зоца відтворюється дійсність через образи його героїв та реальні події, пов'язані з ними, продемонструвати їхню причетність до розбудови української держави, яку нині спіткало тяжке випробування війною.

## 2. Методи дослідження

Методи, які були застосовні під час дослідження книжки нарисів як результату вивчення долі героїв та їх внеску в розвиток регіону й країни загалом, можна зазначити таким чином:

метод функціонально-прагматичного аналізу, метод контент-аналізу, метод спостереження – використовувалися для відбору фактичного матеріалу, як-от: нарисів про видатних людей Донецької області, їх впливу на суспільні процеси в регіоні; метод ідентифікації – для визначення лексики (емоційно забарвленої чи нейтральної), побудови текстів (від зав'язки і до кульмінації та розв'язки); метод опису використовувався для характеристики образів особистостей та пов'язаних із ними подій, тенденцій та особливостей; метод порівняння застосовувався для визначення ступенів значущості вибраної тематики і послідовності викладення фактичного матеріалу; метод узагальнення використовувався у процесі формування висновків дослідження.

У статті також використані методи порівняння, індукцію, дедукцію, синтез, узагальнення, що дало змогу виділити із значної кількості публікацій та їх вагомості у формуванні патріотизму в населення й загалом – проаналізувати їх значення в контексті виховної функції періодичного друкованого видання, визначити потенціал його медійного впливу на аудиторію.

### 3. Теоретичне підґрунтя

До вивчення нарисів у журналістиці долучалися, крім зазначеного вище І. Михайлина, В. Здоровега, Д. Прилюк, А. Москаленко, В. Святовець, О. Глушко та інші вчені. Слід наголосити, що сучасні публіцистичні твори українських журналістів дають змогу дослідникам-пресознавцям заглиблюватися в них, вивчати, аналізувати. Так, Володимир Здоровега переконаний, що «Нарис відтворює правдиві факти життя, незалежно від того, називає автор справжнє прізвище героя чи ні, називає місце його проживання чи про нього ми можемо лише здогадуватися. Звичайно, назвавши точне ім'я дійової особи, автор бере на себе ніби додаткові зобов'язання щодо документальної точності не тільки головних, але й другорядних деталей» [2, с. 251].

Творчий почерк Ігоря Зоца як нарисовця формувався роками. Кілька слів про нього. Випускник факультету журналістики Шевченкового університету 1985 року Ігор Зоц вирушив у Донецьку область, звідки родом, і пропрацював по 2014-й рік у редакції обласної газети «Радянська Донеччина» (з 1992 р. – «Донеччина») в Донецьку, причому останні 22 роки – її головним редактором.

З проголошенням незалежності України журналіст брав активну участь у національному відродженні регіону. Він інформаційно підтримував Товариство української мови імені Т. Г. Шевченка; на шпальтах очолюваного ним видання системно друкувалися розповіді про борців за Україну – Олексу Тихого, Василя Стуса; також газета писала про В'ячеслава Чорновола, Левка Лук'яненка, Миколу Руденка. Так, у 2000-му році шпальти «Донеччини» прикрасила рубрика «Стусове коло», розповідаючи про тих донеччан, громадянська позиція яких збігалася із поглядами знищеного радянським тоталітарним режимом поета. І. Зоц долучився до створення Донбаського історико-літературного музею В. Стуса.

Ще одним важливим кроком на стежі відродження українських традицій стало відкриття з ініціативи головного редактора газети для всієї сім'ї – «Світлиці» (1992–2007 рр.), красназвочного альманаху «Рідний край» (1994–1998 рр.). Газета «Світлиця» у 1995 році мала 10 тис. примірників тиражу.

На жаль, журналіст змушений був залишити Донецьк, де існував високий ризик його фізичного знищення за патріотичну позицію. А редакційний офіс та засоби виробництва були розтрощені російськими бойовиками. У вересні 2014 р. в Києві, а потім – у Слов'янську І. Зоц відновив випуск газети «Донеччина» (з грудня 2016 р. – під назвою «Часопис Донеччина»). Видання друкувалося в Краматорську (наклад близько 3 тис. прим.); поширювалося шляхом передплати та безкоштовно в «сірій зоні» АТО/ООС. З вересня 2014 по квітень 2019 р. надруковано майже 150 номерів. Журналістську працю І.



Зоц продовжив на посаді директора КП РТРК «Регіон-Донбас» у Краматорську, пізніше – кореспондента «Урядового кур'єру».

Упродовж усього творчого шляху журналіст намагався навколо знаної та шанованої в регіоні газети створити ауру українськості, дбав про насичення кожного номера публікаціями, що сприяють національному відродженню, утвердженню України як держави у світовому демократичному процесі.

Можна стверджувати про ефективність та результативність такої роботи, бо, як зазначав дослідник української преси А. Москаленко, «практика переконує, що ефективність впливу преси... залежить від багатьох обставин: змісту, мети, яка поставлена; підготовленості кадрів, вибору засобів, форм і методів впливу; особливостей аудиторії і рівня, на якому здійснюється масово-інформаційна діяльність; впливу зовнішніх умов, середовища як на ЗМІ, так і на аудиторію» [4, 191].

Досліджуючи нариси журналіста, варто насамперед відзначити, що їх у книжці зібрано 86. Звісно, далеко не про всіх достойників написав автор, але є всі підстави вважати, що на цьому томі робота не завершена. Насамперед мають бути ще кілька циклів нарисів про журналістський колектив «Донеччини», а також талановитих, гідних уваги позаштатних авторів. Як писав академік Іван Дзюба, «...спогади Ігоря Зоца набувають особливо актуального значення. Адже його Донбасія – це люди, добрі справи яких оживали на сторінках «Донеччини», долі яких більшою чи меншою мірою були пов'язані з нею. Говорячи про них, автор віддає належну шану їм, а водночас у дуже природний і переконливий спосіб розповідає нам про життя і проблеми краю – його Донбасія стає і нашою» [5, с. 5].

Тому варто наголосити, що саме «...публіцистика першою відгукується на політичні й соціальні зміни, які відбуваються в житті. Літератори, які працюють у її жанрах, намагаються не тільки ознайомити читача з новими фактами, подіями, явищами реальної дійсності, а й осмислити їхню природу, простежити тенденції розвитку суспільних процесів, розкрити зміни в поглядах, поведінці, психології людей» [6, с. 210 – 211]. Життя Донбасу, його населення не могло залишати байдужим професійних журналістів, особливо в такий знаковий період, коли Україна здобула свою незалежність.

Нариси «Донбасії» можна так «розмістити» у жанровій класифікації: портретний, проблемний, історичний. Відтак із 86 наявних у книзі більшу половину становлять портретні нариси, і менше двох третин – проблемні та історичні. Це й зрозуміло, адже автор робив акцент саме на людині, на її долі, характері, вподобаннях та стосунках у соціумі. Вільне трактування життєвих явищ на тлі людської долі дозволяє говорити про публіцистичність нарисів «Донбасії».

Стосовно побудови нарисів. Як правило, вона традиційна. На початку автор знайомить читачів із героєм, пише про його чесноти, а потім переходить до розкриття образу, спираючись на відомі із його життя факти, події, вчинки. Така форма подачі нарисів дає змогу краще їх сприймати і запам'ятовувати. Цьому сприяють і відносно невеликі обсяги тексту; подібні форми притаманні так званій «малій прозі», до якої ми ризикнемо долучити й нариси Ігоря Зоца, оскільки кожен із них має право на самостійне життя. «Неодмінною особливістю публіцистичного нарису є документальність, достовірність. Він характерний тим, що розкриває життєві ситуації, проблеми в поняттях і образах. За глибиною, концентрацією авторської думки нарис наближається до короткого оповідання. У публіцистики він запозичує суспільну гостроту, в художньої літератури – образність. Змальовуючи реальні життєві події, характери і вчинки конкретних людей, публіцистично-нарисовці нерідко використовують такий творчий прийом, як художній домисел. Це не вигадка, не дозвольна фантазія автора. Нарисовець домислює розвиток тієї чи тієї події, пояснює людську поведінку, свідком яких не був особисто, ґрунтуючись на досконалому знанні відповідних життєвих обставин і характерів своїх персонажів. Тож художній до-

мисел у нарисових творах можна визначити, як логічно вмотивований здогад», – зазначає дослідник вітчизняної публіцистики О. Глушко [6, с. 220].

Прикметно, що нариси «Донбасії» написані прекрасною українською мовою, де кожне слово виписане автором із особливою любов'ю. Це й зрозуміло, адже досвід популяризації рідної мови на сторінках «Донеччини» вартий особливої уваги. Зокрема, багаторічний автор видання, відомий вчений-словесник, професор Донецького національного університету А. Загнітко (йому присвячений нарис із досить характерною назвою, бо підкреслює глибинну сутність – «Україніст»), висловив своє переконання: без чіткого формулювання принципів мовної ідеології держава приречена. Звертаючи увагу суспільства на те, що боротьба за українську мову нині в прямому й переносному значеннях перенесена на передову, дії ж орди завойовників, стверджує автор, беруть початок ще з тих антиукраїнських підвалів, що системно закладалися владними манкуртами протягом минулих десятиліть на територіях Донеччини та Луганщини – «з послідовним нав'язуванням ідеї мовної та ментальної, культурної та етнічної особливості». А. Загнітко, зокрема, пропонує таке: «Мовна ідеологія має бути ґрунтована на двох взаємодоповнюваних постулатах – мовна державність і державність мови, що відбивають у цілісності своїй мовну тяглість покоління і мовну безперервність територій. Усі гасла на зразок «Єдина країна / Єдина страна», де слово країна і слово страна треба писати з великої літери, бо говориться про власну Державу, можуть лише поставати одним із елементів актуалізації мовної політики, але аж ніяк не її побудову, а тим паче – розбудову. Адже в статті 10 Конституції України чітко визначено наріжний камінь мовно-державного устрою Держави та визначальний принцип мовної ідеології» [8, с. 5].

Про руйнівну силу «руського міра» А. Загнітко говорить мовою статті у газеті «Донеччина» – «Життєва співмірність з націєбудуванням» (2016. №25, 15 лип. С. 5): «Високої сили самоусвідомлення властиве тим донеччанам, хто завжди бачив історико-культурну тяглість розвитку надкарм'юських земель у цілісному просторі Української Держави. Руйнування й нищення такої неперервності у 2014–2016 роках привнесено зайдами, різними забродами, яким серце не болить за знищені окремі людські оселі, цілі села, не нищить душу пам'ять перед вбитими та понівеченими. На пам'ять спадає українськомовне с. Степанівка Шахтарського району, що за тридцять хвилин зникло з мапи через знищувальні залпи «Градів». До цього прилягає глибинна тисячолітня пам'ять історичних битв руських воїнів із половецькими нападниками (похід війська під проводом князя Ігоря та історична битва на сучасних донецьких землях). Кожний із заявлених шарів містить низку складників і вимагає окремого розгляду, а сукупно вони становлять неповторну цілісність – Атлантиду Української Донеччини...»

Донбас, як і вся Україна, нині переживає одну з найтрагічніших сторінок історії нашої держави: тут точиться битва за майбутнє нашої суверенної країни. Автор переконаний, що ми зможемо перемогти. І не лише перемогти, а й зберегти свою єдність, шкалу цінностей та мовну культуру; він упевнений у тому, що розбудова «національно-мовних», «культурно-мистецьких», «літературно-естетичних» та «історико-філософських засад українського народу» не спиниться, набуде свого великого значення і звучання у «цивілізаційно-світовому просторі».

Ось чому мовний складник книги нарисів настільки важливий і актуальний. Автор пропагує мову не лише як засіб спілкування, а й як спосіб ідентифікації жителів регіону, що належать до великої культурної української нації, чие коріння має понад тисячолітню історію.

Варто, на наш погляд, звернути увагу на заголовки нарисів. Вони ще раз підкреслюють важливість історії кожного героя, чия доля тісно пов'язана із Донбасом: «Начальний Дінця», «Вчителька з Петрівки», «Характерник», «Прапорonosець», «Президент поляків Донбасу», «Фундатор музею Стуса», «Ідеолог УПА історію Сходу написав», «Академік і

хлібороб», «Засуджена чумаківна», «Отаман краєзнавців Донечини», «Спадок Голобородька», «Непереможними лишаємось» та інші.

#### 4. Результати і обговорення

Задум написати книжку прийшов до автора з усвідомленням втрати своєї домівки, справи, якій віддав стільки років життя. Але це – речі матеріальні. Головне ж – не втратити пам'ять про людей, які стільки цінного, корисного зробили для свого рідного краю. І вони заслуговують на подяку, увічнення їхніх вчинків, а дехто – й пам'яті – саме в розповідях про них, бо вони довели й доводять, що Донбас був та залишається українським.

Промовиста й трохи незвичайна назва книжки нарисів – «Донбасія» – має своє, особливе походження. Ось як пояснює це автор у нарисі «Чому Донбасія?»: «Бо є мапа планета Донбас і до її офіційного найменування доклалися першовідкривач астрофізик з Криму Микола Черних і письменник з Донецька Іван Костиря. А було так...

Працюючи над циклом «Думи про Донбас» наприкінці минулого століття і досліджуючи величезний масив інформації про рідний край, Іван Костиря звернув увагу, що серед українських слідів у Космосі є планети з назвами ледь не з усієї України... «Немає тільки Донбасу! Невіддільної частини України, її споконвічної східної сторони... Віриться, що недалекий той час, коли у Всесвіті, на переміщений туди, в космічний простір, з його непізнаними до кінця шляхами, «мапі» України неодмінно з'явиться планета з міцним по земному і по зоряному славним іменем – Донбас, Дон-ба-сія...

Звучить! І по-українськи не гірше – Донбасія! Дон-ба-сія... Навіть начебто десь лагідніше... До речі, по-українськи в просторіччі наш край так і називають. Воно вже і в українську поезію увійшло, це найменування», – написав Костиря в одній із книг, що вийшли на початку нинішнього тисячоліття». [8, с. 8–9]. Письменник помер у 2003-му, а в 2008-му стало відомо, що відкрита в 1976 р. планета була названа «Донбас» (порядковий номер її 19916)» [8, с. 8–9].

Таким чином, підсумовує нарисовець, «Обоє українців – один кримський, а інший – донецький, звісно ж, не могли передбачити, що їх малу батьківщину загарбає російський агресор» [8, с. 8–9].

Воедино, в одному томі, автор «Донбасії», як зазначалося вище, зібрав свої нариси після багатьох невеселих роздумів, сповнених відчаєм. Адже він, будучи воістину талановитим журналістом і водночас успішним очільником відомого в Україні обласного періодичного друкованого видання – газети «Донеччина», вік якої подолав 80-річний рубіж, до останнього боровся за її існування в медійному просторі країни. На терені зросійщеного Донецька журналіст створював навколо газети та її читачів ауру українськості, патріотизму та любові до рідного краю, його витоків і сучасних надбань. Та російські воєнні заїди й злочинні бандитські угруповання почали трошити все українське в 2014-му – на початку першої гарячої фази російсько-української війни, яку тепер, у лютому 2022-го країна-терорист – Російська Федерація – відкрито і віроломно розгорнула її вже не лише проти Донбасу, а й усієї незалежної України, здійснивши повномасштабне вторгнення.

«Мене особливо зворушили згадки про людей, до чийої долі я мав деяку причетність (хай і віддалену). Насамперед це Ярослав Гомза, молодий учитель української мови, який писав листи і статті з критикою політики русифікації, мабуть він був під відповідним наглядом і на деякий час замовк. Про його подальшу долю я дізнався лише нещодавно з «Антології донецької літератури». Дивовижна постать – Петро Лаврів, галичанин-упівець, який, відбувши строк у таборах, повернувся без права життя на Західній Україні, а поселився на Донеччині. Полюбив цей край, вивчав його історію. Дивилися на нього, м'яко кажучи, скося. Його праці «З сивої давнини до козацької доби» та «Історія Південно-Східної України», в яких автор доводив давню присутність українського етносу на

Донеччині, не сприймалися в офіційній науці. Я листувався з ним, зустрічався з ним, коли він приїздив до Києва, і дивувався силові духа цієї маленької, битої лихом людини. А ось за згадку про Миколу Фененка я просто вдячний Ігореві Олексійовичу. Ще в далекі 60-ті роки до журналу «Вітчизна», в якому я працював, надходили рукописні статті історичного й краєзнавчого характеру, а то й рецензії на різні книжки – за цим підписом. Ми їх друкували, я дивувався, звідки це в Маріуполі такий універсал-українець. Потім він замовк, і мене замовкли. А вже пізніше, укладаючи Словник для Енциклопедії Сучасної України (ЕСУ), я клопотався: як знайти сліди таємничого Миколи Фененка?» , – написав у передмові до «Донбасії» незабутній Іван Дзюба [8, с. 5–6].

Про кого йдеться в нарисах «Донбасії»? До книжки увійшли близько сотні людських історій. Причому, її герої – представники різних поколінь, з якими він мав зустрічі, спілкування. Ці люди стали символами справжніх українців донецького регіону. Вони видатні професією, вчинками, позицією. Від кожного створеного автором образу йдуть позитив, оптимізм, віра у вічні людські цінності.

Гортаючи сторінки «Донбасії», читач може зустріти розповіді про Василя Стуса (нарис «Слідами «Забороненого») та людей з його кола, про тих, хто долучився до створення музею (нарис «Фундатор музею Стуса»), про видатного достойника, академіка Івана Дзюбу (нарис «В дорозі до України»), про іскрометний вчинок Анатолія Водолазького, котрий 22 травня 2014 р. вийшов з прапором України на майдан у місті Дружківці, коли його захопили бойовики (нарис «Прапороносець»), про Віктора Тупілка, фундатора музею пам'яті українських патріотів Олексі Гірника та Василя Макуха, які на знак протесту проти радянського режиму спалили себе (нарис «Смолоскип»: «...Олекса Гірник – не той, хто вкоротив собі віку, а жертвник нашого народу, що віддав своє життя за добре майбутнє прийдешніх поколінь» [8, с. 25] ), про карколомну і водночас неймовірно цікаву долю поета Василя Голобородька («Спадок Василя Голобородька»); є низка історій про воїнів-добровольців, котрі пішли захищати Україну від російського агресора (нарис «Непереможними лишилися» – про Юрія Власенка, десантника 79-ї окремої десантно-штурмової бригади, що поліг у 2014-му році під час звільнення Лиманської територіальної громади та Володимира Бражника, який загинув в «Іловайському котлі» 20 серпня 2014 р.; «Повернувся в бронзі» – про Юрія Матушака, випускника Донецького національного університету, що який загинув в АТО) та багато інших.

Є й серед героїв «Донбасії» розповідь про очільника газети «Горняк» з міста Торез Анатолія Постнова (нарис «Проїшов крізь вогонь»). Очоловану ним редакцію уночі розгромили бандити, які вимагали в нього у квітні 2014-го надрукувати в газеті заклик іти на «референдум». Правоохоронні органи, на жаль, не допомогли. Та колектив разом зі своїм головним редактором вистояв, продовжував випускати газету. Але в ніч перед професійним святом – днем журналіста України, 6 червня, бойовики закидали офіс редакції, що знаходився на першому поверсі житлового будинку, «коктейлями молотова», тож усе обладнання та майно згоріли.

Нарисовець часто ставив сам собі, а також і на сторінках очолованого ним друкованого періодичного видання одне-єдине, але важливе запитання: якою мовою говорити з Донбасом у світлі останніх подій, пов'язаних із воєнними діями? Розпочату РФ війну проти України за сторонами протистояння вчені вважають: «Ця війна є російсько-українською (за сторонами протистояння), ... гібридною (за формою)» [9, с. 11]. Історики на початку воєнних дій ще 2014 р. стверджували, що війну розв'язали не представники донецько-луганського регіону, а Росії: «Завдяки їхній “допомозі” він переріс у нинішню криваву фазу, вони ж зайняли керівні позиції у новостворених терористичних організаціях “ДНР” та “ЛНР”. Основна сила збройних угруповань, що протистоїть українській армії, також має російське походження. Мова йде не лише про озброєння, “куплене в най-

ближчому воєнторзі» чи фінансові потоки, що підживлюють сепаратистський рух. Більша частина бойовиків також є громадянами РФ» [9, с. 12].

На думку академіка НАН України І. Дзюби, уродженця Донбасу, його мала Батьківщина, «Донецчина в найгострішому вигляді акумулює успадковані з минулого мовні проблеми, характерні для всього Сходу і Півдня України, і тому саме вона б могла стати своєрідною лабораторією їх продуктивного розв'язання. Для цього потрібна політична і культурна воля, якої досі не було» [10, с. 37]. Він переконаний, що «реально Донецчина має великі, ще не сповна використані можливості для емансипації української мови та справжнього, а не декларативного піднесення національної культури». Іван Дзюба аргументовано вважав, що регіон був багатий достатнім інтелектуальним потенціалом не лише в науково-природничій, науково-технічній, а й науково-гуманітарній сфері, мистецтві та літературі.

## 5. Висновки

У висновку варто відзначити важливість цієї праці і насамперед історичну цінність викладеного у нарисах фактажу, більшість якого має документальний характер. «Клондайк» особистостей, якими країну наділила щедра донбаська земля, невичерпний, і це неодноразово підтверджував сам автор, Ігор Зоц, плануючи написати наступну книжку нарисів про свою малу Батьківщину, наповнити її новими іменами.

Істотна деталь: у рамках проголошення лауреатів літературно-наукового конкурсу Фундації Українського Вільного Університету 2022 р. присуджені премії лауреатів літературно-наукового конкурсу імені Воляників-Швабінських за твори, видані в 2021 р., та окремо відзначені праці, серед яких – і книжка нарисів І. Зоца «Донбасія» (за повідомленням пресової референтури ФУВУ) [11].

Важливо, що нариси «Донбасії» мають життєствердний характер, хоча й розповідають про карколомні події із життя своїх героїв на тлі одного з найбільш, як ми тепер можемо стверджувати, проблемного регіону України. Проте вони мають здебільшого позитивний характер, і це не може не впливати на загальне враження від книжки. Однак в умовах повномасштабної війни РФ проти України, яка була розпочата через вісім років з початку вторгнення в Доенцький регіон російських бандформувань, а потім і регулярних сил російської армії, країною-агресором 24 лютого 2022 р., перед українським суспільством постають і нові виклики, і нові важливі завдання: перемогти й відбудувати країну, повернувши всі окуповані території, а також створити умови для комфортного проживання для своїх громадян.

І велика роль у відродженні буде відігравати саме українське слово в одежині газет, радіо, телебачення, книжок [12, с. 90–97].

Автор поки що створив перший том розповідей про непересічних людей з Донбасу та їхні незвичайні долі. Попереду, переконаний Ігор Зоц, – ще не один нарис і, можливо, не один том розповідей, які влітаються в історичну канву регіону.

## References

1. Mykhailyn, I. L. (Ed.) (2013), *Journalism: Dictionary-Reference*, Akademvydav, Kyiv, 320 p.
2. Zdoroveha, V. (2008), *Theory and Methodology of Journalistic Creativity: A Textbook*, 3rd edition, PAIS, Lviv, 268 p.

3. Losev, I. & Hrabovskyi, S. (2013), “Ukrainian identity: issues and challenges”, *Den [Day]*, available at: <https://day.kyiv.ua/uk/article/tema-dnya-cuspilstvo/ukrayinska-identichnist-problemi-ta-vikliki> (accessed: 10. 03. 2017).
4. Moskalenko, A. (1998), *Theory of Journalism: a Textbook*, Ekspres-objava, Kyiv, 334 p.
5. Dzyuba, I. (2021), “A story about unforgettable things and unforgettable persons”, *Donbasiia*, in Zots, I. (Ed.), Yaroslaviv Val, Kyiv, p. 5.
6. Hlushko, O. K. (2012), “Artistic and journalistic genres”, *Journalism Speciality: Newspaper and Magazine Production: a Textbook*, 2nd ed., in Rizun, V. V., Prystupenko, T. O., Radchuk, R. V., Vasylenko, M. K. et al (Eds.), Publishing and Printing Center “Kyiv University”, Kyiv, pp. 210 – 211.
7. Zahnitko, A. (2016), “The official language in information and media space: threats and challenges”, *Chasopys Donechchyna [Donechchyna Bulletin]*, № 8, p. 5.
8. Zots, I. (2021), *Donbasiia*, Yaroslaviv Val, Kyiv, 252 p.
9. Moroko, V. (Ed.) (2015), *Oral History of the Russian-Ukrainian War (2014–2015)*, K.I.S., Kyiv, 176 p., available at: <http://www.memory.gov.ua/sites/default/files/verstka-low.pdf> (accessed: 10.02.2022).
10. Dzyuba, I.M. (2001), “Donbas is a land of Ukrainian words”, *Lessons of Truth and Goodness: Poetry and Prose*, in Olifirenko, V. (Ed.), “Donbas”, Donbas, p. 37.
11. Koronenko, S. (2022), *Facebook*, available at: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100010710156666> (accessed: 10.02.2022).
12. Kobynets, A.V. (2011), *Newspaper as Social Creative Structure and Enterprise: a Textbook*, KPU, Zaporizhzhia, 264 p.
13. Sydorenko, N. M. (1992), “Ukrainian media as a factor of formation of national consciousness (the XIX – the beginning of the XX centuries)”, *Zhurnalistyka: Presa, Telebachennia, Radiomovlennia [Journalism: Press, Television, Radio Broadcasting]*, vol. 24, pp. 3 –12.
14. Tarasenko, N. (2015), “The situation in Donbas in the Ukrainian media discourse”, *Ukraina: Podii, Fakty, Komentari [Ukraine: Events, Facts, Comments]*, no. 21, pp. 72-81, available at: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr21.pdf> (accessed: 01.02.2017).
15. Rizun, V. V. (2012), “The essays for methodology of social communication researches”, *Psykholinguistyka [Psycholinguistics]*, no. 10, pp. 305-314, available at: [http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky\\_do\\_metodologiyi.pdf](http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf) (accessed: 20.12.2022).

Submitted 24.01.2023

## Список літератури

1. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. – 320 с. (Серія «Nota bene»).
2. В. Здоровега. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. 3-тє вид. Львів; ПАІС, 2008. 268 с.
3. Ігор Лосєв, Сергій Грабовський. Українська ідентичність: проблеми та виклики URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/tema-dnya-cuspilstvo/ukrayinska-identichnist-problemi-ta-vikliki> (дата звернення 10. 03. 2017).
4. Анатолій Москаленко. Теорія журналістики: Підручник. Київ : Експрес-об’ява, 1998. – 334 с.
5. Дзюба І. Розповідь про незабутнє і незабутніх // Донбасія / Ігор Зоц. Київ : Яро-славів Вал, 2021. – С. 5.
6. Глушко О. К. Художньо-публіцистичні жанри // Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. О. Присту-

пенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2012. – С.210 – 211.

7. А. Загнітко. Державна мова в інформаційно-медійному просторі: загрози й виклики // «Часопис Донеччина», 2016. № 8, 4 бер. – С. 5.

8. Зоц І. Донбасія. Київ : Ярославів Вал, 2021. – 252 с.

9. Усна історія російсько-української війни (2014–2015 роки) / за ред. В. Мороко. Київ : К.І.С., 2015. Вип. 1. 176 с., URL: <http://www.memory.gov.ua/sites/default/files/verstkalow.pdf>10.02. 2017). (дата звернення: 10.02.2022).

10.Дзюба І.М. Донбас – край українського слова // Уроки правди і добра: поезія і проза // Упорядник та автор біографічних нарисів В.Оліфіренко. Передмова І.Дзюби – Д.: Донбас, 2001. – С. 37.

11.Короненко С. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100010710156666>.

12.Кобинець А. В. Газета – соціотворча структура й підприємство: навч. посіб. Запоріжжя : КПУ, 2011. – 264 с.

13. Сидоренко Н. М. Українська преса як фактор формування національної свідомості (XIX – поч. XX ст.) // Журналістика : Преса, телебачення, радіо. 1992. Вип. 24. С. 3 – 12.

14. Тарасенко Н. Ситуація на Донбасі у дискурсі українських ЗМІ. 2015, № 21. С. 72 – 81. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr21.pdf> . (дата звернення: 1.02.2017).

15. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій // Інститут журналістики, Київ, 2011. 9 с. URL: [http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky\\_do\\_metodologiyi.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf) (дата звернення 20.12.2022).

Надійшла до редакції 24.01.2023

## JOURNALISM / PUBLICISM

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.4>

UDC 007:82-92(049.2)

# Contemporary Artistic Journalism. Article-Discussion

**Vitalii Kornieiev**

<https://orcid.org/0000-0001-5749-1443>

*Deputy Director for Educational Work, D.Sci (Social Communications)  
Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of  
Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address [vmkorn@knu.ua](mailto:vmkorn@knu.ua)*

**Nataliia Zhelikhovska**

<https://orcid.org/0000-0002-0093-9507>

*Ph.D., Associate Professor, Head of the History of Journalism Department, Educational and  
Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address [zhelikhovska@knu.ua](mailto:zhelikhovska@knu.ua)*

## ABSTRACT

The article formulates understanding of the modern artistic journalism in the context of understanding it as an element of professional training. The authors present the material in the form of a discussion, while the arguments and the counterarguments cover the key principles of current understanding of journalism in the modern information flow, taking into account a growing share of social media in the life of the society.

The result of the discussion was formation of a scientific problem of the modern interpretation of artistic journalism in the system of media activities and in the field of content of professional media education. The key conclusion of the discussion was actualization of the need to rethink the artistic journalism as a model of reflecting the reality in the new information realities.

**KEYWORDS:** artistic journalism; fact; image; information needs of society.



УДК 007:82-92(049.2)

## Сучасна художня публіцистика. Стаття-дискусія

*Корнєєв Віталій Михайлович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, заступник директора з навчально-виховної роботи, доктор наук із соціальних комунікацій, <https://orcid.org/0000-0001-5749-1443>*

*Желіховська Наталія Степанівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, завідувач кафедри історії журналістики, кандидат наук із соціальних комунікацій, <https://orcid.org/0000-0002-0093-9507>*

### Резюме

У статті сформульовано розуміння сучасної художньої публіцистики в контексті розуміння її як елементу фахової підготовки. Автори подають матеріал у формі дискусії, при цьому аргументи та контраргументи охоплюють ключові засади актуального розуміння публіцистики в сучасному інформаційному потоці, з урахуванням зростання частки соціальних медій в житті соціуму.

Результатом дискусії стало формування наукової проблеми сучасного тлумачення художньої публіцистики у системі медіадіяльності та в площині змісту фахової медійної освіти. Ключовим підсумком дискусії стала актуалізація потреби переосмислення художньої публіцистики як моделі відображення дійсності у нових інформаційних реаліях.

**Ключові слова:** художня публіцистика; факт; образ; інформаційні потреби суспільства.

### Вступ

Поява нового Стандарту підготовки бакалаврів журналістики кілька років тому стала тим рушієм, що зумовив значні зміни у структурі підготовки здобувачів освіти: з'явилися комплексні дисципліни, які складаються з чималої кількості модулів, зросли вимоги до системності та гармонічності планування освітнього процесу, загалом, змінилася не лише структура і методологія, змінилася філософія підготовки медійника. Поряд з тим, в Україні значною мірою посилилась увага до соціальних медіа, які сьогодні стали не просто фактом нашого інформаційного простору – а чинником соціальних процесів. У підсумку, маємо проблему в розумінні типології інформації, якій надає перевагу людина, за цим стоїть не тільки фактологічна картина світу, а й модель мислення та реагування на соціальні виклики. Відтак, виникає питання переосмислення ролі і місця традиційних для журналістикознавства моделей формування світогляду засобами масової інформації. Закономірно, це питання поширюється і на зміст підготовки студентів, які вже сьогодні визначають обриси медіадіяльності, працюючи в медіа ще під час навчання, а головне – будуть визначати завтра.

Ідея статті-дискусії народилася саме ... з дискусії. Зрозуміло, що кожен автор мав чимало аргументів і контраргументів, але вмістити їх усі в статтю – неможливо. Ми свідомі того, що деякі з цих аргументів виглядають доволі провокативно, але тут ми виходили з розуміння того, що не можна в цілому побачити проблему, якщо не виявити її крайні критичні прояви. У цій дискусії ми також не торкалися суміжних, але від того не

менш важливих областей проблеми, зокрема економічних, дидактичних, методологічних основ зіставлення публіцистики і «швидких текстів», уважаючи за потрібне, передусім, розпочати дискусію, яка звісно не обмежиться короткою статтею в науковому журналі.

***Корнєєв. Художня публіцистика сьогодні не актуальна і своє відживає.***

Сучасні соціологічні дослідження показують, що значна, можна сказати – переважна – частина аудиторії віддає свій час та увагу соціальним медіа. Вони неоднорідні, не мають вираженої жанрової системи, принаймні в осягненні науковців, які аналізують медіа-систему, але при тому мають виразну тенденцію до осягнення дійсності через принципи для жанрових груп підходи – інформаційність, аналітичність, почасти образність. Суто теоретично, ми можемо співвіднести медійні прояви соціальних мереж і жанрові групи, водночас, це, мабуть, не так важливо для функціонування соціальних медіа, радше – для формування уявлень про тренди в системі медійних досліджень.

Ці спостереження, хай і не вповні системні, виявляють кілька загальних явищ, які визначатимуть зміст наступних етапів розвитку медіасистеми. Ключові, як на нашу думку, такі: пришвидшення ритму інформаційного споживання, увага до форм, що економлять час, при тому дають можливість осягнути реальність у достатньому для її оцінки і прийняття рішень форматі. Сучасний тренд розвитку медійних форм, заснованих на споживанні відеоконтенту серед молоді, є чудовим свідченням саме таких тенденцій. Інтенсифікація інформаційних потоків змушує реагувати швидко, сприймати більше, реагувати оперативно. Соціальні медіа в цій ситуації мають ще одну цікаву особливість – оприлюднена інформація практично миттєво набуває соціального контексту, в якому проявляються нові факти, деталі, погляди та оцінки, не мінаючи при цьому і певного хейту теми та її позиціонування в ідеологічних смислових контекстах.

Ці тенденції говорять про те, що художня публіцистика як результат методу системного і ретельного осягнення реальності, відображення її в формах і проявах великих (текстово) жанрів – втрачає позиції популярності, втрачає доречність в стрімкому інформаційному потоці. Не відкидаємо значимість окремих знакових текстів, які й сьогодні можуть акумулювати і втримувати увагу соціуму протягом значного часу, але говорити про художню публіцистику як значимий потенціал в проєкції навіть недалекого майбутнього – певно зайве. Радше варто передбачити зміну назви, нову формалізацію жанрової моделі, нові назви і форми. Спосіб пізнання дійсності, властивий художній публіцистиці – не зникає, він отримує нові прояви, які диктує час та які детермінуються навіть не новою інформаційною реальністю, а науково-технічним розвитком та поширенням засобів медіатизації, включно з доступністю технологій та виникненням мережевих проєктів.

Ще один аргумент на користь занепаду художньої публіцистики, принаймні у її традиційному розумінні – процеси медіатизації, які приводять до появи значного числа медіасуб'єктів, а це веде до значного розширення кількості авторів, думка яких стає важливою для окремих груп чи й соціуму загалом. Ще 20-30 років тому ми мали максимум кількадесят лідерів соціальних ідей того чи того характеру, які виявляли та просували ці ідеї в медіапросторі, при тому мали певний формалізований статус (журналісти, письменники, політики, громадські діячі тощо) та більшою чи меншою мірою – навички медіатворення в регламентованій (часто – жорстко) системі поширення соціально-значимої інформації (ЗМІ). Натомість нині маємо зовсім іншу картину: кількість таких суб'єктів медійної діяльності вибухово зростає, формалізації статусу (з огляду на соціальні медіа як джерело медіатизації) такі суб'єкти не потребують, значимість їх соціальних контекстів буває різною, але цих контекстів стає відчутно більше в медійному просторі. Наслідком цих процесів бачимо втрату соціальної значимості художньої публіцистики як способу формування та корекції соціальних змін. Адже художня публіцистика передбачає осмислення, а нині у щільному інформаційному потоці існують численні соціально значимі

тексти – їх навіть прочитати не встигаєш, що не відкидає потреби замислитися принаймні над деякими.

Тому висновок однозначний – художня публіцистика стає історичним явищем, вивчення якого можливе і потрібне, але в нинішніх умовах – більше як форми відображення реальності в медіатекстах.

***Желіховська. Ніщо не зупинить ідею, час якої настав.***

«Художня публіцистика» – поняття надзвичайно популярне, широкоживане й водночас дещо загадкове, навіть архаїчне, яке давно потребує трансформації. Певним чином тому, що з'ясувати чіткі критерії визначення художньої публіцистики досить складно. Це поняття описують по-різному: тип творчості, рід літературної діяльності, вид соціально-політичної прози... В. Здоровега [1, с. 219] такий масив текстів пропонує зараховувати не до публіцистики, а до публіцистичного стилю, який може бути притаманним як літературі, образотворчому мистецтву, так і журналістським матеріалам, де є суспільно значима проблематика, образність, авторська позиція. На думку В. Здоровеги, доцільно розрізнити публіцистику у широкому і вузькому, професійно-журналістському значенні слова. Публіцистика в широкому значенні слова охоплює всі публічні виступи на актуальні суспільно-політичні теми.

Публіцистика у професійно-журналістському значенні слова – це твори, в яких на основі своєрідного поєднання логічно-абстрактного і конкретно-образного мислення, оперативно досліджуються й узагальнюються з позиції загальнолюдських цінностей актуальні факти та явища з метою впливу на суспільну свідомість і соціальну практику. Йдеться про конкретні твори, які визначаються не за окремими ознаками, а за їх сукупністю:

- Суспільна значимість на рівні проблематики.
- Практична цілеспрямованість на рівні ідеї, узагальнюючого висновку.
- Документальна точність на рівні фактів і явищ.
- Доступність для масової аудиторії на рівні образності тексту.

У фокусі публіцистичного дослідження – соціальні стосунки між людьми, соціальний аспект будь-якого явища суспільного життя. Суспільна дійсність, у контексті якої розглядаються людські стосунки, охоплює всі сфери суспільного життя – політику, економіку, мистецтво, освіту, науку, релігію, спорт та ін.

Означення «художня» дещо спрощує публіцистику (якщо ми розглядаємо її у професійно-журналістському значенні слова), ніби знімає з неї відповідальність за точність, достовірність, об'єктивність – все те, за що ми так цінуємо журналістику.

Найвідоміших і найталановитіших журналістів, справжніх майстрів-професіоналів своєї справи неодмінно називають публіцистами тоді, коли завдяки досвіду і майстерності, вони починають не лише повідомляти про події або їх аналізувати, а й пояснювати доступною мовою, прогнозувати, проводити паралелі, висловлювати власну думку і позицію, узагальнювати, пропонувати ідею, спрямовану на покращення життя суспільства. Думку публіциста дізнаватися цікаво не лише тому, що вона експертна, а й тому, що донесена легко, в образній формі.

Наприклад, спираючись на відому публіцистичну працю «британського Вольтера» Семюела Джонсона «Патріот», де три століття тому описані типи: «обережний патріот», «байдужий патріот», «патріот-базікало», «своєкорисливий патріот», – С. Рахманін [2] проводить паралелі з сучасними реаліями і майстерно передає зміст за допомогою метафор, використовуючи факти й описуючи явища українського політикуму. Доступність авторського бачення для широкої аудиторії забезпечується використанням яскравих образів: «Як “Таврія” біля Верховної Ради», «Як вегетаріанець на корпоративі у канибалів» [Рахманін, 2009]. Патріотизм «як прихисток» може набувати різноманітних форм: «поношений домашній халат, у якому конфузно вийти на люди», «узятий напрокат смокінг,

який надівають від випадку до випадку», «священна риза, гвардійський мундир, дороге серцю вбрання», «затишний повсякденний одяг» [2]. В. Здоровега [3, с. 235] називає таку образність публіцистичною (більш лаконічною та конкретною) на відміну від художньої образності у літературі.

Аналіз наукових розробок українських учених дозволяє зробити висновок, що термін «художня публіцистика» має конотацію «радянська» або «російська» упродовж тривалого часу. У період «Перебудови» (1985–1990 рр.) В. Здоровега [3] критично аналізує такі вади радянської художньої публіцистики як ілюстративність, поверхова описовість, пишномовне пустослів'я, нав'язливість та бездоказовість. Про глибоку закономірність таких ознак художньої публіцистики радянського періоду свідчить і той факт, що українські науковці робили спроби відмежуватися від впливу російських стандартів починаючи з 60-х років минулого століття. Під час так званої «відлиги» після сталінського тоталітаризму, українські науковці В. Здоровега [4], Ю. Лазебник [5], Д. Прилюк [6] палко відстоювали право публіцистики бути більше журналістикою, ніж літературою. Представники російського арсеналу науковців запекло тримали оборону традиційного для росіян розуміння публіцистики як літературної напівдокументальної пропаганди, напівправди, яку сьогодні росія використовує у війні як потужну зброю. Рецепт імперської творчості, задіяної у війні, вдало визначила О. Забужко: «Це дуже “літературна” війна. Це здійснена мрія усіх диктаторів, які не стали художниками чи письменниками, такий “інцест” диктатури й мистецтва, синтез Лубянки й Голівуду» [7].

Так історично склалося в російській імперії, продовжилося в радянський період і прийшло до нас у вигляді спадку, якого ми інколи не усвідомлюємо, – так званої художньої публіцистики.

Українські вчені, досліджуючи публіцистику з онтологічної точки зору, наголошували на діалогічній природі цього явища та його ролі в суспільстві не лише впливати на аудиторію, а й артикулювати її запити. Звісно, їхні намагання були марними. В росії не могла прижитися будь яка діалогічна форма взаємодії влади з суспільством.

Термін «художня публіцистика» настільки міцно увійшов у науковий і повсякденний вжиток, що його можна порівняти з пам'ятниками леніну, що стояли в кожному українському місті і селищі до 2014 року. Ми так звикли до існування цих ідолів, що й не думали, як може бути інакше. Публіцистика потребує сучасного прочитання. Публіцистику не варто розглядати як художню чи нехудожню. Вона завжди послуговується образністю у донесенні змісту, але це не перетворює її у художню творчість. Майстерне застосування мовно-стилістичних засобів, техніка творчості – це елементи авторського стилю, які можуть бути винятково індивідуальними. Тому видається закономірним, що таке явище як «художня публіцистика» сьогодні втрачає свою популярність.

Щодо потенціалу самої публіцистики, то він має своє потужне втілення на всіх медіамайданчиках особливо зараз, в умовах війни. Слушною є думка про спрямованість розвитку медіасистеми у бік форм, які економлять час і дають можливість досягнути дійсність у форматі, достатньому для її оцінки і прийняття рішень. У контексті публіцистики можемо розглядати таку малу форму як авторська колонка, яка сьогодні у різних модифікаціях широко представлена у медіа як професійних, так і соціальних. Варто зауважити, що колонки публіцистів (О. Забужко, В. Портникова та ін.) не відрізняються глибиною аналізу і якістю осмислення реальності залежно від місця публікації – у соціальних мережах чи ЗМІ. Сьогодні публіцистика надзвичайно затребувана також у форматі історій – як правило, це проблемні нариси про людей, їхні долі, ситуації та обставини в умовах війни.

Дискусійним видається припущення, що процеси медіатизації, які приводять до появи значного числа медіасуб'єктів і диктують свої вимоги, можуть вплинути на соціальну значимість публіцистики. Публіцистика – унікальний продукт, а отже, не може бути ма-

совим. На зразок якісної преси, масова частка якої не перевищує 10–15% від загального обсягу медіа.

Публіцистичні матеріали, написання яких вимагає від автора неабиякого таланту, професійної підготовки і громадянської мужності, найчастіше зустрічаються на сторінках якісних медіа. Якісна преса, від англійського Quality Press, вживається на означення газет, журналів та інших медіа, як правило, загальнополітичного спрямування, характерною рисою яких є неупереджене, збалансоване, всебічне, максимально вичерпне і точне висвітлення подій і фактів у поєднанні інформаційних та аналітичних жанрів. Для якісних медіа властиві стримане оформлення, дотримання загальноприйнятих в суспільстві й журналістському середовищі етичних норм і почуття суспільної відповідальності, що викликає особливу довіру аудиторії і дає змогу використовувати матеріали цих медіа для підготовки і прийняття важливих рішень у громадсько-політичному житті. Аудиторія якісних медіа інтелектуально орієнтована, освіченіша, а тому і менш численна, ніж популярних медіа. Втім, невелика у порівнянні з іншими виданнями кількість елітних якісних газет компенсується їхнім потужним впливом на світову політику.

Отже, публіцистика, як і якісна преса, має свою аудиторію. Це люди, які мислять стратегічно, розуміють відповідальність за наслідки, готові виділяти час для осмислення проблемного питання. Швидких рецептів, на жаль, не існує. Завжди ті, хто читають книги (у нашому випадку публіцистику), будуть керувати тими, хто дивиться телевізор (споживає швидкий контент).

### ***Корнєєв. Образ – це смерть факту.***

Сучасний обсяг інформації, який породжується величезною кількістю медіатизованих мовників, дає підстави переглянути якісь звичні для нас речі, константи медіадійності. Чи не втратила актуальність теза про книгу і телевізор, особливо, якщо дорівняти останнє до споживання швидкого контенту – більше фактів. Більше ідей, ширший погляд на світ. Власне, погоджуся з виваженістю книги порівняно зі швидким контентом, сама технологія виготовлення і стандарти підготовки – зовсім інші, але при цьому втрачається актуальність, або ж вона стає ширшою і книга стає актуальною в контексті місяців чи років. Не обов'язково художня книга, широке поле нон-фікшну виправдовує тезу актуальності впродовж місяців чи років. Проте розгортання цієї тези веде до актуальності через роки, а це свідчить про образність засвоєного контексту, про його належність сфері чуттєвого, коли оцінюють та яскравість витісняють істинність та злободенність. Зразу акцентую: не завжди, але – часто.

У науковому осмисленні «образ» та «факт» ґрунтується на відчутно різних парадигмах значень та смислів, які народжуються з природи цих явищ. При тому, ми цілком свідомі існування як образів, так і фактів у різних текстових площинах соціального дискурсу: від власне художнього до офіційно-ділового, щоправда кваліфікацій вони теж набувають різних. Виходимо з того, що факт – відображення реальності. Сформоване за допомогою осмислених сигналів від органів чуттів і має він природу матеріальну, тобто пізнається цими органами чуття. Відтак, факт можна побачити, почути, врешті – його можна торкнутися і відчутти фактуру та смак. Натомість образ не потребує чуттєвого пізнання і може виникати у нашій свідомості під впливом декодування змісту і смислу, втіленого у знаковій системі будь-якого штибу і є явищем уявленим, тобто артефактом іншої реальності, яка може існувати (як правило – насправду існує) у свідомості автора.

Тут ще важливо розуміти, що образи та факти не виходять за межі природних констант інформації як явища, а вона – ідеальна за природою і при цьому передається виключно на матеріальних носіях.

Тобто і факти, і образи існують в межах інформаційної реальності у всьому багатстві форм, породжених соціальною дійсністю, і які самі змінюють, оновлюють та породжують нову соціальну дійсність.

Чому ж тоді ми так гостро аргументуємо це співвідношення, стверджуючи образом смерть факту? Можливо проблема в тому, що образ несе в собі естетичний складник, а вдалі образи іноді називають «вічними», адже вони конденсують не тільки смисли, а й відчуття та довершеність, які й виявляють цінність таких образів. Розгортання актуальності книги в тривалий проміжок часу свідчить про те, що її цінність виростає з аксіології, взірцевої довершеності (хай то ідеологія чи стиль. Історична значимість чи етапність у соціальному розвої). Натомість факт не може конкурувати естетично, практично ніколи – у нього інша парадигма значимості, він артикулює наше бачення категорії «тут і зараз» в системі соціального буття. І коли факт набуває образної виразності, художності, коли ці категорії сприяють поширенню факту в соціумі – саме естетичні та аксіологічні складники – факт вмирає, факт стає образом, набуваючи нової цінності і приєднуючи нову парадигму цінності.

Художня публіцистика безумовно оперує фактами, але поряд з достовірністю та точністю – живе образність та естетичність. Там, де інформаційний жанр дозволяє нам вибудувати власну модель реальності (за умови дотримання стандартів та етичних кодексів), публіцистика пропонує готову картину дійсності, в якій ми лише спостерігачі, і яку не можемо змінювати, лише оцінювати і споживати.

Коли ми читаємо книгу замість споживання швидкого контексту – ми витрачаємо час на готову модель реальності. Замість її персонального конструювання у свідомості, відповідно до засвоєних соціальних констант. Причому, тут варто говорити не тільки про публіцистику, журналістські розслідування (результат аналітичного пізнання дійсності) також пропонують нашому внутрішньому «Я» готову картинку. Яку можна споживати і засвоювати. І кожен з більш-менш досвідчених практиків моніторингу медіаландшафтів пригадає ситуацію з фейковими розслідуваннями, які проте були захоплююче резонансними (наприклад, розслідування проти Артура Герасимова, народного депутата від ЄС, або ж розслідування, відоме як «Роттердам+» та інші, які не набули однозначного судового висновку).

Не відкидаючи потреби в художній публіцистиці, все ж ризикну поставити запитання: чи не цінуємо ми обгортку більше, ніж цукерку, коли надаємо переваги об'ємному і тривалому (у часі споживання), яскравому і образному публіцистичному тексту замість стислого новинарного повідомлення, яке спонукає зіставляти і систематизувати, аналізувати і конструювати, тоді як публіцистика вимагає відволікатися на естетичність сприймання, нав'язану нам автором. Згоден – майстерно і переконливо, але все таки. Не відкидаю і того, що художня публіцистика так само змушує зіставляти, систематизувати, дискутувати, але ці всі процеси мають цілком конкретного опонента – автора, зі своїм баченням і тлумаченням реальності, іноді – з її викривленням аж до віртуальної, тобто вигаданої. Чи буде покоління двадцятилітніх витрачати на це час – можливо. Навіть, коли світ перевернеться, поети не вмруть. Але чи є сьогодні явище художньої публіцистики достатньо затребуваним, особливо у покоління молодих – маємо сумнів, адже за самою природою вона, публіцистика, відстає від інформаційного ритму сучасного світу.

Очевидною бачиться побудова нової моделі медіадіяльності, що заснована на такому втіленні фактів дійсності, яке б увібрало все краще від напівпради старого, як пам'ятник Леніну, терміна «художня публіцистика» та не жило осторонь щільного інформаційного потоку сьогодення.

### ***Желіховська. Вічнозелений факт***

Існування такого поняття як «виробництво новин» свідчить про наявність в медіаіндустрії, хоча б мінімальної, але обробки фактів: обрати і виділити частину тексту як цитату, встановити порядок оприлюднення фактів, виокремити з події головне.

Публіцист вдається до значно більшої обробки фактів з метою додати цінності «сирому факту», зокрема й образності для глибшого розуміння його значення. Сам по собі фактаж, доступний для всіх, не несе аудиторії значної цінності. Лише завдяки додатковій інформації, що дає змогу постійно аналізувати події та ситуації, з'являється розуміння факту. Безперечно, факт, який ми розглядаємо як основу публіцистики, не існує сам по собі. Кожен окремих факт перебуває у взаємозв'язках з іншими фактами, які його визначають, обумовлюють, пояснюють. Завдання публіциста – встановити причинно-наслідкові зв'язки виникнення і функціонування фактів і явищ, виявити тенденції розвитку, зробити прогнози найбільш імовірного сценарію розвитку подій. Це потребує неабиякого таланту у поєднанні з аналітичним, логічно-абстрактним і конкретно-образним мисленням, щоб не лише дослідити факт, а й пояснити аудиторії його значення доступною мовою. Для пояснення факту, крім логічних аргументів публіцист застосовує образи, які створюються на основі тих фактів, які вже міцно увійшли в свідомість соціуму і дають змогу спілкуватися й розуміти одне одного. Образна система публіцистики не функціонує самостійно задля естетичного задоволення, а слугує необхідним доповненням для ефективного донесення змісту.

Аналіз фактів, застосування логічних аргументів для доведення тези, образне пояснення змісту й авторське філософське узагальнення вибудовуються у цілісну картину бачення проблемного явища і ситуації. Це бачення може бути дискусійним, адже яскравий публіцистичний матеріал завжди викликає в суспільстві хвилю обговорення. Не йдеться про сенсаційні і маніпулятивні матеріали, які можна вважати публіцистикою настільки, наскільки джинсу – журналістикою. Публіцистика пропонує картину реальності, яка запрошує до діалогу, спонукає замислитися, не нав'язуючи готових рішень. Публіцистика стає в пригоді, коли є потреба розширити власне бачення ситуації, зіставити висновки, порівняти або доповнити розуміння проблеми.

### **У підсумок дискусії**

У цій невеликій дискусії автори представили лише кілька аргументів та контраргументів, напевно їх список у кожного з авторів доходив до десятка. Якщо використати мову юридичних термінів – відбір відбувся за згодою сторін, коли писали про найгостріше. Бачимо, що проблема тут є, і вона потребує дискусії ширшої, можливо – більш концептуальної. Принагідно наголосимо, що автори готові продовжити її з розширеним колом учасників – для цього публікуємо контактні дані в заголовку статті.

Разом з тим маємо констатувати нову наукову проблему, яка корениться у розумінні публіцистичного підходу до відображення дійсності в умовах сучасного інформаційно-комунікаційного контексту. Вже при підготовці до дискусії ми з'ясували, що наукове бачення художньої публіцистики попередніх десятиліть не втратило актуальності, проте – актуальність втратила форма і спродуковані цією формою тлумачення. Проблема сучасного розуміння художньої публіцистики потребує нової формалізації – і на рівні термінології, і на рівні процесуального тлумачення. Наступним важливим аспектом, поміченим нами у ході дискусії, стала зміна характеристик інформаційного потоку, особливостей медіаспоживання та тиску, сказати б, нової інформаційної реальності з домінуванням візуальної форми відображення дійсності. Сконденсованість інформації, щільність смислів та дискретність змісту повідомлення традиційно спонукає шукати механізмів творен-

ня таких повідомлень у процесах аналізу й узагальнення, і йдеться про пошук місця для публіцистичного мислення в сучасному процесі формування повідомлення.

Поняття «художня публіцистика» перебуває сьогодні у процесі трансформації й потребує уважного аналізу ознак і компонентів. Синкретичність публіцистики спонукає розглядати публіцистичне мислення як поєднання художності й аналітичності, логічних понять і конкретних образів.

Однак уже побіжний аналіз показує, що модель творення візуалізованих повідомлень (від мемів до відеоформатів) навпаки передбачає актуалізацію публіцистичного мислення (часто – у формі образного підходу) в діяльності автора, коли образна модель виступає категорією рамки відображення реальності, тим критерієм та форматом, який концентрує увагу аудиторії, дає можливість закласти різномірну систему смислів і оцінок в короткому повідомленні.

Окремо варто винести питання формального (і не тільки) осмислення явища нон-фікшн, яке поєднує і художню публіцистику, і документалістику, а при цьому може мати репортажну форму викладу. Про значимість цього напрямку медіадіяльності саме сьогодні вже чимало написано, але, на нашу думку, явище потребує ширшого теоретичного контексту для системного оцінювання.

Отже, можемо констатувати появу нової наукової проблеми у сучасному дискурсі соціальнокомунікаційних досліджень: художня публіцистика в системі сучасних медій набуває нових втілень на рівні формальному, жанровому, смислового, стає інтеграційною основою для форматів «на межі жанру», використовує нові моделі фокусування уваги аудиторії та передбачає дещо інші способи соціального реагування на творчість публіцистів (наприклад, проекцію соціального реагування в системі соціальних медій). Всі ці аспекти, досліджуватимуться вони чи ні, будуть визначати нашу медійну реальність у найближчі роки, можливо – десятиліття. Тому, як загальний підсумок, відзначимо потребу системного дослідження сучасної публіцистики у соціальнокомунікаційному вимірі, наголосимо, що в такому дослідженні має бути обов'язково розкритим аспект підготовки медійників (адже їх професійне майбутнє саме тут – в новій медійній реальності). Йдеться не стільки про формальний бік справи, як-от визначення чи жанрові особливості: важливо сформувати відповідний тип осмислення та відображення дійсності нових умов інформаційно-комунікаційної діяльності. Тут важливими будуть і приклади, і технології, і підходи, – все те, що визначає яскравість українського інформаційного простору сьогодні.

## References

1. Zdoroveha, V. Y. (2004), *Theory and Methods of Journalistic Creativity: A Textbook*, PAIS, Lviv, 268 p.
2. Rakhmanin, S. (2009), “The last refuge”, *Dzerkalo Tyzhnia [Mirror of a Week]*, № 44, available at: [https://zn.ua/ukr/internal/ostanniy\\_prihistok.html](https://zn.ua/ukr/internal/ostanniy_prihistok.html)
3. Zdoroveha, V. Y. (1988), *Understanding the Present Day*, Dnipro, Kyiv, 263 p.
4. Zdoroveha, V. Y. (1969), *In the Publicist's Workshop. The Problems of Theory and Psychology of Journalistic Skills*, Vydavnychiy tsentr LNU im. Ivana Franka, Lviv, 180 p.
5. Lazebnyk, Yu. A. (1971), *Journalism in Literature. Literary and Critical Research*, Radianskyi pysmennyk, Kyiv, 320 p.
6. Pryliuk, D. M. (1973), “Journalistic creativity as a cognitive activity”, *Filosofska Dumka [Philosophical Thought]*, № 2, pp. 47–55.
7. Orel, M. (2015), “Oksana Zabuzhko: My life is what I made it for myself”, *Ukraina Moloda [Young Ukraine]*, № 121, available at: <http://umoloda.kiev.ua/number/2708/169/94849/>.



## Список літератури

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС. 2004. 268 с.
2. Рахманін С. Останній прихисток // Дзеркало тижня. Україна. 2009. №44, 3 вересня. URL: [https://zn.ua/ukr/internal/ostanniy\\_prihistok.html](https://zn.ua/ukr/internal/ostanniy_prihistok.html)
3. Здоровега В. Й. Збагнути день суший. Київ : Дніпро, 1988. 263 с.
4. Здоровега В. Й. У майстерні публіциста. Проблеми теорії, психології публіцистичної майстерності. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 1969, 180 с.
5. Лазебник Ю. А. Публіцистика в літературі. Літературно-критичне дослідження. Київ : Радянський письменник, 1971. 320 с.
6. Прилок Д. М. Публіцистична творчість як пізнавальна діяльність // Філософська думка. 1973. № 2. С. 47–55.
7. Орел М. Оксана Забужко: Моє життя таке, яким я його собі зробила. // Україна молода, № 121, 16 вересня 2015. URL: <http://umoloda.kiev.ua/number/2708/169/94849/>.

Надійшла до редакції 23.04.2023

## HISTORY OF JOURNALISM

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.5>

UDC 82(091):070.487(479.24)

# Socio-Political and Cultural Environment of Azerbaijan Press in the End of XIX – the Beginning of XX Century

Vazifa Ibrahimli

<https://orcid.org/0000-0001-8281-7716>  
Doctoral Student of Baku State University  
23, Z.Khalilov Str., 1148, Azerbaijan

Corresponding author's e-mail address: [i.vazifa@gmail.com](mailto:i.vazifa@gmail.com)

## ABSTRACT

The article discusses the historical conditions for formation of the Azerbaijan press, which conveyed to the people the socio-political problems of the Caucasus and the East, emanating from religious fanaticism, alienation of the Muslim society from science and education, lawlessness, caused by ignorance. The research method was historical one aimed at studying the specific circumstances of formation of conditions for printing the Azerbaijan press. In particular, these processes that took place in the society in the last decades of the 19th century were the unchanging model of tough imperial policy, and the mass illiteracy of the people. The issues of need to create the pro-gymnasiums for the Muslim community and the efforts of our intelligentsia to conduct the classes in their native language in the schools were touched in the newspapers. Jalil Mamedguluzadeh, the magazine editor was convinced that the magazine «Molla Nasreddin» was created by «nature and time itself» that showed the determining role of the social, political and cultural environment in creation of the Azerbaijan press. The main goal of the press at that time was to appeal to every representative of the Azerbaijan people to find the reserves that were hidden in the public consciousness, related to the real world, but that were not realized.

During that specified period, the Azerbaijanis did not have any national school, national organization, or even an ordinary charitable society in the region. However, other nations had daily newspapers, weekly magazines, national secondary schools, charitable societies, banks, various scientific and public publications in their native languages. That was the situation of the Turko-Muslim population in the Caucasus. Therefore it was unthinkable for the society in that situation to have any goals related to national development.

**KEYWORDS:** social and political environment; the Azerbaijan press; the magazine «Molla Nasreddin».

УДК 82(091):070.487(479.24)

## Суспільно-політичне і культурне середовище азербайджанської преси кінця XIX – початку XX ст.

*Ібрагімі Вазіфа Халифа, Бакинський державний університет, докторант, <https://orcid.org/0000-0001-8281-7716>.*

### Резюме

У статті розглянуто історичні умови формування азербайджанської преси, яка доносила до народу суспільно-політичні проблеми Кавказу та Сходу, що походять від релігійного фанатизму, відчуженості мусульманського суспільства від науки та освіти, беззаконня, спричиненого невіглаством. Методами дослідження стали історичний: вивчення конкретних обставин формування умов видання азербайджанської преси. Зокрема це процеси, що відбувалися в суспільстві в останні десятиліття XIX століття – незмінна модель жорсткої імперської політики, масова неграмотність народу. В газетах підіймалися питання необхідності створення для мусульманської громади прогімназій, зусиль нашої інтелігенції щодо проведення у школах занять рідною мовою. Головною метою тогочасної преси було звернення до кожного представника народу щодо пошуку резервів, які приховані у суспільній свідомості, пов'язані з реальним світом, проте не реалізовані. У зазначений період у регіоні азербайджанці не мали жодної національної школи, національної організації і навіть звичайного благодійного товариства. Проте інші народи мали щоденні газети, щотижневі журнали, середні національні школи, благодійні товариства, банки, різні наукові та громадські видання рідними мовами. Таким було становище тюркомусульманського населення на Кавказі, тому в суспільстві у цій ситуації немислимо було мати якісь цілі, пов'язані з національним розвитком. Думка редактора журналу Джаліла Мамедгулузаде про те, що журнал «Молла Насреддін» був створений «самою природою та часом», показує визначальну роль соціального, політичного і культурного середовища у створенні азербайджанської преси.

**Ключові слова:** суспільно-політичне середовище; азербайджанська преса; журнал «Молла Насреддін».

### 1. Вступ

Наприкінці XIX – на початку XX століття царська Росія відставала від Європи та Америки у плані модернізації, що можна пояснити як територіальним розміром імперії, запізнілістю зі скасуванням кріпосного права, так і недоліками колоніальної політики в цілому. Коли царська Росія взяла за основу стратегію розвитку Європи, процес її пристосування до вимог часу у військовій, соціальній, економічній і культурній сферах прискорився. Спочатку зазначені процеси почалися у самій Росії. Зрозуміло, що процес адаптації соціально-політичної, культурної та освітньої системи цього неоднорідного суспільства, що складається з різних релігійних та етнічних груп, до нових потреб часу не міг розвиватися однаково.

В. Ключевський писав про це так: «немає іншої події у всій нашій історії, такої важливої, як визволення селян... Пройдуть століття, але важко буде побачити іншу громадську подію, яка вплине на всі сфери нашого життя» [Ключевський, 1958, с. 268]. Скасування кріпацтва спричинило перехід від однієї суспільної формації до іншої, тобто від феодалізму до капіталізму. Реформи, проведені за Олександра II, не змогли врятувати імперію від страйків та революційних виступів. Історики пострадянського періоду не оцінюють діяльність Олександра II ні як реформізм, ні як лібералізм. Діяльність Олександра II як основоположника епохи великих реформ сьогодні викликає розбіжності між старим і новим поколінням істориків. Еволюціонізм, який був основною лінією у підходах імператора, виявлявся також у політичній волі.

Щодо економічного та технологічного розвитку країн світу, особливо європейських, Російська імперія знаходилася далеко позаду. Загалом у той період у прогресі країн світу спостерігалася нерівність. У Європі та Америці добігав кінця етап «первинної модернізації (перехід від традиційного аграрного суспільства до індустріального суспільства з ринковою економікою)» [Побережников, 2002, с. 146]. Як продовження цього процесу – розвиток промисловості, урбанізація, збільшення обсягів виробництва, перехід до багатопартійності – свідчили про серйозну зміну світоустрою.

*Мета дослідження* – з'ясувати вплив суспільно-політичних та культурних чинників на функціонування азербайджанської преси кінця XIX – початку XX ст. У статті проаналізовано питання соціально-політичного та духовного середовища, в якому створювався перший сатиричний журнал Сходу, розглядається сучасна тогочасному процесу суспільно-політична ситуація наприкінці XIX – початку XX століття, умови адаптації мусульманського населення Кавказу до нового світу, проблеми безграмотності, що породжують невігластво та фанатизм. Як джерела дослідження залучено зміст номерів журналу «Молла Насреддін», теоретичні розробки проблематики низки азербайджанських дослідників.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Оцінюючи суспільно-політичні процеси, які підготували «період практичного руху» на початку XX століття, необхідно враховувати особливості соціально-економічного та духовного розвитку регіону в останній чверті XIX століття. Азербайджан, який увійшов до складу Російської імперії за Гюлістанським (1813) і Туркманчайським (1828) договорами, на довгі роки став місцем докладання колоніальної політики імперії у віддалених районах. Висновок Гасан-бека Зардабі про те, що «Східне Закавказзя було ніби забуте... Населення Східного Закавказзя, що в основному складалося з мусульман, вважалося нецивілізованим і байдужим до впливу цивілізації» [Süleymanova, 1999, с.24], висловлював ставлення уряду царської Росії до далеких куточків імперії дуже простою і ясною мовою.

Проведені наприкінці XIX ст. реформи, розвиток нафтової промисловості, скасування кріпосного права, поява національної буржуазії створили можливість нових пріоритетів. Дослідники зазначають, що «наприкінці XIX століття одним із основних напрямів економічного розвитку Азербайджану було освоєння товарних напрямів тваринництва, а також гірничодобувної та переробної промисловості для задоволення потреб російських ринків... Проте Азербайджан не залишився сировинним придатком до царської Росії загалом. В економічному розвитку Азербайджану стали виявлятися риси капіталізму» [Süleymanova, 1999, с. 17]. У цей період розвиваються нафтова промисловість, йде будівництво Закавказької залізниці, відбулося відкриття Горійської учительської семінарії, активізувалася діяльність перших жіночих шкіл, відкритих товариством «Свята Ніна» у Шамаху, Шуші, Гянджі, крім того, створення у 1896 р. коштом Г.В. З. Тагієва нової школи для дівчаток-мусульманок стала для Азербайджану новим етапом розвитку.

Було проведено багато досліджень діяльності та культурно-духовного середовища азербайджанської преси тогочасного періоду, зокрема журналу «Молла Насреддін», який

видавався на початку минулого століття. А. Шариф [Əziz Şərif, 1946], М. Джафар, А. Мірахмедов [Azərbaycan tarixi, 2008], Ю. Гараєв, І. Агаєв [Ağayev, 1976], Т. Гасанзаде [Həsəv2 Axundov, 1959], Іса Габіббейлі [Həbibbəyli, 1997], С. Сулейманова [Süleymanova, 1999], Гусейн Байкара [Baykara, 2021], Джалал Гасимов [Qasimov, 2022], Уас [Uas, 2022, 2004] та інші дослідники зробили серйозний внесок в аналіз як суспільно-історичного середовища становлення та формування журналу, так і його змісту. Розглянуто багато аспектів діяльності та тематичних напрямів журналу, склад авторів, ідейно-політичні та соціальні мотиви у творчості головного редактора Джаліла Мамедкулізаде тощо. Все це є серйозним джерелом для подальших розробок із зазначеної теми. Водночас в умовах сучасних комунікацій, ідейною основою яких є найчастіше сумнівні ідеали, які відводять на другий план національно-моральні цінності та ускладнюють можливості формування самобутньої ідентичності, питання впливу суспільно-політичного та духовного середовища на діяльність журналістів і сьогодні є досить актуальними.

### 3. Методи дослідження

Методами дослідження стали історичний: вивчення обставин формування та видання азербайджанської преси, а також метод вивчення документальних джерел – преси періоду кінець XIX – початок XX ст. (зокрема журналу «Молла Насреддін», газет «Екінчі», «Дршад» тощо), а також наукових праць, присвячених суспільно-політичному становищу в тогочасному Азербайджані.

### 4. Результати й обговорення

Перші кроки в галузі освіти Азербайджану проявилися у 30-40-х роках XIX століття з відкриттям шкіл у різних регіонах – Баку, Гянджі, Шуші, Нахчівані, Шемаху. Наприкінці XIX століття відкриття жіночих шкіл поза центром (Гянджа, Агдаш, Газах, Гейчай, Карягін) було одним з важливих кроків у справі навчання дітей і виховання дівчаток. Безперечно, у цьому напрямі велика заслуга С.М. Ганізаде та Г. Махмудбекова [Vəliyev, 2009], які у 1887 р. відкрили російсько-татарські школи, і особливо слід відзначити як досягнення викладання уроків російською та азербайджанською мовами. Все це вважається серйозним досягненням на той час. Гусейн Байкара, який перебував у вигнанні в Туреччині, відомий своїми передовими поглядами про необхідність досягнення національної незалежності Азербайджану, писав про школи, які діяли в Азербайджані наприкінці XIX століття: «... після 1880 року багато шкіл називалися «російсько-татарськими школами». Роль цих шкіл у науковому житті Азербайджану не можна заперечувати. Однак з часом, коли він побачив, що царська адміністрація проводить політику русифікації в народних школах, він став холодніше ставитися до цих шкіл» [Baykara, 2021, с. 67].

Наприкінці XIX століття азербайджанська інтелігенція своїми заходами щодо освіти людей та залучення їх у процес культурного та соціального прогресу привернула увагу громадськості до цієї теми. У 1894 році Наріман Наріманов, який викладав у Бакинській прогімназії, зміг відкрити загальнодоступну читальню, головною метою якої було зацікавити нове покоління в навчанні та сформувати у них потяг до нових і прогресивних ідей [Nərimanov, 1987]. Водночас місцеві представники імперії не довіряли навіть інтелігенції з народу, і після відкриття читальню Н. Наріманова у лютому 1896 р. «переведено з дозволу губернатора на інше місце – до будинку поряд з будинком кравця мільйонера Лалаєва-Айдиняна, поряд з садом імені Карла Маркса» [Nərimanov, 1987, с. 28]. Про Лалаєва, ім'я якого згадується в цьому джерелі, відомо з твору Мир Мохсун Навваба «Вірмено-мусульманська суперечка у 1905-1906 рр.» [Nəvvab, 2020], що «під час бакинських подій він зібрав навколо себе групу вірмен і вбивав беззбройних мусульман» [Nəvvab, 2020, с. 29]. Повна недовіра царату до турецько-мусульманської ідентичності на Кавказі і

той факт, що прогресивні громадські діячі перебували під негласним наглядом вірмен, подібних до Дарзі Айдиняна, було частиною колоніальної політики імперії. Однак боротьба нашої інтелігенції по всьому Азербайджану – тобто в Баку, Нахчівані, Шуші, Нусі, Лянкярані, Гянджі тощо окупилася сторицею. Відкриття шкіл нового типу служило як інтересам переслідуваних колоніальною політикою царату, так і завданням виховання нового молодого покоління, щоб воно цікавилось також і світськими науками у процесі релігійної освіти.

Звичайно, імперська політика ґрунтувалася, як і в усіх сферах, на інтересах самої імперії в галузі освіти. Таким чином, одним із найбільш сприятливих напрямів для проведення політики відчуження населення від своєї релігії та традицій, християнізація на територіях, населених нехристиянськими народами Росії, була система освіти. Люди типу К. Победоносцева та Н. Ільмінського та ін. під ім'ям місіонера служили таємним політичним інтересам, спрямованим проти мусульмансько-турецького суспільства. «Царська Росія, яка раніше не приділяла особливої уваги освіті на Кавказі, особливо в Азербайджані, побоюючись, що Азербайджан потрапить під вплив Ірану та Туреччини, мала зробити термінові кроки в цій галузі, які зробила в 1860-1870-х роках, і це була позитивна подія. Але це проводилося у межах політики русифікації. Тобто під прикриттям світських наук викладалася російська культура та література, пропагувалася царська Росія. Всі ці заходи вживалися за рахунок придушення традицій, мови, національної культури, створених та збережених народом протягом багатьох років» [Qasimov, 2022, с. 53-54].

Хоча «1890 року в Азербайджані було дванадцять гімназій та реальних училищ, лише 91 людина з 5700 учнів, які навчалися у цих школах, були азербайджанськими турками. Царська адміністрація всіляко гальмувала розвиток культури азербайджанського народу» [Baykara, 2021, с. 68]. Незважаючи на всі ці труднощі, наприкінці XIX століття діяльність Г.Б. Зардабі, С.А. Шірвані, М.Т. Сідгі, М.М. Навваба, С.М. Ганізаде з народної освіти послужила підмогою новому поколінню у вивченні європейських мов та світських наук на додаток до традиційних арабської та перської мов [Nəvvab, 2020].

Видання газети «Екінчі», яка вперше виходила рідною мовою під редакцією Гасан бека Зардабі, і її заклики, які діячі, що зібралися навколо редактора, хотіли донести до народу, були спрямовані в майбутнє. На початку XX століття наша інтелігенція, це – Ф. Б. Кочарлі, А. Шаїг, Н. Наріманов, Дж. Мамедгулузаде, А. Хагвердієв, У. Гаджибейлі, А. Гусейнзаде, А. Агаоглу та ін. – крім реалізації своєї ролі вчителів, письменників, редакторів та політиків, невпинно працювала для розвитку азербайджанської культури та театру. «З міста Баку питання про цю ініціативу самопожертви дійшло до інших міст Азербайджану та Кавказу, де компактно проживають наші співвітчизники. Серед нашої інтелігенції, що проживає там, прокинувся інтерес і бажання грати в п'єси. Одну за іншою в Тифлісі (спочатку 1873 р., пізніше, починаючи з 1877 р.), Шуші (1874 р.), Губе (1875 р.), Шекі (1879 р.), Єревані (1882 р.), Нахчівані (1883 р.) театролюбна інтелігенція та школи його учнів почав грати п'єси» [Rahimli, 2005, с. 34].

Ці заходи, що становлять важливі сторінки азербайджанської культури та історії театру, закликали всі соціальні верстви народу не приймати беззастережно нововведення, що надаються системою, а займатися справжньою наукою та освітою, брати активну участь у важливих доленосних моментах нації, у вирішенні суспільно-політико-соціальних проблем. Тут висувалися й такі питання, як збереження під час модернізації національної самобутності та народного характеру. Вимоги часу та суперечливі моменти колоніальної політики виявилися насамперед у питаннях шкільної освіти. Геніальний композитор Узеїр Гаджибейлі у своїй статті «Застереження новим вчителям» (газета «Іршад», 13 червня 1908 р.), розповідаючи про відому модель того, з чим і з ким зіткнуться вчителі після закінчення «трьохрічних учительських шкіл» та переходу до роботи віддалених сільських школах, наголошує, що однією з головних перешкод є те, що вчителі не знають рідної

мови: «...у Баку – у деяких національних школах перший рік викладають рідною мовою. Ви не вивчали рідну мову. Ви зрозумієте, що це тюркська мова, і її треба глибоко вивчити» [Насібәулі, 2022].

Автор підкреслює, що «тоді ти теж захочеш вчити турецькою, але, з одного боку, рідної азербайджанської мови не знаєш, а з іншого боку – інспектора боїшся» [Насібәулі, 2022, с. 126]. Ця стаття Узеїрбека Гаджибейлі прояснює реальне становище нових шкіл на початку ХХ століття і те, якій політиці вони служать. У статті також пояснюються причини, через які маси, що живуть у колоніальних умовах, сприймають освіту як відхід від релігії та рідної мови. У суспільстві, де пристав, староста, воєвода, сільський мулла та сотник – всі заодно, заборона ревізора «ви так повинні навчати цих дітей, щоб вони знали російську мову, і говорили нею, як соловей, і не давайте їм говорити жодного слова мусульманською мовою» [Насібәулі, 2022, с. 126]. Це була свідомо політична лінія царату.

На початку ХХ століття в колоніальній політиці царату, що проводилася протягом багатьох років, намітилися ознаки пом'якшення. На Кавказі, який був далекий від центру імперії, але про який завжди пам'ятали через свої географічні та політичні цілі, інтелігенція з тюркомовної громади почала порушувати питання необхідності школи та преси рідною мовою. Це було місцеве відлуння революційних настроїв, що виникли в царській Росії. Навесні та влітку 1905 року, після оголошення низки урядових постанов та розпоряджень про реформу існуючої структури, кампанія написання петицій в Азербайджані розширилася.

«Після приєднання до Російської імперії, в умовах політичного беззаконня та придушення, Азербайджану, як і іншим національним околицям, вперше було надано можливість донести до царської влади свої бажання та побажання» [Azərbaycan tarixi, том 5, 2008, с. 111]. Найбільш помітні реформи були пов'язані з пресою та відкриттям шкіл рідною мовою. Звичайно, між зверненням до Петербурга для відкриття агентства друку та отриманням дозволу від місцевих губернаторів була серйозна різниця у часі та можливостях. Однак плани імперії виявлялися і в питаннях освіти та свободи друку, а також у її політиці щодо мусульмансько-турецької громади.

Проявом справжнього обличчя імперії стало закриття газети «Шарги-Рус», що видавалася Мухаммедагою Шахтактинським, у тому числі газет «Зія» та «Зіяї-Кафгазія», а також газети «Кешкуль», яка починалася як журнал, а з 1884 року видавалася як щоденна газета. Усе це було наслідком колоніальної політики імперії.

Переселення вірмен у ці райони з метою зміцнення їх позицій на Кавказі, закриття всіх засобів масової інформації, на які ставилося пантюркістське та панісламістське тавро, перешкоджання розміщенню в газетах і журналах матеріалів азербайджанською мовою, яка є основною на цій території, було проявом справжнього обличчя царату, основною лінією його політики. Наріман Наріманов наголошував, що «поки народ не усвідомлює себе, він не думає про свої права. Для визнання необхідні також національна мова, національна школа, національна преса та національна література. Для нас їхня поява та розвиток пов'язані зі свободою. Ця свобода, хоч і не повністю, дана з 1905 р.» [Nərimanov, 2004, с. 376]. Цей вислів дуже яскраво виражає реалії того часу. І з 1905 року ця невелика свобода дала поштовх діяльності багатьох нових органів преси. Крім газет «Гуммат», «Хаят», «Іршад», у друкарні «Гейрат», де друкувалася газета «Шарги-Русь», яка була знята з виробництва в Тбілісі, почав видаватися журнал «Молла Насреддін», адресований усім народам Сходу.

Ці газети та журнали пропагували різні суспільно-політичні погляди, але мали єдину лінію. Головною метою було привернути увагу молодого покоління до історії, приреченої на невідомість і забуття, в ім'я народної освіти, збереження рідної мови. Тут могутні цензори і партнери царської колоніальної політики завжди були пильні. Тоді перший сатиричний журнал «Молла Насреддін» писав про реальні події мовою відомого діяча

Сходу Молли Насреддіна. Молла Насреддін був голосом гострого розуму, різкого сміху та істин, що дають поживу для роздумів у всьому тюркомовному співтоваристві. Академік Іса Габіббейлі, який вивчав творчість Джаліла Мамедгулузаде та середовище, що його живить, підкреслював, що «...80-90-ті роки XIX століття – це продовження просвітництва М.Ф. Ахундова, напередодні епохи «Моли Насреддіна» [Həbibbəyli].

Сатиричний журнал «Молла Насреддін» почав виходити з 7 квітня 1906 р. У ньому мовою сатири доносились до народу суспільно-політичні проблеми Кавказу та Сходу, які походять від релігійного фанатизму, відчуженості мусульманського суспільства від науки та освіти, беззаконня, викликаного невіглаством. У журнали торкалися питань необхідності створення для мусульманської громади прогімназій, зусиль нашої інтелігенції щодо проведення у школах занять рідною мовою. Головною метою журналу «Молла Насреддін» було звернення до кожного представника народу, показ через сатиричний сміх (сміх Молли Насреддіна!) резервів, які приховані у суспільній свідомості, пов'язані з реальним світом, проте не реалізовані. Дж. Мамедгулузаде та її однодумці перейняли досвід, зокрема, тбіліської і карабахської літературних середовищ, у результаті і з'явився журнал «Молла Насреддін».

Як відомо, саме у 70-ті роки завершився процес поступового відокремлення літератури від класичних романтичних літературних традицій. У прикладі творчості М.Ф. Ахундова реалізм та просвітництво поєднуються в єдиній лінії. Наприкінці 80-х – початку 90-х років просвітництво стало більше показником роботи, конкретної дії, ніж напрямом теоретичної думки, і охопило всі сфери суспільного життя. Тобто в історії вітчизняної освіти був «період конкретного практичного руху» [Həbibbəyli, 1997, с. 118-119], підсумки якого відобразили у собі досліджуваний історичний період.

## 5. Висновки

У період кінця XIX – початку XX століття діяльність азербайджанської інтелігенції, хоч би як вона пригнічувалася узами імперської політики, приносила свої плоди. В орієнтованій на майбутнє політико-соціокультурній платформі нашої країни, яка проголосила наприкінці XX століття свою національну незалежність, не повинні бути забуті особи, які відіграли важливу роль у розвитку нашої національної історії та культури, і в цьому сенсі зв'язок між поколіннями має бути збережений та оцінений спадщиною, яку вони нам залишили.

Наприкінці XIX століття азербайджанська інтелігенція привертала увагу громадськості до теми освіти, культури, збереження рідної мови.

Закриття царатом усіх засобів масової інформації, на які ставилося пантюркістське та панісламістське тавро, перешкоджання розміщенню в газетах і журналах матеріалів азербайджанською мовою, яка є основною на цій території, було проявом справжнього обличчя імперії, основною лінією її політики.

Одним із найбільш сприятливих напрямів для проведення політики відчуження населення від своєї релігії та традицій, християнізація на територіях, населених нехристиянськими народами Росії, була система освіти.

Але газети «Гуммат», «Хаят», «Іршад» та журнал журнал «Молла Насреддін», які пропагували різні суспільно-політичні погляди, але мали єдину лінію: привернути увагу молодого покоління до історії, народної освіти, збереження рідної мови.

## References

1. History of Azerbaijan in Seven Volumes (1900-1920s) (2008), vol. V, Viaz, Baku, 696 p. (in Azerbaijani)
2. Aziz, Sh. (1968), *Birth of Molla Nasreddin*, Gjandzhlyk, Baku, 360 p. (In Russian)



3. Akhundov, N. (1959), *Publication Date of "Molla Nasreddin" Magazine*, Azernashr, Baku, 250 p. (in Azerbaijani)
4. Agajev, I. (1976), *The Historical Skill of 'Molla Nasreddin'*, Baku, 35 p. (in Azerbaijani)
5. Baikara, H. (2021), *The History of Azerbaijan Independence Struggle*, Printing house Jeko Print, 346 p. (in Azerbaijani)
6. Dzhamalov, K. (2015), *Enlightened Ideas of Molla Nasreddin*, Nauka i Obrazovaniye, Baku, 356 p. (in Azerbaijani)
7. Gasanzade, T. (2006), "Iranian and European authors about J. Mammadguluzade and "Molla Nasreddin" magazine: "Molla Nasreddin" - 100"", *Azərbaycan [Azerbaijan]*, pp. 6. (in Azerbaijani)
8. Hadzhibeili, U. (2022), *Selected Works*, Printing house TEAS Press, Baku, 788 p. (in Azerbaijani)
9. Khabibbeili, I. (1997), *Jalil Mammadguluzade's Environment and Contemporaries*, Azernashr, Baku, 682 p. (in Azerbaijani)
10. Aziz, Sh. (1946), *Molla Nasreddin (J. Mammadguluzade)*, Azernashr, Baku, 56 p. (in Azerbaijani)
11. Gasyimov, Dzh. (2022), *Pain Memory*, "Tekprint", 96 p. (in Azerbaijani)
12. Kljuchevskij, V.O. (1958), *Compositions in Eight Volumes. Course of Russian History*, vol. 5, Moscow, 476 p. (In Russian)
13. Nariman Narimanov (1870-1925). *Chronicle of His Life and Work* (1987), Jazichi, Baku, 389 p. (in Azerbaijani)
14. Narimanov, N. (2004), *Selected Works*, Publishing house "Leader", Baku, 496 p. (in Azerbaijani)
15. Navab Mir, M. (2020), *Armenian-Muslim Conflict in 1905-1906*, Publishing house MUCRÜ, Baku, 172 p. (in Azerbaijani)
16. Ragimli, I. (2005), *History of Azerbaijan Theater*, Chashioglu, Baku, 864 p. (in Azerbaijani)
17. Poberezhnikov, I.V. (2002), "Modernization: theoretical and methodological approaches", in Borodkina, L.I. (Ed.), *[Ekonomicheskaja Istorija. Obozrenije] [Economic History. Overview]*, issue 8, Moscow, pp. 146-168. (In Russian)
18. Sulejmanova, S. (1999), *Social and Political Movement in Azerbaijan (Late 19th Century - Early 20th Century)*, Azerbaijan State Book Chamber, Baku, 422 p. (in Azerbaijani)
19. Zejnalov, N.N. (1973), *Azerbaijan Press History*, part I, AGU, Baku. (in Azerbaijani)
20. Valijev, A. A. (2009), *History of the Press of Azerbaijan (1875-1920)*, Nauka i Obrazovaniye, Baku, 172 p. (in Azerbaijani)

Submitted 17.11.2022

## Список літератури

1. *Azərbaycan tarixi*. Yeddi cildlə. V cild (1900-1920-ci illər) (2008). Bakı: Elm, 696 səh. + 40 səh. İllüstrasiya).
2. Азиз Шариф (1968). *Рождение Молла Насреддина*. Баку: Гянджлик, 360 с. (In Russian)
3. Axundov N. (1959). "Molla Nəsrəddin" jurnalının nəşri tarixi. B.: Azərnəşr. – 250 s.
4. Ağayev İslam (1976). «Molla Nəsrəddin»in tarixi hünəri. Bakı.
5. Baikara Hüseyn (2021). *Azərbaycan istiqlal mübarizəsi tarixi*. Bakı: Jeko Print Çap Evi, 346 s.
6. Camalov Kamal (2015). *Mollanəsrəddinçilərin maarifçilik ideyaları*. Bakı: Elm və təhsil
7. Həsənzadə T. (2006). İran və Avropa müəllifləri C. Məmmədquluzadə və "Molla Nəsrəddin" jurnalı haqqında : "Molla Nəsrəddin" – 100. *Azərbaycan*. - 22 iyul. - S.6.

8. Hacıbəyli Üzeyir (2022). *Seçilmiş əsərləri*. Bakı: TEAS Press Nəşriyyat evi, 788 s.
9. Həbibbəyli İsa (1997). *Cəlil Məmmədquluzadə mühiti və müasirləri*. – Bakı: Azərnəşr, 682 s.
10. Əziz Şərif (1946). *Molla Nəsrəddin (C.Məmmədquluzadə)*. Bakı: Azərnəşr, 56 s.
11. Qasimov Cəlal (2022). *Ağrı yaddaşı*. Bakı: 'Теспринт', 96 s.
12. Ключевский В.О. (1958). *Сочинения*. Т.5. Курс русской истории. Часть 5. М.: 476 с. (In Russian)
13. *Nəriman Nərimanov (1870-1925), həyat və yaradıcılığının salnaməsi* (1987). Bakı: Yazıçı, 389 s.
14. Nərimanov Nəriman (2004). *Seçilmiş əsərləri*. Bakı: Lider nəşriyyat, 496 s.
15. Nəvvab Mir Möhsün (2020). *1905-1906-cı illərdə Erməni-müsəlman davası*. Bakı: MÜCRÜ nəşriyyatı. 172 s.
16. Rəhimli İlham (2005) *Azərbaycan teatr tarixi*. Bakı: Çəşioğlu, 864 s.
17. Побережников И.В. (2002). *Модернизация: теоретико-методологические подходы. Экономическая история. Обзорение*. Под ред. Л.И.Бородкина. Вып. 8. М.: С. 146-168 (Постраничные примечания) (In Russian)
18. Süleymanova S. (1999). *Azərbaycanda ictimai-siyasi hərəkət (XIX yüzilliyin sonu – XX yüzilliyin əvvəlləri)* – Azərbaycan Dövlət Kitab Palatası. Bakı: 422 s.
19. Zeynalov N.N. (1973). *Azərbaycan mətbuat tarixi*. I hissə. Bakı: ADU
20. Vəliyev Akif Abdüləzim oğlu (Aşırılı) (2009). *Azərbaycan mətbuatı tarixi (1875–1920)*, Bakı: Elm və təhsil, 172 s.

Надійшла до редакції 17.11.2022

**HISTORY OF JOURNALISM**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.6>

UDC 070.4"1945/1988"Lavrinenko

**The Topic of “Crimes of the Kremlin” in the Ukrainian Emigration Press (Based on the Materials of Yuriy Lavrinenko in the Newspaper “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News”: Germany, 1945 – USA, 1988)**

**Serhiy Kozak**

*<https://orcid.org/0000-0002-5849-9612>*

*PhD (philol. sci),*

*T.G. Shevchenko Institute of Literature of the National Academy of Sciences of Ukraine,*

*4. St. Mykhailo Hrushevskyyi, Kyiv, 01001, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [detr19411@gmail.com](mailto:detr19411@gmail.com)*

**ABSTRACT**

The name of Yuriy Lavrinenko, the author of the anthology “Shot Renaissance”, is well known outside of Ukraine. And although he is most often associated with the literary studies, his political journalism as the journalist and the writer is no less important, which is especially visible in the example of his cooperation with the newspaper “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News”. Therefore, the main research methodology was the analysis of this newspaper’s publications. The objective of the article is to find out the role and the significance of Yuriy Lavrinenko’s journalistic heritage on the pages of “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News” in the social and political life of the Ukrainian emigration, to determine its problematic and thematic directions, the most important of which is the study of Russia’s crimes against Ukraine, to highlight the truth about which, in particular thanks to his articles, became the mission – the task and the vocation – of the entire post-Soviet emigration after the Second World War. To realize this objective, more than one hundred publications of various genres were processed, their total number (133) was clarified, their bibliographic description was prepared for the first time, the thematic and genre diversity was determined, and finally, Yuriy Lavrinenko’s contribution to the study of materials about the Kremlin crimes in Ukraine was outlined in the columns of the newspaper.

**KEYWORDS:** Yuriy Lavrinenko; “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News”; emigration; literature; newspaper.

## Тема «злочинів Кремля» в пресі української еміграції (за матеріалами Юрія Лавріненка в часописі «Українські вісті»: Німеччина, 1945 – США, 1988)

*Козак Сергій Борисович, Інститут літератури імені Т.Г. Шевченка НАН України, кандидат філологічних наук, <https://orcid.org/0000-0002-5849-9612>*

### Резюме

Ім'я Юрія Лавріненка – автора антології «Розстріляне відродження» – добре відоме поза межами України. І хоча найчастіше його пов'язують з літературознавством, утім не менш важливою є політична публіцистика журналіста і письменника, особливо помітна на прикладі його співпраці з часописом «Українські вісті» (далі – «УВ»). Відтак головним методом дослідження став аналіз публікацій цієї газети. Мета статті – з'ясувати роль і значення публіцистичної спадщини Юрія Лавріненка на сторінках «УВ» у громадсько-політичному житті української еміграції, визначити її проблемно-тематичні напрямки, де одним із найсуттєвіших є вивчення злочинів Росії супроти України, висвітити правду про які, зокрема завдяки його статтям, стало місією – завданням і покликанням – усієї підсоветської еміграції після Другої світової війни. Для реалізації мети було опрацьовано понад сто публікацій різних жанрів, уточнено їх загальну кількість (133), уперше підготовлено їх бібліографічний опис, визначено тематично-жанрову розмаїтість, зрештою, окреслено внесок Юрія Лавріненка на шпальтах часопису у справу вивчення матеріалів про кремлівські злочини в Україні.

**Ключові слова:** Юрій Лавріненко; «Українські вісті»; еміграція; література; часопис.

### 1. Вступ

Ім'я Юрія Лавріненка найчастіше пов'язують із цариною літературознавства. Підстави для цього неабиякі. Адже він автор низки ґрунтовних досліджень про письменників – Павла Тичину, Миколу Хвильового, Василя Еллана-Блакитного, Івана Багряного, сотень статей на інші літературні теми, та насамперед відомий як упорядник антології «Розстріляне відродження» (1959). Значення цього видання й нині важко переоцінити, адже свого часу воно стало чи не першим кроком на шляху правди про репресії московського режиму супроти української інтелігенції.

Нагадаю, що, за визначенням упорядника, до цього збірника, який побачив світ за сприяння польського еміграційного видавництва «Культура», увійшов матеріал українських письменників, надрукований (або ж тільки написаний) у період 1917–1933 рр. і який «після 1933 року був заборонений і нищений наслідком нового курсу Москви на розгром і колоніальну провінціалізацію України» [1, с. 9]. Згодом ця книжка стала потужним під-

рунтам до створення цілого ареалу розвідок, що вийшли друком у незалежній Україні, а ще сприяла виникненню дослідницького руху, спрямованого на реабілітацію постатей «розстріляного відродження».

Існує низка досліджень науковців, які зробили свій внесок у вивчення літературної творчості Ю. Лавріненка [2]. Утім не лише літературознавчою зорею яснів талант цього автора. Не менш важливою є його політична публіцистика, особливо помітна на прикладі співпраці журналіста і письменника з часописом «УВ».

## 2. Теоретичне підґрунтя

Творче життя Юрія Лавріненка дуже тісно пов'язане з біографією саме цього часопису. На сторінках «УВ» ім'я публіциста з'являється щонайменше у трьох ролях: як автора численних публікацій різних жанрів, як чільного представника УРДП<sup>21</sup> і як головного редактора цього легендарного видання. На жаль, вагома частина його публіцистики, що видрукувана в часописі «УВ», досі не опублікована в Україні й дотепер залишалася майже недослідженою. Насамперед це можна пояснити малодоступністю примірників еміграційної газети в Україні. Отже, нині, на наш погляд, постає питання видання статей цього автора окремою книжкою. Цю потребу також актуалізує війна Росії в Україні, висунувши на перший план такі проблеми, як український спротив ворогові, зростання національної свідомості, самоідентифікації українців взагалі, а в чужому середовищі зокрема.

Мета цього дослідження – з'ясувати роль і значення публіцистичної спадщини Юрія Лавріненка на шпальтах «УВ» у громадсько-політичному житті української еміграції, визначити її проблемно-тематичні напрямки, де одним із найголовніших є вивчення злочинів Росії супроти України, вістити правду про які, зосібна завдяки статтям Юрія Лавріненка, стало місією – завданням і покликанням – усієї підсоветської еміграції після Другої світової війни. Для реалізації мети було опрацьовано понад сто публікацій різних жанрів, уточнено їх загальну кількість (133), уперше підготовлено їх бібліографічний опис, визначено тематично-жанрову розмаїтість, зрештою, окреслено внесок Ю. Лавріненка на сторінках часопису у справу вивчення матеріалів про кремлівські злочини в Україні.

## 3. Методи дослідження

Головний метод дослідження – це аналіз публікацій газети. Завдяки історичному методу отримано можливість вивчати об'єкти у хронологічній послідовності. Таким чином на підставі створеного автором хронологічного покажчика [3] проаналізовано понад сто публіцистичних матеріалів Юрія Лавріненка на шпальтах часопису «УВ» (Німеччина, 1945 – США, 2000). Для теоретичної оцінки значення спадщини журналіста і публіциста використано метод узагальнення.

## 4. Результати й обговорення

Матеріали Юрія Лавріненка побачили світ на сторінках 133-х чисел часопису. Хронологічні межі його творчого доробку такі: перший допис (оповідь про постановку в театрі-студії Й. Гірянця «Сон української ночі») – 9 лютого 1947 р. [4], а останній (про Івана Багряного) – 21 серпня 1983 р. [5].

<sup>21</sup> Українська революційно-демократична партія

Зауважимо, що обидві ці публікації з'явилися не під власним іменем автора (перша підписана криптонімом «Д. Ю.», а друга – псевдонімом «Юрій Дивнич»). Отож варто додати, що список криптонімів і псевдонімів, якими, крім власного імені («Лавріненко») («Лавриненко»), автор підписував свої матеріали в «УВ», значно ширший, бо, крім уже згаданих, як нам вдалося з'ясувати, це ще й такі: Дивнич, Юрій Дивнич, Юрій Гайдар, Ю. Звенигородський, Д. Коларгонєць тощо.

Охоплюючи широкий спектр проблематики, його літературознавчі публікації присвячені, зокрема, таким темам: місія української літератури в еміграції (стаття «На перехресті»); критичний аналіз збірки «Дияболічні параболи» Порфирія Горотака; огляд творчості Юрія Клена (у співавторстві з Іваном Кошелівцем); цикл матеріалів про діяльність Мистецького українського руху (МУР); низка статей про долі літераторів українського відродження, а також публікації, присвячені класикам української літератури.

Серія театрознавчих розвідок Ю. Лавріненка – ще одна вагома тема. Причому це були не поодинокі матеріали, а систематична підтримка автором як театральної теми на шпальтах видання загалом, так і цілих творчих колективів, зосібна театру-студії Йосипа Гірянця, становленням якого письменник і публіцист опікувався, так би мовити, на всьому шляху його існування – спочатку в Австрії, де колектив було створено, потім у Німеччині, куди зі значними труднощами вдалося перебратися, зрештою, в США, куди згодом доля закинула цей театральний гурт – важливий осередок культури в житті закордонних українців.

Так, у доробку Юрія Лавріненка – матеріали різних тем (від літературознавчих публікацій – до театрознавчих досліджень), і кожна з них заслуговує на окрему розвідку, втім, напевне, головний тематичний стрижень його публіцистики – це матеріали, присвячені розв'язанню «українського питання», пошукам шляхів відновлення української державності, вагомій ролі еміграції в цьому процесі, зокрема «східняцької», долям українських письменників доби 1920–1930-х рр., особливостям їхніх біографій, зрештою, реабілітації творів репресованих літераторів завдяки публікаціям у виданнях діаспори, розкриттю правди про жорстокі советські реалії.

Ці реалії Ю. Лавріненко добре знав. Особливо помітним у його публіцистичній спадщині став надрукований на шпальтах «УВ» впродовж 1948 р. цикл «Перед новим етапом?». Прикметно, що розпочато його статтею про нову східноукраїнську еміграцію, її роль і місце в загальній картині української політичної еміграції. Упорядник «Розстріляного відродження», постійний автор і на той час уже головний редактор «УВ» Юрій Лавріненко наголошує, що це були «люди, на долю яких випало пережити і перебороти найтрудніші, які коли-небудь бачив світ, іспити мирного і воєнного часу; люди, які, втікши в Європу, оптом були запродані Ялтинською умовою і в роздріб депортовані на советську ковбасню; люди, які і сьогодні не мають права назвати свого імені і місця свого народження, ані навіть віри своїх батьків...», та водночас саме вони є тим «східним» поповненням української еміграції, «якому прийшла черга сказати слово» [6].

І ця частина еміграції своє слово сказала. Зокрема, вустами тієї творчої інтелігенції, яка «втратила десяти років у советських концтаборах і в'язницях». Ю. Лавріненко вслід за І. Багряним на сторінках часопису актуалізує питання зусиль представників сходу України як важливого складника боротьби всієї повоєнної еміграції. Додамо, що йдеться тут про тип нової еміграції не тільки за хронологічним чинником, а насамперед за сутнісним і змістовим, який не був раніше представлений поза Україною, про тисячі тих, які дивом пережили (а мільйони з їхніх родин ні) голодомори, репресії 1930-х, досвід інших «принад» советського раю, аж поки вир війни не припинив (чи продовжив?!), ці їхні поневіряння.

«Участь «східняків» у політичному житті діаспори» – це на той час було не тільки нове явище в середовищі еміграції, а й нова тема в українській закордонній періодиці, що

викликала на шпальтах газети, крім схвалення, ще й жваву полеміку. Зрештою, й сам Ю. Лавріненко, визнаючи деяку пасивність «східняків» на певному етапі в політичному спектрі життя еміграції, зазначав, що нова еміграція «мусить знайти в собі власні сили, щоб скинути зі своїх плечей тягар страшного досвіду минулих літ». «Нас занадто довго й безперестанно, – продовжував він, – давив прес нечуваного режиму, щоб ми без особливого напруження могли зразу як слід розправити свої крила в цих проклятих умовах цілковитого ялтинського безправ'я і приреченості...» Сподіваючись на розуміння цього якщо не всіма, то принаймні більшістю української еміграції, публіцист нагадує, що еміграція зі сходу «має за собою досить геройські приклади одвертої боротьби проти примусової репатріації за право на власне ім'я і за назву політичного емігранта...» [7, с. 224].

У наступних статтях циклу автор продовжує тему політичної активізації підсоветської еміграції, пояснюючи той «комплекс тоталітарної психіки», жертвою якого тридцять років були представники центру і сходу України, «проти якого змагався в нерівній боротьбі підсоветський українець» і проти якого, зізнається Ю. Лавріненко, він сам «покаявся колись ще перед арештом і засланням боротися все життя – геть аж до перемоги чи загибуну» [8, с. 225].

Відтак, зосереджуючись на проблемі формування політичної думки в колах української еміграції, автор висловлює переконання, що на новому етапі буття вона повинна дати щось «своє», однак «активно формуючи і реалізуючи той досвід, той світ, ту «харківську добу» двадцятих років, добу гасла «вміти думати і почувати», гасла духової дозрілості і самостійності, добу широкої державотворчої практики, добу гасла «геть від Москви», добу, що в чужих рамках «УССР» відважно дерзнула здійснювати заповіді Української Національної Революції 1917 року, що готувала під обстрілом НКВД велике відродження культури і людини» [9].

Заглиблюючись в аналіз «Харківської доби (1921–1930 рр.)», Ю. Лавріненко зазначає: «Це був блискучий період своєрідної контратаки українського світу проти окупанта, на чолі якої стояли кращі люди українського культурного світу і яка вийшла поза межі культурного процесу...» [10, с. 226]. Відомо, що все це було зупинено цілеспрямованим московським терором, який публіцист називає «сталінським контрнаступом». За його словами, це був найбільший терор, який «коли-небудь бачила історія людства, терор голодом, зброєю, тюрмою, моральним нищенням. Мільйони трупів, десятки мільйонів в'язнів, загальний страх». Це головна, на думку Ю. Лавріненка, причина, чому підсоветський українець перейшов у стан «пасивної людини», коли вже не йшлося про бодай якусь «суспільне оформлення чи документацію власної політичної думки» [11].

Ось чому з особливим зацікавленням Юрій Лавріненко знайомить читачів із такими «суспільними оформленнями», що виникли в середовищі українців вже на еміграції, а найдетальніше з одним із них – Українською революційно-демократичною партією (УРДП), яку було створено наприкінці 1945 р. і яка має найбезпосередніше відношення до історії «УВ». Варто наголосити, що публіцист належав до лідерів цього партійно-політичного середовища. Виняткова заслуга Ю. Лавріненка полягає в тому, що після розколу партії в другій половині 1940-х він увійшов до тієї її частини, яка, створивши більшість, зробила все, щоб зберегти часопис при житті й, витримавши тягар безгрошів'я, сприяла тривалому його існуванню, перетворивши видання у важливу трибуну української політичної еміграції. Таким чином, матеріали Ю. Лавріненка, пов'язані зі створенням і діяльністю УРДП, – це ще один помітний масив його творчості на шпальтах часопису. Наприклад, у липні 1949 р. «УВ» публікує доповідь Юрія Лавріненка, яку він виголосив на III з'їзді УРДП [12].

Варто наголосити, що Юрій Лавріненко підсилював позиції газети не тільки як автор матеріалів з «українського питання», не тільки як лідер прихильної до часопису УРДП, а й у ролі головного редактора. І хоча йому довелося очолювати часопис відносно недовго

(з 1947-го і до від'їзду за океан 1949-го р.), утім саме цей період в історії видання, за спогадами Михайла Воскобійника, «був найзнаменитішим» [13]. Не оминімо увагою й те, що у 1947–1948 рр., тобто до масового виїзду українців за океан, наклад «УВ» становив понад 15 тисяч примірників, а беручи до уваги умови, в яких видавалася газета, це становило значну кількість. Однак, щоб утримати видання при житті, треба було боротися з величезними труднощами, починаючи з побутових. От хоча б такий факт: головний редактор жив з родиною у Міттенвальді, а часопис, як відомо, видавали в Новому Ульмі, отже, у приміщенні редакції йому довелося не лише працювати, а й жити. Співробітники «УВ» тоді жартували, що Ю. Лавріненко «спить на газетах і вкривається газетами» [14, с. 145]. Авторитет головного редактора сприяв залученню до редакції часопису таких талановитих журналістів, як Василь Гришко, Іван Кошелівець, згодом – Андрій Ромашко. Ю. Лавріненко доклав помітних зусиль й до організаційної розбудови видання, зокрема у справі розширення мережі розповсюдження газети: саме тоді, крім Німеччини, Австрії, Франції, Великобританії та інших європейських країн, вона почала надходити до передплатників Австралії, США й Канади, тобто до заокеанських країн.

У заключній, десятій статті циклу «Перед новим етапом?» автор ставить запитання: «Чи стоїмо ми справді перед новим етапом, на якому зуміємо виповнити і поєднати протилежні поняття "Україна" і "світ", "народ" і "еліта" "вітчизна" і "еміграція"? Причому, з погляду автора, йшлося про поєднання цих важливих суспільних складників не тільки у теоретичній, а й у цілком реальній практичній площині, в якій він бачив шлях об'єднання усіх основних середовищ еміграції в одну ідейну й організаційну силу – «таку силу, що могла б повести за собою всі живі елементи еміграції...». Прикметно, що в контексті такого нарративу Ю. Лавріненко посилається на думку В'ячеслава Липинського, нагадуючи, «що на еміграції потрібен високий дух і героїзм не менш, як на фронті» [15].

Одним зі зразків такого «духу і героїзму» була в той час преса української еміграції, статті авторів часопису «УВ». Утім, можливо, не хто інший, а саме він, Юрій Лавріненко, порушував питання місії еміграції на сторінках видання, так би мовити, в найбільш розгорнутому вигляді – в контексті трьох її головних складників: політичному, культурному, а також збройному. Кожен із цих напрямків представлено в його статтях. І це ще одна (скажімо, поза тематично-жанровим і хронологічним), не менш важлива класифікація його спадщини, проєкція якої прозирає безпосередньо в наше сьогодення, в реалії триваючої кривавої боротьби проти російської дикунства.

Інколи може скластися враження, що автор повторює деякі нарративи своєї публіцистичної творчості. Насправді ж йдеться про свідоме повернення до тієї самої теми з метою її суттєвого поглиблення, викликаного презентацією нових смислів. Автор керується бажанням устигнути виповісти наболіле й пережите не стільки з особистого життя, як з історії власного народу. Надто ж коли йдеться про принципи для українців, які згуртувалися під стягом політичної еміграції, проблеми націєзбереження і державотворення в умовах чужини. Мало того: особливість статей Ю. Лавріненка якраз і полягає в тому, що їх написано, як то кажуть, із запасом матеріалу і неприхованою готовністю повернутися до певної теми знову.

Прикладом такого нарощення матеріалу за темою «від статті – до статті» і логічного продовження того тематичного блоку, який порушено в циклі «Перед новим етапом?», стала розвідка Юрія Лавріненка «Тероризм як соціальна система СРСР і український спротив», опублікована в трьох числах «УВ» в грудні 1948-го р. У цій статті публіцист не тільки оголює парадигму советського терору супроти українців, а й водночас порушує проблему формування складників реального українського опору супроти нього.

Окреслюючи форми спротиву українського народу під советською окупацією, публіцист таким чином нагадує, що терор «по-советськи» проти українців існував не лише в норильських та інших таборах смерті, не лише під час багатогодинних допитів у казема-



тах Лук'янівки чи Холодної Гори, а щоденно в усіх сферах підсоветського буття (збройній, економічній, культурній). Разом з тим він висловлював розчарування кволім голосом еміграційної преси у випадках, коли замість «глибокого зображення суті і стилю духу системи терористичного режиму в ССРСР» читач натрапляв на «банальні описи "солонецьких жаків"». Бо цього, на думку автора, було вже замало. Публіцист висловлював переконання, що година масового протистояння українців системі советського терору якщо ще не настала, то настане. Так воно, зрештою, й відбулося. Прикметно, що Ю. Лавріненко на цьому шляху бере собі на допомогу «досвід М. Хвильового», розвиваючи у нових умовах його відоме гасло «Геть від Москви!..», наголошуючи: «...які муки, який складний лабіринт мусить проходити підсоветська людина, що в своїй щоденній громадській практиці повинна виконувати директиви партії, а водночас жити зовсім іншим внутрішнім життям у темних підземеллях, куди ніколи не доходить сонце громадських вольностей, виношуючи свій власний духовий мікрокосмос і плекати там національний космос» [16].

Вустами Ю. Лавріненка та інших авторів часопис послідовно пропагував визвольні змагання України 1917–1918 рр. Наприклад, цитуючи виступ представника Англії в ООН Калогена, який у відповідь на демагогію советського високопосадовця в цій міжнародній організації Мануїльського, нагадав, що «голландська колонія Індонезія має більше національної волі, ніж «самостійна» Україна під Советами». У контексті саме таких реалій публіцист наголошує на зростанні ролі національно-визвольних рухів поневолених націй як чинника сучасного міжнародного політичного життя і висловлює необхідність «влити цю тенденцію» українській політичній еміграції, а одну зі своїх статей він завершує так: «Активізація української зовнішньополітичної думки й діла на тлі сучасного підвищення інтересу в Західній Європі й Америці до визвольної боротьби народів Східної Європи – першочергове завдання української еміграції» [17].

Сторінки часопису підтверджують, що українська політична еміграція в тих умовах не мовчала, використовувала видання не лише як свою культурологічну трибуну, а і як політичну. Приміром, у різдвяно-новорічному числі «УВ» за 1955 р. з'являється допис Ю. Лавріненка (за підписом «Дивнич Ю.») «Де зникли 223 українські письменники?». Йдеться про телеграму, яку від Об'єднання українських письменників «Слово» було надіслано на адресу Другого Всесоюзного з'їзду письменників у Москві. Ось зміст цього документа, одним з ініціаторів створення й надсилання якого був Юрій Лавріненко: «Українські письменники – політичні емігранти вітають з'їзд і висловлюють співчуття письменникам усіх поневолених народів СРСР. 1930 року друкувалися 259 українських письменників. Після 1938 року з них друкувалися тільки 36. Просимо в'яснити в МГБ, де і чому зникли з української літератури 223 письменники?» [18]. Українська діаспора і в такий спосіб нагадувала світові про злочини московського режиму. Роль Юрія Лавріненка у цій важливій місії неабияка.

Майже пів століття тому літературознавець Григорій Костюк, що, як і Ю. Лавріненко, пройшов шляхи каторги і заслань, а також активно співпрацював з «УВ», зазначав: «рано чи пізно тиранія, яка панує над нашим народом, впаде, а з нею зникне світ брехні, насильства над людиною та засоби її знищення – страхітливі табори смерті й психолікарні для інакодумців». [19, с. 6]. Юрій Лавріненко, використовуючи власний досвід, усе робив для того, щоб разом з однодумцями, насамперед із редакції часопису, розбити кайдани тиранії і брехні, розповісти світові про злочини Кремля.

Матеріали його політичної публіцистики доповнюють спогади. Починаючи з 24 липня 1948 р. у семи числах газета друкує мемуари Ю. Лавріненка про перебування в «таборах смерті» [20]. Нагадаємо, що 24 грудня 1933 р. його було заарештовано особливим відділом ГПУ УСРР і обвинувачено в антисовєтській агітації. Це був, так би мовити,

«пробний» арешт, бо через кілька місяців публіциста було звільнено з-під варті. Натомість вже 7 лютого 1935 р. – знову заарештовано.

Основним завданням слідства було «викриття» контрреволюційної організації на чолі з С. Пилипенком. Обвинувальний акт склали виключно (!) на непідтверджених свідченнях уже засуджених за «контрреволюційно-терористичну діяльність членів "ОУН"». На допитах Ю. Лавріненко винним себе не визнав. 8 лютого 1936 р. без участі прокурора і захисника судова спецколегія на закритому засіданні розглянула його справу й винесла вирок: «Лавріненко Ю.А. позбавити волі у віддалених виправно-трудовах таборах терміном на 5 років з поразкою в правах на 3 роки». Після харківської в'язниці «покару» відбував у Норильських концтаборах, зокрема в бараці смертників на Коларгоні (18 км від Норильська). Звідси й Д. Коларгонєць – один із псевдонімів письменника, під яким Ю. Лавріненко опублікував в «УВ» уже згадані спогади про табірне життя, що отримали назву «Чорна пурга» [21, с. 38–40].

Ось уривок із цих мемуарів: «Від Норильська до порту Дудинка в гирлі Єнісею – 120 км, а до найближчої залізничної станції Красноярськ – понад 2300 км водного шляху. Усі зеки знали, що на палубах і в глухих трюмах барж-ліхтерів їх перевезли з Красноярська до Дудинки вниз за течією за десять днів. Але 120 км тундри не можна було перебороти й за рік – і вантажі та люди нагромаджувалися в Дудинському порту... Тундра – інша планета. По ній не можна влітку ні ходити, ні їздити. А взимку – замерзнеш. Самітну людину вона приймає як відкритий океан – смертю... А які хмари комарів виповнюють тамтешній простір! Їх так багато, що вони здавалися невід'ємною частиною повітря, так само, як каламуть у збуреної води. Необережно розкрити рота – значило зачерпнути пригоршнею комарів і, мов кашею, забити ними собі горло. Забути на хвилину мотати рукою біля обличчя – значило закупорити ніздрі комариною тирсою. Вони лізли за комір, у волосся, в рукави, у вуха, кололи шкіру й смоктали кров. Розчухані місця на шкірі давали їм найлегшу поживу готової крові. Вони лізли також в очі з лютою жагою виїсти і висмокстати їх» [22, с. 6].

Прикметно, що ці спогади Ю. Лавріненка, як і деякі його статті, що спершу побачили світ на сторінках «УВ», згодом вийдуть поза Україною окремими книжковими виданнями. Таким чином газета була для автора тим майданчиком, де він уперше апробував низку думок, зокрема з «українського питання», – важливих не тільки в контексті його власної творчості, а й для всього масиву політичної публіцистики нашої еміграції. Зосібна, йдеться про ті висновки й спостереження Ю. Лавріненка, які вперше були оприєвлені на шпальтах «УВ», а пізніше знайшли свій розвиток у книжках і брошурах, от хоча б в англomовному виданні «Український комунізм і політика совєтської Росії щодо України», відомості про яке опубліковано в часописі 16 травня 1954 р. [23] тощо.

Аналізуючи можливості українського національно-визвольного руху після Другої світової війни як в еміграції, так і на материковій Україні, Ю. Лавріненко звертає увагу читачів і на досвід УНР, і на УПА, і на глибші його витоки, доводить, що корені цього руху, наприклад, і в заповітах письменників, у їхньому Слові, яке, нехай і давно прозвучало, та не одцвіло в минулому, а щоразу – на всіх етапах нашої боротьби (1920-ті, дисидентський рух, політична еміграція) – підсилюватиме її. Таким чином, не випадково в публіцистиці Ю. Лавріненка чільне місце посідає творчість класиків української літератури. Тарас Шевченко, Іван Франко, Леся Українка – у творчості кожного з них він бачив державотворчу силу слова. Однаковою мірою йому було близьке і Шевченкове «...Вражою злою кров'ю волю окропіте» [24, с. 285], і Франкове «Ми мусимо навчитися чути себе українцями – не галицькими, не буковинськими українцями, а українцями без офіційних кордонів» [25, с. 15], і заклик Лесі Українки «Борись і добувайся батьківщини!...» [26, с. 256].

Думку про державотворчу силу спадщини наших класиків Ю. Лавріненко порушив, зокрема, в таких публікаціях на сторінках «УВ»: «Леся Українка як політичний борець» [27], «З духової біографії Лесі Українки» [28], «Шевченків заповіт свободи» [29]. «Шевченкова синтеза у внутрішньому психологічно-ідейному конфлікті Івана Франка» [30] та ін.

## 5. Висновки

Юрій Лавріненко – провідна постать не лише літературного, а й усього громадсько-політичного життя нашої еміграції. Не випадково у різні пори свого еміграційного буття, окрім упорядкування антології «Розстріляне відродження», він був засновником, автором або ж головним редактором цілої низки помітних, зауважмо, не тільки суто літературних, видань: «Сучасник», «Літературно-науковий збірник», «Українська літературна газета», «Сучасність», «Листи до приятелів». Його доробок відзначено престижною премією Антоновичів (США) тощо. Втім не буде перебільшенням наголосити, що найважливіші підвалини на шляху до такого грона духовних набутків, усєї діяльності Ю. Лавріненка в ім'я України було закладено в період його співпраці з часописом «УВ», на сторінках його багатотисячної газетної публіцистики.

Отже, цілком закономірно, що саме під час ушановування Юрія Лавріненка академік Микола Жулинський, виступаючи 2005 р. в Нью-Йорку з нагоди сторіччя від дня народження журналіста, публіциста й літературознавця, наголосив на тих «розривах» і «прогалинах», якими «травмована» українська культура, уточнивши: «Якщо нам у колоніальній Україні не вдавалося перекидати містки пам'яті кризь прірви, вириті на національному просторі історії російським самодержавним і комуністичним режимами, то це робили українські подвижники поза межами рідної землі» [31, с. 3].

Одним із підтвержень такого подвижництва є публіцистичний доробок Юрія Лавріненка на шпальтах «УВ», головною метою якого став пошук шляхів визволення Батьківщини. Ми розглянули понад сто публікацій автора, який вважав, що «зброєю першої лінії» на цьому шляху в той час (повоєння) і в тому місці (чужина) могло бути насамперед Слово, причому в багатьох його виявах, серед яких, зокрема, й мережа рідномовної преси в різних куточках планети, яка, з одного боку, добуваючи факти з покладів московської брехні, а з другого – відкриваючи сторінки української визвольної боротьби, на сталій основі пережитого, втраченого й водночас збереженого вістила б світові правду про злочини Кремля. Ця боротьба проти Москви за власну гідність, що, зрештою, стала основним стрижнем його публіцистичного доробку, не залишилась у минулому, вона триває й нині, дає сили в новій битві за рідну землю. «Сьогодні, – писав Юрій Лавріненко, – найголовнішим і найстрашнішим ворогом поневолених народів Європи й Азії є Москва, і проти неї треба організувати єдиний фронт усіх народів, загрожених Советами» [32].

До цієї думки публіциста, незважаючи на те, що висловлено її понад сімдесят років тому, годі щось додати – її підтверджено самим життям, подіями сьогодення, а її зміст є нашим спільним, де б ми не перебували (в Україні чи поза нею), завданням боротьби і поступу.

## References

1. Lavrinenko, Yu. (Ed.) (1959), *Shot Renaissance: Anthology 1917–1933: Poetry – Prose – Drama – Essay*, Instytut Literacki, Paris, p. 9.

2. Lushchii, S. (2018), *“To Restore the History of Destructions and Revivals...”*: Yu. Lavrinenko and the Literary and Critical Thought of the Diaspora, NAS of Ukraine, T.G. Shevchenko Institute of Literature, Akadempriodyka, Kyiv, 327 p.
3. “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News” in Europe and America (1945–2000): Bibliographic Index of the Contents of the Newspaper “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News”: in 2 Volumes (2010), Literaturna Ukraina, Yaroslaviv Val, Kyiv, vol. 1, 590 p.; vol. 2, 558 p.
4. Lavrinenko, Yu. [D.Yu.] (1947), “A dream of the Ukrainian night”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 6.
5. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1983), “Ivan Bahryanyi”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 32.
6. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1948), “Before a new stage? Anecdotes of a hamlet”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 5.
7. Maisiura, P. (Ed.) (1995), *Celebrating the 50th Anniversary of the Newspaper “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News” and the Ukrainian Democratic Republican Party*, Ontario, p. 224.
8. Maisiura, P. (Ed.) (1995), *Celebrating the 50th Anniversary of the Newspaper “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News” and the Ukrainian Democratic Republican Party*, Ontario, p. 225.
9. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1948), “Before a new stage? The reality and the ghost of “Piedmont””, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 9.
10. Maisiura, P. (Ed.) (1995), *Celebrating the 50th Anniversary of the Newspaper “Ukrainski Visti”/“Ukrainian News” and the Ukrainian Democratic Republican Party*, Ontario, p. 226.
11. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1948), “Before a new stage? From under the ice of Soviet socialism”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 9.
12. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1949), “Socialism and the Ukrainian Revolution”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 57.
13. Voskobiynyk, M. (1967), “The stages of a great journey”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 11.
14. Kozak, S. (Ed.) (2020), *Born to Fight*, Lit. Ukraina, Kyiv, p. 145.
15. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1948), “Before a new stage? Roads and crossroads”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 55.
16. Lavrinenko, Yu. [Dyvnych, Yu.] (1948), “Terrorism as a social system of the USSR and Ukrainian resistance”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 102–104.
17. Dyvnych, Yu. (1948), “Ukraine in the international politics”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 33.
18. Dyvnych, Yu. (1955), “Where did 223 Ukrainian writers disappear to?”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 3–4.
19. Kostyuk, H.O. (1983), *In the World of Ideas and Images: Selected: Critical and Historical-Literary Reflections, 1930–1980*, Suchasnist, p. 537.
20. Lavrinenko, Yu. [Kolargonets, D.] (1948), “Black blizzard”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 60.
21. Kozak, S. (1997), “From all foreign lands”, *OUP “Slovo”*, Toronto, pp. 38–40.
22. Lavrinenko, Yu. [Kolargonets, D.] (1948), “Black blizzard (From memories)”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 60, p. 6.
23. *Ukrainski Visti [Ukrainian News]* (1954), “Ukrainian communism was buried in 1933”, vol. 39.
24. Shevchenko, T. (1960), “When I die, bury me...”, *Kobzar*, Derzh. vyd-vo khud. lit., Kyiv, p. 285.
25. Franko, I. (1905), “An open letter to Halician Ukrainian youth”, *Literaturno-Naukovyi Vistnyk [Literary and Scientific Bulletin]*, vol. 30, book 4, p. 15.
26. Ukrainka, L. (1951), “And you once fought like Israel...”, *Lesya Ukrainka. Works: in 5 Volumes*, vol. 1, Derzh. vyd-vo khud. lit., Kyiv, p. 256.

27. Lavrinenko, Yu. [Gaidar, Yu.] (1971), “Lesya Ukrainka as a political fighter”, *Ukrain-ski Visti [Ukrainian News]*, vol. 9.
28. Lavrinenko, Yu. [Gaidar, Yu.] (1971), “From the spiritual biography of Lesya Ukrain-ka”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 7.
29. Lavrinenko, Yu. [Gaidar, Yu.] (1968), “Shevchenko’s testament of freedom”, *Ukrain-ski Visti [Ukrainian News]*, vol. 11.
30. Lavrinenko, Yu. (1962), “Shevchenko’s synthesis in Ivan Franko’s internal psychologi-cal and ideological conflict”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 46.
31. Zhulynskiy, M. (2005), “Yuriy Lavrinenko: creation of the power of national revival”, *Slovo i Chas [Word and Time]*, vol. 12, p. 3.
32. Dyvnych, Yu. (1948), “Ukraine in the international politics”, *Ukrainski Visti [Ukrainian News]*, vol. 33.

Submitted 06.02.2023

## Список літератури

1. Розстріляне відродження : антологія 1917–1933 : поезія – проза – драма – есей / упоряд., авт. передм. Юрій Лавріненко. Париж : Instytut Literacki, 1959. С. 9.
2. Лушій Світлана. «Відновити історію знищень і відроджень...» : Ю. Лавріненко і лі-тературно-критична думка діаспори / НАН України. Ін-т літератури ім. Т.Г. Шевченка. Київ : Академперіодика, 2018. 327 с.
3. «Українські вісті» в Європі й Америці (1945–2000) : бібліогр. покажч. змісту газети «Українські вісті» : у 2 т. Київ : Літературна Україна / Ярославів Вал, 2010. Т. 1. 590 с.; Т. 2. 558 с.
4. [Лавріненко Ю.]. Сон української ночі // Укр. вісті. 1947. Ч. 6; підпис: Д. Ю.
5. [Лавріненко Ю.]. Іван Багряний // Укр. вісті. 1983. Ч. 32; підпис: Юрій Дивнич.
6. [Лавріненко Юрій]. Перед новим етапом? Анекдотика хутора // Укр. вісті. 1948. Ч. 5; підпис: Дивнич Ю.
7. Відзначення 50-ліття часопису «Українські вісті» та Української демократичної ре-спубліканської партії / упор. П. Майсюра. Онтаріо, 1995. С. 224.
8. Там само. С. 225.
9. [Лавріненко Ю.] Перед новим етапом? Дійсність і привид «П’ємонту» // Укр. вісті. 1948. Ч. 9; підпис: Дивнич Ю.
10. Відзначення 50-ліття часопису «Українські вісті» та Української демократичної ре-спубліканської партії / упор. П. Майсюра. Онтаріо, 1995. С. 226.
11. Лавріненко Ю. Перед новим етапом? З-під криги советського соціалізму // Укр. вісті. 1948. Ч. 9; підпис: Дивнич Юр.
12. Лавріненко Ю. Соціалізм і українська революція // Укр. вісті. 1949. Ч. 57; підпис: Дивнич Юр.
13. Воскобійник Михайло. Етапи великого шляху // Укр. вісті. 1967. Ч. 11.
14. Народжені для бою / упор. Сергій Козак. Київ : Літ. Україна, 2020. С. 145.
15. [Лавріненко Ю.] Перед новим етапом? Дороги і роздоріжжя // Укр. вісті. 1948. Ч. 55; підпис: Дивнич Юр.
16. [Лавріненко Ю.]. Тероризм як соціальна система СРСР і український спротив // Укр. вісті. 1948. Ч. 102–104; підпис: Ю. Дивнич.
17. Дивнич Юр. Україна в міжнародній політиці // Укр. вісті. 1948. Ч. 33.
18. Дивнич Ю. Де зникли 223 українські письменники? // Укр. вісті. 1955. Ч. 3–4.
19. Костюк Григорій. У світі ідей і образів : вибране : критич. та іст.-літ. роздуми, 1930–1980. [Б.м.] : Сучасність, 1983. С. 6.

20. [Лавріненко Ю.]. Чорна пурга // Укр. вісті. 1948. Ч. 60; підпис: Д. Коларгонєць.
21. Козак Сергій. З усіх чужин. Торонто : ОУП «Слово», 1997. С. 38–40.
22. [Лавріненко Ю.]. Чорна пурга (Із спогадів) // Укр. вісті. 1948. Ч. 60. С. 6; підпис: Д. Коларгонєць.
23. «Український комунізм поховано 1933 року» // Укр. вісті. 1954. Ч. 39.
24. Шевченко Тарас. Як умру, то поховайте... // Шевченко Тарас. Кобзар. Київ : Держ. вид.-во худ. літ., 1960. С. 285.
25. Франко Іван. Одвертий лист до галицької української молодезі // Літературно-науковий вістник. 1905. Т. 30, Кн. 4. С. 15.
26. Українка Леся. «І ти колись боролась, мов Ізраїль...» // Українка Леся. Твори : в 5 т. Київ : Держ. вид.-во худ. літ., 1951. Т. 1. С. 256.
27. [Лавріненко Юрій]. Леся Українка як політичний борець // Укр. вісті. 1971. Ч. 9; підпис: Юрій Гайдар: [Закінчення].
28. [Лавріненко Юрій]. З духової біографії Лесі Українки // Укр. вісті. 1971. Ч. 7; підпис: Юрій Гайдар.
29. [Лавріненко Ю.]. Шевченків заповіт свободи // Укр. вісті. 1968. Ч. 11; підпис: Юрій Гайдар.
30. Лавріненко Ю. Шевченкова синтеза у внутрішньому психологічно-ідейному конфлікті Івана Франка : [Доповідь] // Укр. вісті. 1962. Ч. 46.
31. Жулинський Микола. Юрій Лавріненко : творення сили національного відродження // Слово і час. 2005. Ч. 12. С. 3.
32. Дивнич Юр. Україна в міжнародній політиці // Укр. вісті. 1948. Ч. 33.

Надійшла до редакції 06.02.2023

**INTERNET JOURNALISM**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.7>

UDC 007:004.738.5:659.3-053.2

**Social Networks as Emblematic  
of Children's Communication Interaction**

**Tetiana Leontieva**

*<https://orcid.org/0000-0002-7240-0260>*

*PhD (Social Communications), Assistant of Educational and Scientific Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [leontievatatiana@ukr.net](mailto:leontievatatiana@ukr.net)*

**ABSTRACT**

In this article, the key attention is paid to the problem of the potential dependence of the children's audience on participation in social networks. Having defined as the purpose of the article the need to specify the elements of communication dependence of children on participation in social networks, a significant material of specific studies of the interests of the children's audience in social networks of both theoretical and applied nature, conducted by Ukrainian and foreign scientists, was elaborated.

It is emphasized that the Internet and such a significant factor in its functioning as social networks are an extremely useful social factor in the intellectual, social and cultural growth of children and young audiences. At the same time, social networks are such a mass communication environment, within which there is always a potential danger of attracting children and young audiences to dishonest, and often socially critical groups and communities. The deviant content of such social networks as Twitch, YouTube, Instagram, TikTok, Discord, Roblox was analyzed. A generalized algorithm for determining the key, emblematic characteristics of dangers for children in social networks is derived, recommendations are given for reducing the level of both children's dependence on social networks and absolute trust in the content transmitted by social networks.

**KEYWORDS:** child; communication; danger; deviant content; emblematic.

# Соціальні мережі як емблематика<sup>22</sup> дитячої комунікаційної залежності

*Тетяна Станіславівна Леонтєва, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент, <https://orcid.org/0000-0002-7240-0260>*

## Резюме

*Мета* статті полягає у визначенні елементів комунікаційної залежності дітей від використання соціальних мереж. Застосовано синергетичний підхід до визначення ролі і місця соціальних мереж у загальнокомунікаційному полі, а також у межах зацікавленості соціальними мережами дитячої аудиторії. Опрацьовано наукову джерельну базу із застосуванням аналітико-синтетичного методу. Аналітичний метод використано для виявлення особливостей представлення контентів конкретних соціальних мереж у контексті потенційних зацікавлень дітей як учасників цих соціальних мереж. Індуктивний метод дав змогу проаналізувати наукові погляди на проблему небезпек для дітей, які є учасниками соціальних мереж. На матеріалі конкретних досліджень, проведених українськими та закордонними вченими, щодо зацікавлень дитячої аудиторії соціальними мережами, проаналізовано девіантний контент таких соціальних мереж як Twitch, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Discord, Roblox. Виведено узагальнений алгоритм визначення ключових емблемних<sup>23</sup> характеристик небезпек для дітей в соціальних мережах, дано рекомендації щодо зменшення рівня залежності дітей від соціальних мереж і абсолютної довіри до контенту, який соціальними мережами передається.

**Ключові слова:** девіантний контент; дитина; емблематика; комунікація; безпека.

## 1. Вступ

Світ масової комунікації, в який входить дитина, з соціальної, виховної, розважальної точок зору має багато переваг: він надає дитині важливу соціальну базу, не кажучи вже про переваги швидкого отримання будь-якої інформації. Масова комунікація не лише формує індивідуальні риси характеру молодшої людини, а й генерує первинні спільноти, які ґрунтуються на легкому онлайн контактi. Приватна сфера комунікаційних зацікавлень дитини, випестована за безпосередньої участі батьків, винесла назовні контент, який часто суперечить очкуванням батьків і може миттєво поширитися світом і швидко зруйнувати ретельно вибудований тими самим батьками характер виховання.

Про важливість соціальних мереж у житті молоді говорять і цифри Youth Internet Monitor (дивимось, наприклад, у Кея Кіма [1]). Популярність соціальних мереж свідчить,

<sup>22</sup> Під “емблематикою” в масовій комунікації розуміємо чітке окреслення проблеми, яка актуалізується, і яка не повинна підлягати тематичній конвергенції та виходити за межі визначеної аудиторії.

<sup>23</sup> “Емблемні характеристики” соціальних мереж пов’язані з кордонами можливого представлення контенту для конкретної аудиторії.



що вони давно перетворились на багатоцільову цифрову вітальню. Там відбувається взаємообмін і підтримка в усіх сферах, які цікаві молоді. Сьогодні поширені навчальні групи, обмін думками про певні хобі чи навіть спільне прослуховування музики. У буремні, неспокійні для суспільства та дитячої аудиторії часи друзі також можуть святкувати дні народження, іменини чи новий рік разом, створюючи власні віртуальні простори для спілкування з іншими. Для молоді є можливість спілкуватися різними способами – текстовий, аудіо- чи відеочат – добре проводити час разом, що робить соціальну платформу цікавою.

Однак в будь-якій соціальній мережі можуть мати місце зловживання. Особливо у великих групах з великою кількістю незнайомих людей може трапитися так, що молоді люди зазнають сексуальних домагань, знущань, погроз або шантажу. Соціальні мережі (наприклад, соціальна мережа Discord) можуть бути провідниками екстремістських ідеологій.

Різноманітність віртуальних світів та ігор, які пропонує, наприклад, соціальна мережа Roblox, також несе в собі ризики – тим більше, що використання такого контенту не має вікових обмежень. Оскільки багато ігор недостатньо перевіряються операторами, діти та молоді люди можуть зіткнутися з таким тривожним вмістом, як насильство, сексизм або расизм. Як і в інших великих онлайн-спільнотах, на просторах соціальної мережі Roblox можуть виникати також небажані контакти з незнайомцями. Окрема внутрішньоігрова валюта, яку можна використовувати для розблокування певного вмісту чи функцій, також може спокусити молодих користувачів інвестувати вже не віртуальні, а реальні гроші.

*Метою* цієї статті є визначення характеру комунікаційної залежності дітей від соціальних мереж. Для цього треба проаналізувати ставлення дітей до контенту соціальних. Соціальні мережі використовуються для управління як персональною ідентифікацією дитини, так і стосунками між дітьми, та виконують важливу функцію, особливо під час надзвичайних (нелатентних) ситуацій: Covid, а ось тепер – війна. І якщо раніше в центрі уваги дитини, яка користується соціальними мережами, був процес самовираження, то тепер соціальні мережі використовуються переважно для підтримки зв'язку з іншими. Таким чином, такі платформи, як Facebook, Youtube, Instagram, TikTok та інші є своєрідною цифровою пуповиною із зовнішнім світом дитини.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Дослідження у сфері соціальних мереж як об'єктів зацікавлень з боку дітей та як об'єктів комунікаційних та соціалізуючих феноменів є білою плямою на дослідницькій карті медіадосліджень. У всій науковій аналітиці бракує даних соціологічного характеру, а поняття соціальних мереж надто звужено до тих ЗМІ, які орієнтовані на дорослих. Але ж особливу роль у впровадженні соціальних мереж відіграють діти та молодь, а поява соціальних мереж перевертає існуючі рольові відносини поколінь: дорослим часто бракує досвіду та практики роботи з новими медіа, тоді як діти формують неупередженого авангардного користувача або зовсім «цифрових тубільців». Природно, коли ви зростаєте з новими медіа, із соціальними мережами, то розвиваєте різні моделі мислення та по-іншому обробляєте інформацію.

Існують цілі сфери дитячих медіа, в яких ситуація з архівуванням і документуванням, а також дослідницька ситуація сприятлива – це, наприклад, дитяча література у формі електронних текстів та ілюстрацій до них. Серед центральних питань є такі:

- Як соціальні мережі відображають повсякденну культуру та поведінку дитини і як вони, своєю чергою, впливають на повсякденне життя та культурні знання дітей?
- Які зміни у способі реценції уможлиблюють нові, доступні дітям медіатехнології?

- Як використовувалися та використовуються соціальні мережі для будь-якого виду пропаганди?
- Які небезпеки для дітей виходять із соціальних мереж?

Проблеми дитячої залежності від участі в соціальних мережах у згаданому контексті вивчали такі науковці: Т. Гуменюк [2], О. Долженкова [3], В. Захарченко [4], О. Ромах [5], Ю. Строчинська [6], В. Тищенко [3], А. Дхір [7], Д. Каптан [8], П. Каур [7], М. Мантумаки [7], Я. Пурванті [9], К. Сієверт [8], К. Стейнберг [8], А. Тандом [7] та ін.

### 3. Методи дослідження

Методологічну основу статті становлять загальнонаукові методи. Ключовим науковим методом, який ми застосовували протягом аналізу проблеми, став синергетичний підхід до визначення ролі і місця соціальних мереж у загальнокомунікаційному полі, а також у межах зацікавленості соціальними мережами дитячої аудиторії. Опрацювання наукової джерельної бази ґрунтувалося на застосуванні аналітико-синтетичного методу. Аналітичний метод використано при розкритті особливостей представлення контентів конкретних соціальних мереж у контексті потенційних зацікавлень дітей як учасників цих соціальних мереж. Індуктивний метод дав змогу здійснити загальний аналіз наукових точок зору, які існують щодо проблеми небезпек для дітей, які є учасниками соціальних мереж.

### 4. Результати та обговорення

Молоді люди народилися в цифровому середовищі, вони є вихідцями з цифрових технологій, які ввійшли в їхнє повсякденне життя. В інтернет-просторі є не тільки «друзі» дітей, але й «небезпечні особистості», що негативно впливає на розвиток молодих і вразливих людей. На такий функціональний контекст популярних для дітей соціальних мереж не недостатньо звертали увагу дослідники масової комунікації, Хоча звертали увагу психологи.

Звісно, технологічний розвиток, особливо інтернет, значно полегшив життя людей. Коли інформація є одним із найважливіших інструментів соціального формування дитини, головним завданням є те, щоб отримання та передача інформації працювали якомога простіше, швидше та ефективніше. Тим часом, поширюється все більше сучасних засобів масової комунікації, поведження з якими перетворюється на дитячу гру. Як з точки зору об'єктивних, так і суб'єктивних ризиків ця гра може бути використана у спосіб, який є небезпечним для дитини. На додаток до традиційних ЗМІ, таких як радіо та телебачення, з'явилася велика кількість медіа-інновацій – зокрема, потокове передавання, ігри та соціальні мережі. Із закінченням стабільного періоду життя людства (через пандемію COVID-19, а тепер – через війну) такі теми, як використання медіа чи споживання медіа дітьми, відіграють дедалі важливішу роль.

Комунікаційна система, заснована на оцифрованій мережевій інтеграції багатьох способів комунікації, охоплює всі форми культурного вираження. Отже, соціальні мережі відіграють важливу роль у повсякденній діяльності, особливо для дітей. При цьому через величезну диференціацію в асортименті соціальних мереж батькам і педагогам навряд чи вдається мати уявлення про медіаспоживання дітей і грамотно класифікувати використовувані мережі. Оскільки медіа тим часом стали центральними інстанціями соціалізації поряд із домом, школою та групою однолітків, сучасне суспільство більше не може дозволити собі не супроводжувати дітей у спілкуванні з соціальними мережами.

Ентоні Пратканіс, експерт із переконання, та Еліотт Аронсон, всесвітньо відомий соціальний психолог, ще в 1992 р. у своїй книзі «Машина переконання» написали, що дослідники комунікації давно усвідомлюють зв'язок між справами, які обговорюють ЗМІ, та темами, які вважаються найбільш важливими для громадськості (дивимось реферативний

виклад цього видання: [10]). Зміст масової комунікації формує не лише інтереси та цінності аудиторії, а й значною мірою впливає на відчуття страху та безпеки людей (дивимось, наприклад, в українській дослідниці Оксани Ромах [5]) – і починається це відчуття із заголовку, оскільки заголовок виступає ключовим елементом майбутнього змісту, і дитина може далі і не читати матеріал. Для дитини зміст посту може бути достатнім за умови прочитання лише назви – і виробники контенту це добре знають.

Навіть читання заголовків достатньо, щоб помилково або перебільшене почуття страху розвинулося у дітей. Як зазначають Анушрі Тандом, Пуніт Каур, Амандір Дхір, Міла Мантумаки в статті «Не виспалися через соцмережі? Дослідження проблеми зі сном через соціальні мережі та гігієни сну в соціальних мережах» [7], деякий час контент соціальних мереж, яким користуються діти, переважно стосувався девіантної поведінки. Цей контент – найпопулярніший, оскільки візуально привабливий і легко перекладається на «рідну мову» інтересів дитини, на основі дитячої моралі. У такий спосіб швидше досягається рівень реакції дитини, яку можна налякати: цей віковий сегмент аудиторії реагує і сприймає контент максимально просто і відверто на своєму найнижчому рівні реакції, а комунікаційні канали виступають для нього найкращим можливим партнером-реагентом [8].

Маршалл МакЛюен у вже класичній книзі «Розуміння медіа» запевняв, що основний канал комунікації (усний, письмовий, електронний) змінює сприйняття аудиторією світу залежно від віку людини [4]. Відоме своєрідне «глобальне село» МакЛюена в епоху безпосередності примушують прийняти формулу згаданих вище Ентоні Пратканіса і Еліотта Аронсона про те, що будь-які особисті бажання в житті з'являються залежно від того, якими є комунікаційні спонукання до цих бажань. У 2016 р. група українських учених під керівництвом професора Віктора Огнев'юка розробила освітню програму «Дитина». В документі зазначено, що «основними компонентами пізнавальної активності є мотиваційний, когнітивний та діяльнісний. Мотиваційний компонент формується на основі потреби в знаннях, зацікавленості до пізнавальної діяльності. Даний компонент є основою для формування когнітивного, що передбачає оволодіння розумовими діями та операціями. Останній компонент виражає спрямованість пізнавальної активності в теоретичній та практичній діяльності» [12].

Соціальні мережі не обов'язково відображають реальність, але мають тенденцію до подачі «спотвореного образу», який може не відповідати інтересам дитини. Однак слід згадати ще один важливий нюанс впливу соціальних мереж на дитину. Йдеться про те, що у певних випадках соціальні мережі є чинником цілісної комунікаційної системи. Для прикладу можна взяти релігійну проблематику. Спочатку у формі дитячих книг (наприклад, адаптація Біблії для конкретної дитячої аудиторії залежно від віку), потім з технічними новаціями (радіо- чи телевізійні передачі), а пізніше – з використанням інтернету (наприклад, в мережі YouTube можна знайти мультимедійні студії Clara Studio.Tv або Малюваки Family) здійснюється цілеспрямована пропозиція дітям стати учасниками певного дійства конкретного тематичного (наприклад, конфесійного) спрямування.

Наприкінці 2021 р. вийшла стаття індонезійських учених «Вплив цифрового маркетингу та інновацій на успішність школи». Тут цікава не сама канва дослідження (вона є предметом іншого наукового тематичного інтересу), а висновок, якого дійшли автори. Вони впевнені у тому, що «інновації мають значний вплив на продуктивність вчителів, цифровий маркетинг не має істотного впливу на продуктивність вчителів, цифровий маркетинг має значний вплив на інновації» [9].

І це справді так. Класичний (і вже заїжджений) приклад 1938 р., коли, слухаючи радіоверсію п'єси Герберта Веллса «Битва світів», тисячі американців були до смерті налякані та в паніці покинули свої домівки, засвідчив, що на аудиторію більше впливають

почуття та емоції, а раціональні аргументи – лише додаток до них. Емблематична лінгвістика дитячої комунікаційної залежності<sup>24</sup> щодо способів представлення контенту є тим більше очевидною, оскільки, як твердить директор Книжкової Палати України Микола Сенченко в статті «Від ери Гутенберга до ери Цукерберга»: «віртуальний світ дає змогу "переїдати" в колосальних масштабах, адже немає жодних обмежень, що примушують споживачів робити перерву. Шоу Netflix чи стрічки TikTok невтомні» [13, с. 4].

Діти не мають попереднього соціального досвіду – або принаймні мають мінімальний. А ось уявлення дорослих про своє дитинство спотворюються і трансформуються особистими спогадами, тоді як у дітей є свій власний погляд на реальність (дивимось у українських дослідниць Валентини Пономарьової та Вікторії Захарченко [4]). Ця обставина не лише добре вписується в процес прискореного глобалізованого світу, де діти свято і сліпо вірять авторам контенту, вона сприяє тому, що дитина шукає наставника в навігації соціальних мереж. Як результат – соціальні мережі, орієнтовані на дитячі маси, принципово вбудовують думки в будь-яку подачу. Якщо дитина шукає цільовий контент, вона зможе побачити, що існує незліченна кількість способів знайти цей контент – навіть в межах однієї соціальної мережі. Будь-які групи з будь-якими поглядами (в тому числі релігійні) застосовують так звану «техніку сліпих груп»: функціонально створені, такі групи працюють на посилення загальних почуттів, емоцій і – головне – утворення і вкорінення у дітей сталих асоціацій. Звичайний трюк: у цих групах модератори груп позначають учасників як «наших» і «ворогів». Подібні прийоми є частиною машини переконань, адже хитрий модератор може доволі швидко створити тимчасові сліпі групи, заявивши, наприклад, «ми – сміливі, давайте вип'ємо пігулки і подивимось, що буде далі», або «ми – самотійні, маємо об'єднатися проти старих батьків», або «ми – юні християни, навіщо терпіти біля себе ... (конкретизація конфесії)» тощо (дивимось детальніше: [6]). Отже, не дискусія важлива для нас, не її результат, а просто – давайте об'єднуватись. Адже мета – завжди сліпо слідувати подібним пропозиціям.

Якщо врахувати, що подібні групи активно формуються в соціальних мережах, існують безперечні небезпеки того, як великі натовпи особливо вразливих молодих людей можуть бути переконаними зробити майже все, навіть насильницькі дії – включно щодо себе. Відсутність страху здатна спонукати до негативних вчинків. Для прояву таких вчинків, які об'єктивно не мають під собою жодної основи, достатньо комунікаційного заклику.

Сучасність характеризується тим, що інтернет дає змогу масам спілкуватись з масами (дивимось у професора Володимира Різуна: «існування багатьох мас і є відносно демократичною основою життя суспільства та людини» [14, с. 21]). Але що таке маса? Яким чином масова комунікація доходить до конкретної дитини і через які потаємні, невидимі ниточки здійснюється заклик до дії?

Таїландський дослідник дитячої зацікавленості масовою комунікацією Піраюз Чароенсукмонгкол в опублікованому 2018 р. дослідженні «Вплив соціальних медіа на соціальне порівняння та заздрість у підлітків: модеруюча роль батьків, які порівнюють дітей, і конкуренція в групі серед друзів» висловив цікаву думку про те, що практично будь-хто може стати активним учасником масової комунікації, сформував думку, породити страх чи навіть створити помилкове відчуття безпеки. Інтернет – це простір для багатьох сумнівних і навіть жорстоких осіб і організацій, але безпосередньо соціальні мережі на правду

<sup>24</sup> Емблематична лінгвістика пов'язана з технологією вживання змісту засобами простої людської мови, зрозумілої конкретній аудиторії. Емблематична лінгвістика може свідчити про стійкий характер моделей лінгвістичної свідомості дітей і, крім того, підкреслювати прагматичну важливість елементів граматичної системи щодо надчутливих культурних змін у світосприйнятті дітей через масовокомунікаційну практику.

можуть бути (автор вважає, що більшою мірою це стосується мереж Facebook чи Тік-Ток) ще більш ризикованими: немає впевненості в тому, що на сайтах соціальних мереж друзі друзів молодшої людини становлять більшу загрозу, але не будуть викриті [15].

Звісно, через свої смарт-пристрої дитина може стикатись з насильницьким контентом і небезпечними людьми. Ось чому кібербезпека та інша безпека є важливим чинником заходів захисту дітей від девіантного контенту. Важливою частиною таких заходів є свідоме використання медіа, а особливо – в середовищі вразливої аудиторії, яка піддається більшому ризику стати жертвою такого контенту.

Згадаємо найбільш кричущий приклад патогенного впливу неконтрольованого контенту на дітей та підлітків, що його було розміщено в соціальних мережах. Розпочнемо з так званих «груп смерті», що з явилися в інтернеті 2016 року (йдеться насамперед про російську мережу «VK», але пізніше ця група проявила себе і в інших соціальних мережах. Ігри, які прямо закликали до суїциду, відверті тексти про користь і «силу» самогубства, інструкції щодо здійснення суїциду тощо, - це все призвело до створення в дитячому та підлітковому сегментах аудиторії соціальних мереж культу смерті та самогубства. Через, здавалось, невинні комп'ютерні ігри («Розбуди мене о 4:20», «Червона сова», «Море китів» та ін.), які ширились мережею, просувався ідеалізм, гереїзм, незворотність суїциду. А ще – технологія його здійснення – падіння з висоти.

При цьому, звісно ж, не можна заперечувати, що технологічний розвиток є вагомою частиною корисних можливостей, які надає інтернет. Інтернет має історичне значення з точки зору демократичної системи, вираження думок і свободи слова – а про важливість таких чинників демократії треба розповідати дітям змалку (якщо, звісно, батьки вважають за потрібне впроваджувати демократичні засади соціального статусу дитини і якщо йдеться про демократичне суспільство).

Часто для дитини соціальні мережі є і обличчям, і голосом реальності. Вплив соціальних мереж на дітей є величезним [15], і будь-яка молодіжна аудиторія може вибирати між інформацією та інформаторами; ця молодіжна аудиторія навіть використовує всесвітню мережу, щоб знайти певні джерела інформації або – у більш старшому віці – створювати власні контенти, брати участь в обговоренні певних тем з тими, чії думки вони вважають достовірними.

Українська дослідниця Тетяна Гуменюк, аналізуючи блогерство як чинник медіапростору, вважає, що саме суспільство є павутиною невеликих груп, об'єднаних мережею особистих зв'язків і взаємозалежностей, які забезпечують захист особистості від необмеженого впливу соціальних мереж [2, с. 40-43]. На цьому принципі і побудована модель обмеженого впливу соціальних мереж на аудиторію.

Українські дослідники Олена Долженкова та Валентина Тищенко вважають, що комунікація впливає на людей у два етапи [3, с. 93-97]. Відповідно до наведених припущень, перший етап – заохочення до вивчення контенту широким колом аудиторії. Другий етап, на якому повідомлення має бути підтверджено персонально конкретною людиною, скерований на сегрегацію аудиторії. Цю теорію також можна вважати обґрунтованою з психологічної точки зору, адже життя кожної людини супроводжує хтось, до чийої думки вони зазвичай прислухаються.

Будь-які концепції соціальних мереж, представлені нині в науці, не відіграють центральної ролі в дискусії про комунікаційні ландшафти, але мають несподівану актуальність у контексті небезпек, які соціальні мережі несуть дітям, – наприклад, під аспектами захисту від девіантного контенту можемо розуміти не тільки контроль батьків, а й внутрішній, порівняльний контент соціальних мереж. Цей аспект функціонування соціальних мереж ставить питання про те, які зусилля були докладені науковцями щодо аналізу комунікаційних ландшафтів соціальних мереж, як соціальні мережі досягли впливу на молодих людей, життєві світи яких все більше контролюються цими соціальними мере-

жами, інституціоналізуються та роблять молодь все більш ізольованою від реального світу (дивимось у німецької дослідниці Інги Фрайдріх [16]).

Комунікаційний ландшафт при цьому може спонукати поставити ще одне запитання: чи є стан дітей – учасників соціальних мереж справді дитячим? Дослідження «Чи TikTok токсичний? Погляд молоді на постцифрові естетично-культурні практики в соціальних мережах», яке провели німецькі вчені Деря Каптан, Кіра Сіверт, Стефані Ховахл та Клаудія Стейнберг і опублікували у березні 2022 р. [8], засвідчило, що діти беруть із соціальних мереж те, що їм потрібно: вони це знаходять самостійно. Можливості для пошуку в інтернеті у дітей є там, де їх немає в очах дорослих.

Виокремимо такі елементи дитячої залежності від інтернету:

- часті безпричинні зміни настрою;
- хвороблива і неадекватна реакція на поради чи прохання;
- відчутна опозиційність до батьків та родичів;
- погіршення пам'яті і уваги;
- напади страху, тривоги;
- обмеження спілкування з друзями, батьками, родичами;
- вивертність, брехливість, неохайність, що були раніше не характерні.

## 5. Висновки

Отже, ще раз підкреслимо не стільки складність, скільки неминучість проблеми безпеки перебування дитячої аудиторії в інтернеті. Необмежене та неконтрольоване поширення інформації та безліч інтерфейсів, на які можна поділити цю інформацію, можуть бути не тільки полем змістової безпеки, але також можуть виконувати захисну функцію. За допомогою різноманітних масовокомунікаційних засобів можна миттєво попередити дитину про можливі небезпеки й убезпечити дитину від них. Багато ресурсів – як в Україні, так і міжнародних – вже пропонують можливість такого захисту, при цьому безпека дитини мала б стати пріоритетом передачі спеціалізованого контенту: треба подбати про те, щоб позбавити дітей інформації, яка їм мало, або взагалі не стосується. Цілком можливо налаштувати програми, які могли б негайно передавати сповіщення про небезпеку.

Крім того, важливим є той факт, що вплив соціальних мереж є двостороннім, отже, саме соціальні мережі можуть навчити дитину відповідальної суспільної поведінці – поведінці не проти суспільства, а на користь суспільства, поведінці не проти себе, а за формування відповідальної особистості. Йдеться про децентралізацію повідомлень соціальних мереж, і в цьому аспекті дефрагментація контенту, адаптованого під цільове скерування, підштовхування дитини до однозначного розуміння подачі, видається нам вкрай небезпечним чинником тиску на дитину, примусу до безальтернативного бачення явища і, можливо, прийняття рішень, включно із трагічними.

Узагальнимо наші міркування у вигляді двох ключових висновків.

По-перше, вплив регульованого середовища соціальних мереж на дитину та необхідність надання дитині вільного простору є неефективним щодо небезпек для дитини.

По-друге, інтерпретація дитиною реалій обмежується комунікаційними пропозиціями соціальних мереж, а тому реальний світ отожднюється з комунікацією, яка існує в поза-реальному статусі. Критичне прочитання реалій дитиною розвивається через занадто високий ступінь довіри до ось цього позареального контенту і романтизує проблему свободи. В соціальних мережах діти, молоді люди перебувають, як правило, без впливу дорослих. Тому ті, хто не дихає духом книги, а надихається іграми-лапавками, пальчиковими віршами і gum twist'ом, розпізнає їх як сучасні, корисні для себе комунікаційні форми і, отже, сьогоднішні *віртуальні* безкоштовні простори на кшталт TikTok і Co через надмі-

рне захоплення цими просторами юною аудиторією наближається до таких, здавалося б, банальних, але доволі небезпечних *реалістичних* вимірів думок, бажань і поведінки дітей.

## References

1. Kim Key. The Best Parental Control Software for 2022 <https://www.pcmag.com/picks/the-best-parental-control-software>.
2. Humeniuk T. K. Modern blogger media space: the ukrainian context. Information, communication and knowledge management in a globalized world. Proceedings of the Fifth International Scientific Conference, June 23–24, 2022, Kyiv. KNUKiM Publishing Center. 2022. P. 40-43.
3. Dolzhenkova E., Tyshchenko V. Use of information from media news about disasters for forecasting extraordinary situations in Ukraine. Bulletin of Mykhailo Ostrogradsky KrNU. Issue 1/2020 (120). 194 p.
4. Ponomaryova V., Zakharchenko V. Psychology of child-parent relationship research. Problems and tasks of modernity and approaches to their solution. 2021, Volume 8, pp. 233-236.
5. Romakh O.V. The mass-media context of the feeling of fear and anxiety (based on sociological surveys) // Dialog: Media-studios. – Odesa: Astroprint, 2015. – Vol. 20. – pp. 206-215.
6. Yulia Stochynska. Death challenge in TikTok. How to protect teenagers from the negative influence of social networks? available at: <https://pereiaslav.city/articles/129146/smertelnij-chelendzh-u-tiktok>. 02/19/2021.
7. Tandon A., Kaur P., Dhir A., Mäntymäki M. Sleepless due to social media? Investigating problematic sleep due to social media and social media sleep hygiene Comput. Hum. Behav. 113. July 2020.
8. Derya Kaptan, Kira Siewert, Stephani Howahl, Claudia Steinberg. Ist TikTok toxisch? – die Sicht von Jugendlichen auf postdigitale ästhetisch-kulturelle Praktiken in sozialen Medien. Forum Kinder. 2022. № 3. P. 13-24.
9. Purwanti Yanti, et. al. The Influence Of Digital Marketing & Innovasion On The School Performance, available at: <https://turcomat.org/index.php/turkbilmata/article/view/2551/2188>
10. Summary of Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion By Anthony Pratkanis and Elliot Aronson. Independently published. Chicago, Illinois 2022. 36 p.
11. McLuhan Marshall. Understanding media. 5th edition. Kyiv. Kuchkovo Pole Publishing House. 2019. 464 p.
12. Child: Educational program for children from two to seven years old. Science driver project V.O. Ognev'yuk Kyiv. Min. education and Sciences of Ukraine, Kyiv. University named after B. Hrinchenko. 2016. 304 p.
13. Senchenko Mykola. From the era of Gutenberg to the era of Zuckerberg. Bulletin of the Book Chamber. 2022. No. 6. P. 4 (3-6). 9. Yulia Stochynska. Death challenge in TikTok. How to protect teenagers from the negative influence of social networks? available at: <https://pereiaslav.city/articles/129146/smertelnij-chelendzh-u-tiktok>. 02/19/2021.
14. Rizun V. Masy. K. VOC "Kyiv University". 2003.
15. Charoensukmongkol Peerayuth. The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In-group Competition among Friends. Journal of Child and Family Studies. 2018. № 27. P.69-79.

16. Friedrich Inga. Identitätsentwicklung Jugendlicher in Zeiten von Facebook, WhatsApp, Instagram und TikTok. Evangelische Hochschule Nürnberg Heilpädagogik. 16.05.2022.

Submitted 19.12.2022

### Список літератури

1. Kim Key. The Best Parental Control Software for 2022 URL : <https://www.pcmag.com/picks/the-best-parental-control-software>.

2. Гуменюк Т. К. Сучасний блогерський медіапростір: український контекст. Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі. Матеріали П'ятої міжнародної наукової конференції, 23–24 червня 2022 р. Київ. Видавничий центр КНУКІМ. 2022. С. 40-43.

3. Долженкова Е., Тищенко В. Использование информации из новостей сми о катастрофах для прогнозирования чрезвычайных ситуаций в Украине. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 1/2020 (120). С. 194.

4. Пономарьова В., Захарченко В. Психологія дослідження дитячо-батьківських відносин. Problems and tasks of modernity and approaches to their solution. 2021, Том 8, С. 233-236.

5. Ромах О.В. Мас-медійний контекст відчуття страху і тривожності (на базі соціологічних опитувань) // Діалог: Медіа-студії. – Одеса: Астропринт, 2015. – Вип. 20. – С. 206-215.

6. Строчинська Юлія. Смертельний челендж у TikTok. Як уберегти підлітків від негативного впливу соцмереж? URL : <https://pereiaslav.city/articles/129146/smertelnij-chelendzh-u-tiktok>. 19.02.2021.

7. Tandon A., Kaur P., Dhir A., Mäntymäki M. Sleepless due to social media? Investigating problematic sleep due to social media and social media sleep hygiene Comput. Hum. Behav. 113. July 2020.

8. Derya Kaptan, Kira Siewert, Stephani Howahl, Claudia Steinberg. Ist TikTok toxisch? – die Sicht von Jugendlichen auf postdigitale ästhetisch-kulturelle Praktiken in sozialen Medien. Forum Kinder. 2022. № 3. P. 13-24.

9. Purwanti Yanti, et. al. The Influence Of Digital Marketing & Inovasion On The School Performance URL : <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/2551/2188>

10. Summary of Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion By Anthony Pratkanis and Elliot Aronson. Independently published. Chicago, Illinois 2022. 36 p.

11. Маклюен Маршалл. Розуміння медіа. 5-е видання. Київ. Видавництво Кучкове поле. 2019. 464 с.

12. Дитина: Освітня програма для дітей від двох до семи років. Наук. кер. проекту В.О. Огнев'юк. Київ. Мін. осв. і науки України, Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. 2016. 304 с.

13. Сенченко Микола. Від ери Гутенберга до ери Цукерберга. Вісник Книжкової Палати. 2022. № 6. С. 4 (3-6).

14. *Різун В. Маск*. К. ВПЦ “Київський університет”. 2003. 118 с.

15. Charoensukmongkol Peerayuth. The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In-group Competition among Friends. Journal of Child and Family Studies. 2018. № 27. P.69-79.

16. Friedrich Inga. Identitätsentwicklung Jugendlicher in Zeiten von Facebook, WhatsApp, Instagram und TikTok. Evangelische Hochschule Nürnberg Heilpädagogik. 16.05.2022

Надійшла до редакції 19.12.2022



**RESEARCH OF MASTERS AND POSTGRADUATE STUDENTS**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.8>

UDC [070+001.92]:378.14

**Popular Science Journalism as an Element of Educational Programs**

**Roksolana Kravchenko**

<https://orcid.org/0000-0001-9063-4282>

*Postgraduate Student, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [lisovskalana@gmail.com](mailto:lisovskalana@gmail.com)*

**ABSTRACT**

The popular science journalism is an almost unfilled niche in the Ukrainian media space. At the same time, it is a very important element of public life. This type of content helps a consumer not only to develop oneself comprehensively, but also raises the image of the country on the world stage as a technologically advanced one that engages its citizens in education and science development. And in wartime, it is also a way to distract from the war news and to normalize the psychological state. For the further development of popular science journalism, it is higher education institutions that should train highly qualified personnel to fill this niche in the Ukrainian media space. The **objective** of this study is to characterize the state of the curriculum “Popular Science Journalism” in the Ukrainian higher education institutions. The **method** used in the study was content analysis of educational and professional programs. All 39 higher education institutions that have a specialty 061 “Journalism” were surveyed. **Results:** out of 39 higher education institutions, the curriculum “Popular Science Journalism” or a related subject is available in 9 institutions, while 26 higher education institutions do not have it. It was not possible to find out information about 4 more institutions. Among the institutions that have such a curriculum, 7 ones offer it as an elective subject, and only 2 ones offer it as a compulsory subject. One institution has such elective subjects at both the Bachelor’s and Master’s degrees. **Conclusion.** The Ukrainian higher education institutions lack the curriculum “Popular Science Journalism” or a related subject, and therefore the students actually do not have the ability to realize whether they would like to develop this niche.

**KEYWORDS:** popular science journalism; educational program; war; students; image.

## Науково-популярна журналістика як елемент освітніх програм

*Кравченко Роксолана Ігорівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, аспірант, <https://orcid.org/0000-0001-9063-4282>*

### Резюме

Науково-популярна журналістика – це майже незаповнена ніша в сучасному українському медіапросторі. Проте це дуже важливий елемент суспільного життя. Такий контент допомагає споживачеві всебічно розвиватися, а також покращує імідж країни на світовій арені як технологічно розвиненої і такої, яка залучає своїх громадян до розвитку освіти та науки. А в реаліях воєнного часу – це також один із способів відволіктися від новин про війну та нормалізувати психологічний стан. Для подальшого розвитку науково-популярної журналістики відповідні вищі заклади освіти мають готувати висококваліфіковані кадри, щоб заповнити цю нішу в українському медіапросторі. **Мета** цього дослідження – охарактеризувати стан навчальної програми «Науково-популярна журналістика» в українських закладах вищої освіти (ЗВО). **Методом** виступив контент-аналіз освітньо-професійних програм. Опрацьовано дані з усіх 39 ЗВО, які мають спеціальність 061 «Журналістика». **Результати:** з 39 ЗВО навчальний курс «Науково-популярна журналістика» або суміжний з ним предмет є в 9 навчальних закладах, а в 26-ти такого курсу немає. Щодо 4-х ЗВО інформацію з'ясувати не вдалося. Серед закладів, які мають такий курс, у 7-ми – це предмет за вибором, і лише у 2-х – обов'язковий предмет. Один заклад має такі предмети за вибором і на ступені бакалавр, і на ступені магістр. **Висновок.** В українських ЗВО відчувається брак курсу «Науково-популярна журналістика» або суміжного з ним предмета, а отже, у студентів фактично немає змоги усвідомити, чи хотіли б вони розвивати цю нішу.

**Ключові слова:** науково-популярна журналістика; освітня програма; війна; студенти; імідж.

### 1. Вступ

Відносини між наукою і громадськістю – або ж більш конкретно – між науково-популярною журналістикою і громадськістю можна охарактеризувати такими епітетами як «далекі», «холодні», «напружені». Згідно з дослідженням Інституту масової інформації, у 2020-му році середній показник новин про науку в українських онлайн-медіа становив лише 1,3%.

Найбільшу кількість матеріалів про науку було зафіксовано на сайті Суспільного – 4%, друге місце посів «Обозреватель» – 3,8%, а на третьому «Дзеркало тижня» – 2,8% [1]. З часу повномасштабного вторгнення Росії в Україну такий моніторинг не проводився. Попри це, науково-популярна журналістика має значний вплив і посідає досить вагоме місце у світі як елемент просвіти, а також престижу телеканалу і самої країни. Наукові та

науково-популярні телепрограми мають досить високі рейтинги переглядів у розвинених країнах. За даними дослідження Pew Research Center, приміром, у США 81% опитаних дивляться телепрограми, пов'язані з наукою, наукову фантастику переглядають 49% респондентів. А в Сполученому Королівстві у 2021 р. найпопулярнішим за кількістю переглядів проектом стала науково-популярна програма «Blue Planet» («Блакитна планета»), її подивилося 67% опитаних британців [2].

У реаліях воєнного часу науково-популярна журналістика також займає важливе місце. Одне з досліджень 2022 р. показало, що українцям часом потрібно відволікатися від новин про війну, щоб психологічно відновлюватися. Результати опитування аудиторії показали, що з 460 респондентів майже 65% використовували науково-популярний чи розважальний контент, щоб відволіктися від війни [3].

Та попри такі показники, нині в українському медіапросторі не відбувається стрибка розвитку науково-популярного контенту. Однією з причин є брак відповідних освітніх програм і незацікавленість самих журналістів опановувати нішу науково-популярної журналістики.

Необхідно розуміти, що науково-популярна журналістика – це також частина освітньої моделі суспільства. Завдяки правильній популяризації, фінансуванню та виробничій концепції можна помітно модернізувати навчальні плани у вищій освіті.

У стратегії МОН України розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 рр. ідеться: «Стратегічні та операційні цілі щодо проведення фундаментальних і прикладних наукових досліджень як основи якісної вищої освіти та популяризації науки, а також відповідні завдання, спрямовані на забезпечення інтеграції України до Європейського дослідницького простору та узгоджуються з пріоритетами дорожньої карти інтеграції науково-інноваційної системи України до європейського дослідницького простору, затвердженої наказом МОН від 10 лютого 2021 р. № 167» [4, с.3].

Задля швидшої інтеграції України до Європейського дослідницького простору українським МЕДІА необхідно популяризувати науковий контент, щоб заохочувати нову генерацію розвивати наукову сферу.

Щоб збалансувати соціальне замовлення на науково-популярний контент, закладам вищої освіти України необхідно впроваджувати в навчальні програми такий предмет як «Науково-популярна журналістика». Це може бути навіть не частина обов'язкової програми, а предмет за вибором.

*Мета* цього дослідження – визначити наявність в освітньо-професійних програмах (ОПП) закладів вищої освіти України такого предмета як «Науково-популярна журналістика» або суміжного з ним курсу.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Науковці Х. Тутен та Л. Темесварі в роботі «Науково-популярна журналістика: сприяння навчанню через рецензування та повідомлення наукових новин» описують навчальний курс для студентів. Вони підкреслили, що «курс наукової журналістики, в якому студенти досліджують актуальні наукові теми і пишуть статті для публічного поширення, сприяє навчанню студентів у цікавій формі у цікавий спосіб, водночас навчаючи їх критично важливих комунікативних навичок» [5, с.47]. Автори стверджують, що студенти, отримуючи доступ до первинної наукової літератури самостійно або в співпраці з одногрупниками, набувають навичок, необхідних для майбутньої кар'єри. Серед навичок вказуються здатність до пошуку інформації, вміння точно інтерпретувати та передавати наукові результати, загострення критичного мислення, а також вміння самостійно вчитися практичного письма.

А в статті К. Халлоуелл та М. Холланд «Журналістика як шлях до наукової грамотності» було продемонстровано зростання наукової грамотності студентів після включення журналістських завдань у природничі курси [6].

Дослідженням щодо незаповненості певних ніш у ЗМІ займаються Л. Городенко та П. Катеринич. Вони вказують, що освітня журналістика в Україні опинилася на межі кризи професіоналізму. Проблемою є те, що висвітлення тем середньої і вищої освіти, науки чи інклюзії є недостатнім. Автори також вказують на проблему відсутності програм підготовки освітнього журналіста [7]. У іншій статті «Освітньо-медійна співпраця під час пандемії Covid-19» П. Катеринич вказує на важливість трансформації української освіти в дистанційний формат. Починаючи з 2020 р., це було важливо в контексті пандемії Covid-19, нині ця тема не менш актуальна, оскільки через російські бомбардування школярі і студенти змушені навчатися онлайн [8]. Автор вказує, що попри поширене визначення інфотеймінту як явища медіакультури, медіаканали активно використовують технології едьютеймінту, інформуючи в адаптивних онлайн-форматах, покликаних підвищити інтелектуальний рівень молодого покоління. Також наводить приклад, що в Албанії МЕ-ДА знаходять нові підходи до залучення молоді аудиторії, чергуючи онлайн-уроки з трансляцією популярних фільмів чи музичними паузами. Такий концепт можна запозичити і для навчання журналістів у науково-популярній сфері. Завдяки інтертеймінту навчання стане більш динамічним, а зацікавленість студентів долучатися до курсу вивчення «Науково-популярної журналістики» зросте.

В Україні науково-популярне телебачення хоча й має вдячну аудиторію, втім не може вважатися достатньо рейтинговим на медіаринку. Науковці дослідили зацікавленість української аудиторії в науково-популярних програмах. Майже три чверті опитаних (73%) зазначили, що вмикали б телеканали частіше, якби в ефірі цих каналів був присутній контент наукового та освітнього спрямування. 25,6% опитаних відзначили, що на українському телебаченні не вистачає програм наукового спрямування, така ж сама кількість респондентів (25,6%) скаржаться на брак освітніх програм [9]. Це дослідження було проведене до повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Вже на початку великої війни проведено опитування громадян України. З 460 респондентів 298 (64,8%) вказали, що використовували науково-популярний чи розважальний контент, для того, щоб відволікти увагу від постійних повідомлень про обстріли. Серед тих, хто відповів ствердно, 27,5% віддають перевагу науково-популярним програмам, 37,2% дивляться розважальний контент, а 35,3% дивляться обидва [3].

Німецький вчений Г. П. Петерс також досліджував нішу науково-популярного контенту у медіа. У 2005 р. він провів опитування 1354 дослідників зі Сполучених Штатів, Японії, Німеччини, Сполученого Королівства та Франції. А у 2011 р. він опитав 1600 німецьких дослідників щодо їхньої комунікації зі медіа і присутності в медіа. У своїй статті «Розрив між наукою та медіа: науковці як публічні комунікатори», описуючи дані дослідження, він стверджує, що більшість науковців вважають важливою присутність у ЗМІ [10]. Проте автор вказує, що і зараз відчувається великий розрив між науковцями та медіа. Науковці і досі не орієнтовані на громадськість і публічну комунікацію.

### 3. Методи дослідження

Обрання контент-аналізу як основного дослідницького методу дало змогу проаналізувати стан розвитку навчального предмета «Науково-популярна журналістика» у закладах вищої освіти України. Зібрано інформацію про наявність такого або близького до нього предмета в різних інститутах та університетах. За допомогою методу опитування було уточнено інформацію про ОПП, якої не було на сайтах деяких інститутів чи університетів.

Досліджено всі ЗВО України, в яких є спеціальність 061 «Журналістика». Загалом було проаналізовано освітньо-професійні програми 39 закладів вищої освіти, серед яких 31 державний заклад і 8 приватних. Задля отримання інформації щодо наявності предмета «Науково-популярна журналістика» або суміжного з ним курсу, в разі відсутності ОПП навчального закладу у відкритому доступі, а також для актуалізації інформації було також проведено опитування електронною поштою всіх цих ЗВО. Базовим питанням було: Чи є у Вашому інституті/університеті освітня програма або предмет за вибором «Науково-популярна журналістика» чи суміжний з ним предмет?

#### 4. Результати та обговорення

Однією з робочих гіпотез цього дослідження було те, що у ЗВО, які мають спеціальність 061 «Журналістика» недостатньо розвивається такий напрям як «Науково-популярна журналістика». Це пов'язано з різними причинами, серед яких недостатнє висвітлення новин наукового спрямування у медіа, незацікавленість студентів у цьому предметі, брак кваліфікованих викладачів, велике навантаження на викладачів. Результати опитування частково підтвердили цю гіпотезу. Серед 39 ЗВО навчальний курс «Науково-популярна журналістика» або суміжний з ним предмет є в 9 навчальних закладах, у 26-х – немає (див. табл.). Ще по 4-х ЗВО інформацію з'ясувати не вдалося (див. рис.).

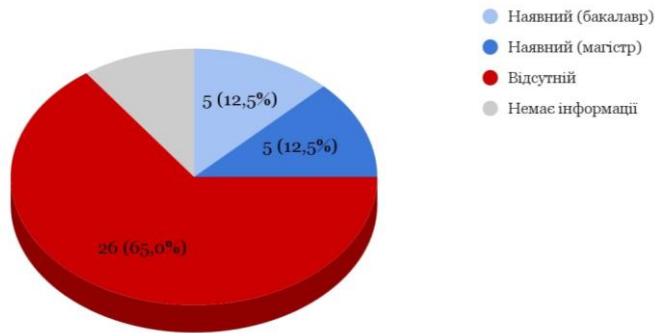


Рисунок. Наявність навчального предмета «Науково-популярна журналістика» у журналістських ЗВО України

Серед закладів, які мають такий курс, у 7 – це предмет за вибором і лише у 2-х – обов'язковий предмет. Один заклад – Ужгородський національний університет – має такі предмети за вибором і на ступені Бакалавр, і на ступені Магістр (див. табл.).

Таблиця.

Наявність навчального курсу «Науково-популярна журналістика» або суміжних з ним предметів

| № | Назва ЗВО                                     | Наявність програми на ступені Бакалавр | Наявність програми на ступені Магістр | Примітки |
|---|---|--|---------------------------------------|----------|
| 1 | Київський університет імені Бориса Грінченка  | Відсутня                               | Відсутня                              |          |
| 2 | Київський університет культури, приватний виш | Немає інформації                       | Немає інформації                      |          |

|    |   |  |   |                    |
|----|---|--|---|--------------------|
| 3  | Національний авіаційний університет   | Відсутня   | Відсутня  |                    |
| 4  | Київський національний університет культури і мистецтв                            | Відсутня   | Відсутня  |                    |
| 5  | Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка | Вибіркова компонента ОП: Наукова журналістика і Спецкурс на наукову тематику | Відсутня  | Предмет за вибором |
| 6  | Київський міжнародний університет, приватний виш                                  | Відсутня   | Відсутня  |                    |
| 7  | Київський славістичний університет, ВНЗ ПрАТ (приватний)                          | Немає інформації   | Немає інформації  |                    |
| 8  | Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», приватний виш        | Відсутня   | Відсутня  |                    |
| 9  | Національний університет «Кієво-Могилянська академія»                             | Немає ступеня Бакалавр   | Відсутня  |                    |
| 10 | Український гуманітарний інститут, приватний виш                                  | Відсутня   | Відсутня  |                    |
| 11 | Львівський національний університет імені Івана Франка                            | Відсутня   | Освітньо-наукова програма подвійного диплому «Нові медіа і комунікаційні технології» (з Університетом Адама Міцкевича (м. Познань, Польща)). У ній передбачено курс за вибором «Наукова журналістика» | Предмет за вибором |
| 12 | Національний університет «Львівська політехніка»                                  | Відсутня   | Відсутня  |                    |
| 13 | Український католицький університет, приватний виш                                | Немає ступеня Бакалавр   | Вибіркова дисципліна “Наукова журналістика”<br>З 2020 до 2022 рр.   | Предмет за вибором |

|    |  |                  |  |  |
|----|--|------------------|--|--|
|    |  |                  | кількість студентів, які її обрали - 31 особа. Викладачем є експерт і засновник науково-популярного видання “Кунш” |  |
| 14 | Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 15 | Сумський державний університет   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 16 | Запорізький національний технічний університет   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 17 | Класичний приватний університет, приватний виш   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 18 | Запорізький національний технічний університет   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 19 | Бердянський державний педагогічний університет   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 20 | Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля (до серпня 2014 року – м. Луганськ) | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 21 | Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (до жовтня 2014 в м. Луганськ)             | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 22 | Маріупольський державний університет   | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 23 | Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара                                       | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 24 | Донецький національний університет (до вересня 2014 року в м. Донецьк)                               | Відсутня         | Відсутня   |  |
| 25 | Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, приватний ЗВО     | Немає інформації | Немає інформації   |  |

|    |   |  |  |                      |
|----|---|--|--|----------------------|
| 26 | Національний університет «Острозька академія»                                 | Відсутня   | Відсутня   |                      |
| 27 | Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького               | Відсутня   | Відсутня   |                      |
| 28 | Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського     | Відсутня   | Відсутня   |                      |
| 29 | Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки                 | Відсутня   | Відсутня   |                      |
| 30 | Ужгородський національний університет   | Засади створення науково-популярного фільму  | Науково-популярна журналістика                                       | Предмет за вибором   |
| 31 | Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича                   | Проблематика ЗМІ (міжнародна, наука, культура, спорт, релігія), наукова журналістика | Відсутня   | Предмет за вибором   |
| 32 | Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка | Відсутня   | Відсутня   |                      |
| 33 | Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника                | Відсутня   | Відсутня   |                      |
| 34 | Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка            | Відсутня   | Наукова журналістика і комунікації                                   | Обов'язковий предмет |
| 35 | Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка        | Немає інформації   | Немає інформації   |                      |
| 36 | Національний університет «Одеська юридична академія»                          | Науково-популярна журналістика   | Відсутня   | Обов'язковий предмет |
| 37 | Одеський національний університет імені І.І. Мечникова                        | Відсутня   | Нон-фікшн і наукова проблематика у сучасному інформаційному просторі | Предмет за вибором   |



|    |  |                      |          |                    |
|----|--|----------------------|----------|--------------------|
| 38 | Херсонський державний університет                      | Наукова журналістика | Відсутня | Предмет за вибором |
| 39 | Чорноморський державний університет імені Петра Могили | Відсутня             | Відсутня |                    |

Варто зазначити, що один із закладів (Український католицький університет) підкреслив, що викладачем у їхньому інституті є експерт і засновник науково-популярного видання «Кунш». На думку керівництва УКУ, саме його експертиза і наголос на продукції аудіо матеріалів «про науку в доступний спосіб», мотивує студентів до вибору цього курсу.

Результати контент-аналізу свідчать, що в українській журналістській освіті справді бракує курсу, який би готував майбутніх журналістів до написання матеріалів на наукову тематику. Попри те, що в 9-х закладах такий або схожий предмет є, у більшості – це частина обов'язкової програми, тобто предмет за вибором. Таким чином, постає проблема незацікавленості самих студентів обирати цей спецкурс. Під час навчання у студентів немає можливості зрозуміти, чи подобається їм ця ніша, оскільки лише в 2-х ЗВО такий предмет є обов'язковим. Наявність хоча б поверхневого пояснення специфіки наукової журналістики студентам, можливо б, стимулювала їх у подальшому обирати для себе цю дисципліну як предмет за вибором.

## 5. Висновки

Науковий контент у медіа під час війни є потужним інструментом для покращення психологічного стану населення. Крім того, такий контент також є іміджевим показником країни на світовій арені. Українські респонденти виявляють неабиякий інтерес до цього напрямку в медіа. Але навчальний процес на даному етапі не має достатнього потенціалу для розвитку науково-популярної журналістики. Зрозуміло, для того, щоб підняти рівень зацікавленості серед журналістів, має бути проведена популяризація науки на загальнодержавному рівні. Проте зміни можна починати і з ОПП у закладах вищої освіти. Опрацьована література, а також проаналізований у дослідженні матеріал ОПП 39-ти ЗВО України дає змогу зробити кілька висновків про те, що в українських ЗВО відчувається брак курсу «Науково-популярна журналістика». Попри те, що в 9-х закладах такий або схожий предмет є, у більшості – це частина обов'язкової програми, тобто предмет за вибором. І лише 2 заклади включили цей предмет в обов'язкову програму.

Оскільки у більшості ЗВО така програма не є обов'язковою до вивчення, студенти досить часто просто не можуть зрозуміти, чи хотіли б розвивати цю нішу і обирають для себе більш популярні курси, такі як міжнародна чи політична журналістика.

Український споживач медіаконтенту потребує подальшого розвитку і збільшення кількості науково-популярних новин у медіапросторі. Крім загального розвитку, в сучасних реаліях середньостатистичний українець споживає такий контент як замітник новин про війну задля покращення свого психологічного стану.

В українському медіапросторі наявний «науковий голод», адже середній показник новин про науку в українських онлайн-медіа становив лише 1,3%.

Для подальшої євроінтеграції України і залучення її до Європейського дослідницького простору на загальнодержавному рівні необхідно пропагувати науку як елемент іміджу країни.

## References

1. Institute of Mass Information (2020), “White magic and coronavirus antibodies: what and how Ukrainian online media write about science - IMI research”, available at: <https://imi.org.ua/monitorings/bila-magiya-ta-antytila-koronavirusu-shho-i-yak-pyshut-pro-nauku-ukrayinski-onlajny-doslidzhennya-i33462> (accessed: 11.03.2023).
2. Funk, C., Gottfried, J. & Mitchell, A. (2017), *Science News and Information Today*, Pew Research Center, 90 p., available at: [https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/PJ\\_2017.09.20\\_Science-and-News\\_FINAL.pdf](https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/PJ_2017.09.20_Science-and-News_FINAL.pdf) (accessed: 11.03.2023).
3. Kravchenko, R. (2022), “Ukrainian scientific TV programs and Youtube channels as a distraction from war news on Russia’s invasion of Ukraine: a survey-based observational study and a content analysis”, *Science Editing*, vol. 9(2), p.136-141, available at: <https://escienceediting.org/upload/kcse-278.pdf> (accessed: 11.03.2023).
4. Ministry of Education and Science of Ukraine (2022), *Strategy for Development of Higher Education in Ukraine for 2022-2032*, available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2022/04/15/VO.plan.2022-2032/Stratehiya.rozv.VO-23.02.22.pdf> (accessed: 11.03.2023).
5. Tuten, H. & Temesvari, L. (2013), “Popular science journalism: facilitating learning through peer review and communication of science news”, *Journal of College Science Teaching*, vol. 42(4), pp. 46-49.
6. Hallowell, C. & Holland, M. J. (1998), “Journalism as a path to scientific literacy”, *Journal of College Science Teaching*, vol. 28, pp. 29–32.
7. Horodenko, L.M. & Katerynych, P.V. (2022), “The results of the all-Ukrainian survey of teachers on functioning of specialized educational media in Ukraine”, *Scientific Notes of Institute of Journalism*, vol. 1 (80), pp. 44-53.
8. Katerynych, P.V. (2022), “Educational and media cooperation during the Covid-19 pandemic”, *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University]*, vol. 33 (72), no. 2, part 2, p. 290.
9. Goian, O. & Kravchenko, R. (2021), “Popular science television as a social order and educational model: the experience of Ukraine”, *Knowledge, Education, Law, Management*, no. 4 (40), p. 132, available at: <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.4.21> (accessed: 11.03.2023).
10. Peters, H. P. (2013), “Gap between science and media revisited: scientists as public communicators”, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 110 (supplement\_3), available at: <https://doi.org/10.1073/pnas.1212745110> (accessed: 11.03.2023).

Submitted 15.03.2023

## Список літератури

1. Біла магія та антитіла коронавірусу: що і як пишуть про науку українські онлайн – дослідження IMI // Інститут Масової Інформації. 2020. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/bila-magiya-ta-antytila-koronavirusu-shho-i-yak-pyshut-pro-nauku-ukrayinski-onlajny-doslidzhennya-i33462> (дата звернення: 11.03.2023).
2. Cary Funk, Jeffrey Gottfried, Amy Mitchell. Science news and information today // Pew research center. 2017. ст. 43. URL: [https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/PJ\\_2017.09.20\\_Science-and-News\\_FINAL.pdf](https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/PJ_2017.09.20_Science-and-News_FINAL.pdf) (дата звернення: 11.03.2023).
3. Kravchenko, R. Ukrainian scientific TV programs and YouTube channels as a distraction from war news on Russia’s invasion of Ukraine: a survey-based observational study and a content analysis // *Science editing*. 2022. Вип. 9(2), ст. 136. doi.org/10.6087/kcse.278

4. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки // Міністерство освіти і науки України. 2022. URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2022/04/15/VO.plan.2022-2032/Stratehiya.rozv.VO-23.02.22.pdf> (дата звернення: 11.03.2023).
5. Tuten, H., Temesvari, L. Popular science journalism: Facilitating learning through peer review and communication of science news // *Journal of College Science Teaching*. 2013. Вип. 42(4), ст. 46-49.
6. Hallowell, C., Holland, M. J. Journalism as a path to scientific literacy // *Journal of College Science Teaching*. 1998. Вип. 28, ст. 29–32.
7. Городенко Л.М., Катеринич П.В. Результати всеукраїнського опитування вчителів щодо функціонування спеціалізованих ЗМІ освітньої тематики в Україні // *Наукові записки Інституту журналістики*. 2022. Том. 1 (80). ст. 46. DOI:10.17721/2522-1272.2022.80.4
8. Катеринич П.В. Освітньо-медійна співпраця під час пандемії Covid-19 // *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2022. Т. 33 (72) № 2 Ч. 2. ст. 290. DOI:10.32838/2710-4656/2022.2-2/45
9. Гоян О.Я., Кравченко Р.І. Науково-популярне телебачення як соціальне замовлення та освітня модель: досвід України // *Knowledge, Education, Law, Management*. 2021. № 4 (40). с. 132. <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.4.21>
10. Peters H. P. Gap between science and media revisited: Scientists as public communicators // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2013. <https://doi.org/10.1073/pnas.1212745110>

Надійшла до редакції 15.03.2023

## RESEARCH OF MASTERS AND POSTGRADUATE STUDENTS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.9>

UDC [654.19:004.738.5]:355.40.(045)

# The Specifics of the Youtube Project of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine at the Beginning of the Active Phase of the Russian-Ukrainian War

**Maksym Prauta**

<https://orcid.org/0000-0003-2416-2269>

*adjunct (staff), Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
81 Mykhailo Lomonosov Street, 03680 Kyiv, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: maxproud@gmail.com*

## ABSTRACT

**The main objective of the study** is to find out what changes occurred in the work of the Youtube project of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine with the beginning of Russia's full-scale aggression against Ukraine (in the period from February 24 to May 31, 2022).

**Methodology.** The methods of content and thematic analysis and data systematization are used in the article. The data visualization method is used for quick perception of information for the third-party users. The factor method made it possible to study the influence of individual factors on the effective indicators of the studied Youtube channel. The comparative method was used when comparing the results and evaluation of Youtube channels, that allowed to demonstrate the general trend.

**Results, conclusions.** In the conditions of the beginning of the active phase of the Russian-Ukrainian war, the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine was forced to reorganize its work and content. The produced content began to be covered exclusively through the official Youtube channel "Military Television of Ukraine".

The growth of the channel's audience in the first three months of the active phase of the Russian-Ukrainian war became possible due to "aggressiveness" and uniqueness of the content: about combat operations, losses of Russian troops in manpower and military hardware, invincibility, feats and professionalism of the Ukrainian soldiers.

A characteristic feature of the Youtube project of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine “Military Television of Ukraine” is in its positioning as an official source of information from the military command about the execution of assigned tasks by the Armed Forces of Ukraine.

It is an important instrument of the state propaganda for supporting and promoting the civilizational choice of Ukraine through the armed forces as a guarantor of reliable protection of this choice.

The content of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine can either be offered to the national TV channels, or become the basis of broadcast of a separate military TV channel in the case of making a decision on its creation.

**KEYWORDS:** Ministry of Defense; Armed Forces; Central Television and Radio Studio; content; Military Television of Ukraine; Youtube.

УДК [654.19:004.738.5]:355.40.(045)

## **Специфіка Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України на початку активної фази російсько-української війни**

*Максим Васильович Праута, Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка, ад'юнкт штатний, <https://orcid.org/0000-0003-2416-2269>*

### **Резюме**

*Мета статті* – з'ясувати, які зміни відбулися в роботі Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України з початком повномасштабної агресії росії проти України (у період з 24 лютого по 31 травня 2022 р.).

*Методи.* У статті використані методи контентно-тематичного аналізу та систематизації даних. Для швидкого ознайомлення сторонніх користувачів використано метод візуалізації даних. Факторний метод дозволив вивчити вплив окремих факторів на результативні показники досліджуваного Youtube-каналу. Порівняльний метод застосовано під час співставлення результатів та оцінки Youtube-каналів, що дозволило продемонструвати загальну тенденцію.

*Результати і висновки.* В умовах початку активної фази російсько-української війни Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України була змушена перебудувати власну роботу і контент. Вироблений контент почав подаватися виключно через офіційний Youtube-канал «Військове телебачення України».

Зростання аудиторії каналу у перші три місяці активної фази російсько-української війни стало можливим за рахунок «агресивності» й унікальності контенту: про бойові дії, втрати російських військ у живій силі і техніці, незламність, подвиги і професіоналізм українських воїнів.

Характерна особливість Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України «Військове телебачення України» – позиціонування його як офіційного джерела інформації від військового командування про виконання Збройними силами України завдань за призначенням.

Він є важливим інструментом державної пропаганди для підтримки та просування цивілізаційного вибору України через Збройні сили як гаранта надійного захисту цього вибору. Контент ЦТРС МОУ може або бути запропонований загальнодержавним телеканалам або стати основою ефірного мовлення окремого військового телеканалу у разі ухвалення рішення про його створення.

**Ключові слова:** Міністерство оборони; Збройні сили; Центральна телерадіостудія; контент; Військове телебачення України; Youtube.

## 1. Вступ

Відкрита збройна агресія росії проти України наприкінці лютого 2022 р. спричинила трансформаційні процеси у діяльності всіх вітчизняних засобів масової інформації, передусім телекомпаній.

У перші три місяці повномасштабної війни Україна повністю чи частково (на окремій території) втратила кількадесят ефірних телеканалів [1], було припинено або призупинено випуск чималого кількості телепроектів та телепрограм. Масштаб втрат підтвердила голова Національної ради з питань телебачення та радіомовлення України Ольга Герасим'юк. За її даними, від початку повномасштабної війни станом на вересень 2022 р. припинили мовлення 210 телерадіокомпаній та лише 27 відновили роботу [2].

В умовах спричиненого війною раптового дефіциту людських, фінансових і матеріальних ресурсів навіть потужні (основні на ринку) медіагрупи були змушені розглянути можливість участі в спільних інформаційних марафонах (на кшталт «Єдині новини #UAPазом»), віддати перевагу розвитку альтернативних каналів мовлення, переформатувати контент, змінити формат подання інформації та спілкування з глядачем (замість токшоу, тематичних циклових програм – новини, гостьові студії, записані інтерв'ю тощо).

Крім того, на фоні воєнної загрози відбувся перехід у практичну площину започаткованого ще до початку масштабного російського вторгнення дискурсу щодо тенденцій гібридної агресії РФ проти України, коли поряд із важливістю протидії ворожій дезінформації та боротьби з фейковими новинами, чимало українських науковців і практиків відзначали необхідність формування чи політики «єдиного голосу» представників органів влади (директор Інституту світової політики Євген Магда) чи інструментів державної пропаганди для підтримки та просування цивілізаційного вибору (засновник Інституту постінформаційного суспільства, екзаступник міністра інформаційної політики України (2017–2019 рр.) Дмитро Золотухін) [3]. Саме такого характеру зміни у контенті помітили глядачі передусім вітчизняних телеканалів, залучених до спільних інформаційних телемарафонів.

На цьому тлі цікаве місце посідає Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України (надалі – ЦТРС МОУ). До початку масштабного російського вторгнення в Україну ця телерадіоорганізація фінансувалася з державного бюджету, не маючи власного каналу ефірного мовлення виробляла програми для низки загальнонаціональних телеканалів, а також намагалася просувати власний переважно новинний контент за допомогою Youtube-проєкту «Військове телебачення України».

Актуальним вбачається дослідити, чи відбулися зміни у виробленому цією телерадіоорганізацією телевізійному контенті з переходом від роботи в умовах «гібридної війни» до діяльності під час повномасштабної агресії росії проти України.

*Мета статті* – з'ясувати зміни в роботі Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України, що були спричинені початком повномасштабної агресії росії проти України (у період з 24 лютого по 31 травня 2022 р.).

Цьому підпорядковані такі завдання:

- розкрити редакційну політику ЦТРС МОУ за період з 24 лютого по 31 травня 2022 р.;
- проаналізувати проблемно-тематичні напрямки Youtube-каналу ЦТРС МОУ «Військове телебачення України» за період з 24 лютого по 31 травня 2022 р. з урахуванням вподобань глядачів.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Питанням, пов'язаним з військовими ЗМІ та їх діяльністю, присвячені розвідки таких науковців і дослідників як О. Гапеева, С. Горевалов, В. Гридчина, Н. Зикун, С. Камінський, Г. Кривошея, О. Мукомела, Н. Підмогильна, О. Покотило, О. Позняков, Р. Поронюк, М. Праута, Н. Рула, С. Середа, А. Шульженко [4–14].

В цих роботах автори проводили ретроспективний аналіз структури засобів масової інформації, засновником яких є Міністерство оборони України, досліджували їхні типологічні ознаки, жанрову палітру тощо.

Проте спроб проаналізувати контент відомчої військової телерадіоорганізації в умовах повномасштабної війни до цього часу не було, у чому і полягає наукова новизна представленого дослідження.

*Об'єкт дослідження* – діяльність Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *Предмет дослідження* – Youtube-канал «Військове телебачення України».

## 3. Методи дослідження

У статті використані методи контентно-тематичного аналізу та систематизації даних. Для швидкого ознайомлення сторонніх користувачів використано метод візуалізації даних. Факторний метод дозволив вивчити вплив окремих факторів на результативні показники досліджуваного Youtube-каналу. Порівняльний метод застосовано під час співставлення результатів та оцінки Youtube-каналів, що дозволило продемонструвати загальну тенденцію.

## 4. Результати і обговорення

З початком активної фази збройної агресії росії проти України усі регулярні проекти «Військового телебачення України» [15], які виходили в ефір до 24 лютого 2022 р., у тому числі на загальнонаціональних телеканалах, були призупинені.

Так, йдеться про телепрограму «Техніка війни» (24 канал, Рада), телепрограму «ПроВійсько» (5 канал, Прямий), телепрограму «Воїн» (5 канал, Прямий), реаліті-шоу «Рекрут.UA» (5 канал, 24 канал), телепрограму-інтерв'ю «11 запитань» (24 канал) і телепрограму «Армія сьогодні» (Рада).

За словами начальника Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України полковника Віктора Грома, причиною цього стали зміни в ефірних сітках телеканалів, з якими співпрацювала ЦТРС МОУ.

З перших днів війни колектив ЦТРС Міністерства оборони України розпочав підготовку і трансляцію коротких зведень щодо поточної обстановки в країні за офіційними даними Генерального штабу ЗС України, брифінгів військових посадових осіб тощо, використовуючи потужності виключно власного офіційного Youtube-каналу «Військове телебачення України» (ВійськТБ) (<https://www.youtube.com/user/ctrsTVua>). Довідково. Канал створено 26 червня 2012 р.

Основним завданням для Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України з початком повномасштабної російської збройної агресії стало інформування населення щодо:

- втрат зс рф у техніці та особовому складі;
- воєнних злочинів, скоєних російськими військовими;
- дій військово-політичного керівництва України;
- героїзму та незламності українських чоловіків та жінок у боротьбі за свою державу;
- міжнародної підтримки України;
- волонтерської діяльності.

Було змінено формат та підходи у поданні інформації на користь:

- створення сюжетів та міні-фільмів, легких для сприйняття аудиторією;
- перекладу кожного сюжету субтитрами англійською мовою;
- розповсюдження відео без звуку (чернетки) «ВійськТБ» з перекладом англійською;
- візуалізації та оперативності новин;
- підготовки сюжетів (відео) для цілодобового інформаційного марафону «Єдині новини #UAPазом».

Зміни у форматі роботи військових ЗМІ загалом та ЦТРС МОУ зокрема у цей період підтвердили і у Міністерстві оборони України, говорячи про «наголос на оперативних повідомленнях і сюжетах із передової» [16].

Станом на 23 лютого 2022 р. на офіційний канал YouTube єдиного в Україні «Військового телебачення» було підписано *230 тис. користувачів*.

За період з 24 лютого по 31 березня 2022 р. військові журналісти Центральної теле радіостудії Міноборони України підготували та оприлюднили на офіційному каналі YouTube *575 сюжетів*, в основному щодо головних подій в державі та в районах бойових дій під час відбиття російської збройної агресії.

Акцент було зроблено на швидкому інформуванні громадськості щодо подій в районах ведення бойових дій проти російських окупантів на території України, тобто військові телевізійники намагалися працювати у форматі, коли протягом кількох хвилин від часу надходження офіційної інформації від вищого військового штабу вже оприлюднювалося відповідне відео на YouTube.

Також було активізовано роботу щодо спростування російських фейків, роз'яснення цивільному населенню дій під час авіаударів, заходів протимінної безпеки тощо.

Згідно з контентно-тематичним аналізом відео виробництва ЦТРС МОУ у період з 24 лютого по 31 березня 2022 р. (ТОП-15), найбільшу кількість переглядів мали матеріали за тематикою героїчного опору українців російській навалі, оприлюднені у перші дні від початку російської збройної агресії (6 з 15) та оперативної обстановки в районах бойових дій (4 з 15). До ТОП-15 також увійшли інформаційно-аналітичні матеріали за підсумками бойових дій (2 з 15), а також щодо реакції на напад росії на Україну на міжнародній арені (3 з 15).

12 з 15 найбільш рейтингових матеріалів вийшли в ефір у лютому 2022 р., тобто у перші 5 днів повномасштабного вторгнення:

- «Джавеліни знищили колону російської техніки біля Глухова!» (понад 1 млн 710 тис. переглядів) – 24 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=Ti9GEQXi0wk>);
- «Харків – ворог складає зброю» (понад 1 млн 679 тис. переглядів) – 27 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=7ZsprdiPOJo>);
- «ЗСУ збили Су-35 вкє рф» (понад 1 млн 571 тис. переглядів) – 25 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=kyFog5WD5M4>);
- «В Київській області російські війська пішли на прорив державного кордону – ЗСУ вступили в бій» (понад 1 млн 380 тис. переглядів) – 24 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=sRJyAfYkOpU>);
- «росіяни масово здаються у полон» (понад 1 млн 298 тис. переглядів) – 26 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=lx83RwFYWMo>);



- «Пентагон відповів на погрози путіна» (1 млн 241 тис. переглядів) – 28 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=zNHMu6Cmy4w>);
- «Оперативна інформація від ЗСУ» – понад 1 млн 140 тис. переглядів, 25 лютого ([https://www.youtube.com/watch?v=4J-\\_vA54upQ](https://www.youtube.com/watch?v=4J-_vA54upQ));
- «Збито Іл-76 з десантом рф» (понад 1 млн 122 тис. переглядів) – 26 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=gAOsRNdcHNs>);
- «“Ми вже перемогли” – заява Головокомандувача ЗСУ Валерія Залужного на четвертий день спротиву» (понад 1 млн 107 тис. переглядів) – 28 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=Y7rggGke0ew>);
- «Білоруси, чинить опір» (понад 1 млн 092 тис. переглядів) – 27 лютого ([https://www.youtube.com/watch?v=RY5Xwih\\_RZ0](https://www.youtube.com/watch?v=RY5Xwih_RZ0));
- «Терміново. До уваги мешканців столиці» (понад 1 млн 034 тис. переглядів) – 26 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=b7MJm85XmGI>);
- «Ситуація на Херсонщині» (понад 1 млн 019 тис. переглядів) – 25 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=h6aJrQ9pgBc>).

До кінця березня 2022 р. показник кількості підписників YouTube Військового телебачення зріс до *711 тис.*, що разом з показниками переглядів відео та коментарів до них свідчить про актуальність обраних тем для користувачів.

У квітні 2022 р. приріст кількості підписників офіційного каналу «Військового телебачення» на YouTube становив *13 тис.* (з 711 тис. до *понад 724 тис.* підписників). При цьому кількість переглядів зросла до *близько 337 млн* (+ *11 млн* за місяць).

З 1 по 30 квітня 2022 р. військові журналісти Центральної телерадіостудії Міноборони України підготували та оприлюднили на офіційному каналі на YouTube *246 сюжетів* (у березні – 575).

Акцент робився на інформуванні громадськості щодо ходу бойових дій проти російських окупантів на території України:

- оперативна інформація щодо російського вторгнення (двічі на день),
- втрати ворожої армії у техніці та особовому складі,
- російські воєнні злочини на території України,
- дії військово-політичного керівництва України,
- героїзм та незламність українських чоловіків та жінок (рубрика #обличчявійни),
- спростування російських фейків (#InfoНаступ).

Основна частина відеоматеріалів з ТОП-15 (найбільш популярних) у квітні була опублікована у першій декаді місяця. Переважно це були зведення про оперативну обстановку (8 з 15), решта – матеріали про знищення російських військ в Україні (6 з 15), один сюжет стосувався звірств росіян на території України.

Показники переглядів конкретних відеосюжетів у квітні порівняно з березнем значно скоротилися, найбільший рейтинг мали сюжети щодо втрат ворожої армії у техніці та особовому складі:

- «18+. росіяни втекли, але лишили тисячі трупів своїх солдатів» – *понад 640 тис.* переглядів, 9 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=6yMPfECN958>);
- «Як знищили “еліту” російської армії | морська піхота рф – від Чечні до України» – *понад 420 тис.* переглядів, 23 квітня ([https://www.youtube.com/watch?v=giWffcZIC\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=giWffcZIC_Q));
- «Двох генералів ліквідовано, одного поранено / Нищівний удар по передовому пункту управління ворога» – *понад 369 тис.* переглядів, 23 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=byQQfK6FxrQ>);
- «Гордо йшли на Київ, але обісрались в підвалах Гостомельського аеропорту» – *понад 339 тис.* переглядів, 10 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=nCTW0hxSEzU>).

У квітні 2022 р. військові журналісти Центральної телерадіостудії Міноборони України створили низку відеоматеріалів «Зірки на підтримку ЗСУ» для покращення морально-психологічного стану воїнів та українців загалом.

Протягом травня 2022 р. кількість підписників офіційного каналу на YouTube «Військового телебачення» зросла на *понад 20 тис.* (до більше ніж *744 тис.* підписників), а переглядів – на *13,6 млн.* (до понад *350,6 млн.*).

З 1 по 31 травня 2022 р. військові журналісти Центральної телерадіостудії Міноборони України підготували та оприлюднили на офіційному каналі на YouTube *200 сюжетів* (для порівняння: *575* – у березні, *246* – у квітні).

Тематика «Військового телебачення» залишилася незмінною порівняно з попереднім місяцем:

- оперативна інформація щодо російського вторгнення (двічі на день),
- втрати ворожої армії у техніці та особовому складі,
- російські воєнні злочини на території України,
- дії військово-політичного керівництва України,
- героїзм та незламність українських чоловіків та жінок (телепрограма «Воїн – це я», рубрика #обличчявійни),
- спростування російських фейків (#InfoНаступ).

Згідно з аналізом найбільш популярних відеоматеріалів за кількістю переглядів (ТОП-15), у травні 2022 р. глядачів YouTube-каналу «ВійськТБ» цікавила передусім інформація про знищення російських окупантів українськими воїнами (8 сюжетів з 15) та оперативну обстановку на фронті (4 з 15):

1. «Захопили російські БМП-3 та Т-72Б3 / Обстановка на Запоріжжі» – *понад 553 тис.* переглядів, 2 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=cV3UEr9bduo>);
2. «Миколаївські урагани нищать рашистів» – *понад 537 тис.* переглядів, 12 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=GhC28f1-Vy4>);
3. «Ліквідація гру рф, “Урагани” роблять смерть ворогам / Миколаїв – воєнна хроніка подій» – *понад 509 тис.* переглядів, 13 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=vVYCb5bM-ew>);
4. «Міфи про каски та броніки. Частина 1» – *понад 368 тис.* переглядів, 3 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=3KgQJzomPeE>);
5. «Морська піхота – еліта ЗСУ» – *понад 349 тис.* переглядів, 23 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=1TI0iT4cy0>);
6. «Як наша арта знищує окупанта» – *понад 328 тис.* переглядів, 10 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=0vOFpNW68yE>);
7. «У Белгородській області противник розгорнув пускові установки ОТРК “Іскандер-М”» – *понад 274 тис.* переглядів, 22 травня (до моменту видалення);
8. «Знищені російські Т-72Б3, БМД-4, станція РЕБ на Михайлівській площі Києва» – *понад 272 тис.* переглядів, 21 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=kwbYEgd69ek>);
9. «Авіація знищила переправу через Інгулець» – *понад 207 тис.* переглядів, 16 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=gQ1BltDdKs>);
10. «Оперативна інформація станом на 06:00 01.05.2022 щодо російського вторгнення» – *понад 205 тис.* переглядів, 1 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=DgoiXa0vMH4>);
11. «Оперативна інформація станом на 06:00 09.05.2022» – *понад 182 тис.* переглядів, 9 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=tcC1OdDLtXk>);
12. «Американські М777 в дії / Українські артилеристи нищать ворога на сході» – *понад 180 тис.* переглядів, 14 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=mJCEEV4qdT4>);

13. «Оперативна інформація станом на 06:00 02.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 132 тис. переглядів, 2 травня ([https://www.youtube.com/watch?v=hR3\\_eFbYc-8](https://www.youtube.com/watch?v=hR3_eFbYc-8));

14. «Севєродонецьк. Бої на підступах» – понад 132 тис. переглядів, 22 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=ixR5IKgdKBw>);

15. «Оперативна інформація станом на 06:00 15.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 114 тис. переглядів, 15 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=c2sJ2U6oprw>).

З 24 травня на YouTube-каналі «Військове телебачення України» розпочався новий проєкт «Право знати» виробництва Центральної телерадіостудії Міноборони України спільно з Управлінням стратегічних комунікацій Апарату Головнокомандувача ЗС України, який розповідав про Міжнародне гуманітарне право, а саме про правила ведення війни. Особливої актуальності це набуло в умовах тотального зневажання російськими окупаційними військами Міжнародного гуманітарного права та вчинення ними тяжких воєнних злочинів.

За результатами аналізу ТОП-15 сюжетів на YouTube-каналі «Військове телебачення України» за лютий-травень 2022 р. (рис. 1), важливими для глядачів стали мотивуючі відео про героїзм українських воїнів, успіхи ЗС України та втрати російських військ.

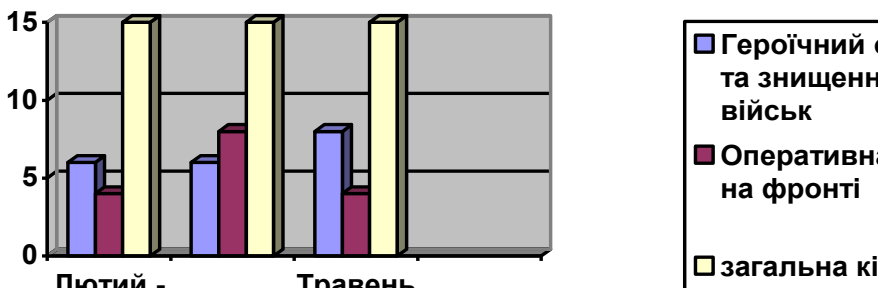


Рисунок 1. Тематика найбільш рейтингових відео на YouTube-каналі «Військове телебачення України» у лютому-травні 2022 р.

Абсолютна більшість матеріалів на YouTube-каналі «Військове телебачення України» у період з кінця лютого до кінця травня 2022 р. мала хронометраж від 1 до 5 хв., тобто відповідає формату окремих сюжетів класичного випуску новин. Виключення – хронометраж окремих програм в рубриках: «Право знати» – 4-8 хв., «Воїн – це я» – 7-8 хв. (зазвичай – 10-20 хв.).

За три місяці від початку відкритої збройної агресії росії проти України відбулося *більш ніж трикратне* зростання показників кількості підписників YouTube-каналу «Військове телебачення» – до 739 тис. (рис. 2).

## ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ПЕРЕДПЛАТНИКІВ І ПЕРЕГЛЯД ВІДЕО ЗА МІСЯЦЬ ДЛЯ CTRSTVUA

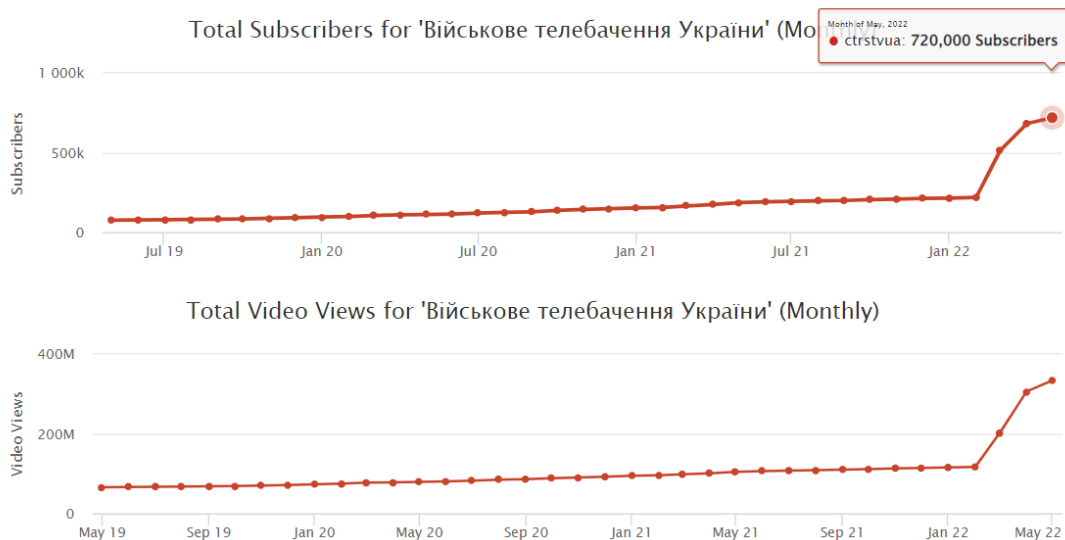


Рисунок 2. Загальна кількість підписників та переглядів відео YouTube-каналу «Військове телебачення України» з лютого по травень 2022 р.

Причинами цього можна визначити:

- стан «інформаційної невизначеності», що склався у перші дні російського вторгнення, коли українське суспільство гостро потребувало інформації з офіційних джерел про хід бойових дій, бажано у відеоформаті (як первинної, так і для перевірки раніше отриманої іншим шляхом);
- неспроможність телебачення, на якому розпочався «Єдиний марафон», задовольнити потребу громадян в інформації (згідно з дослідженням Інституту масової інформації, у перші два місяці з початку повномасштабного вторгнення росії українці активно читали новини та частіше оновлювали новинні стрічки, шукаючи інформацію, яка стосувалася їхньої безпеки [17]).

Варто наголосити, що зростання показників кількості підписників спостерігалось протягом аналізованого періоду у більшості YouTube-каналів, пов'язаних з інформацією про бойові дії або обстановку на лінії зіткнення.

Зокрема, така тенденція простежується при аналізі іншого джерела інформації про хід бойових дій на відеохостингу – офіційного Youtube-каналу Генерального штабу Збройних сил України «Генеральний штаб ЗСУ» (створений 21 жовтня 2015 р.).

Станом на 23 лютого 2022 р. цей канал мав 32 тисячі підписників. До кінця лютого 2022 р. кількість підписників зросла до 40 тисяч, а станом на 31 травня 2022 р. становила 89 тисяч (зростання у 2,7 рази).

Після 24 лютого 2022 р. основний контент на цьому верифікованому офіційному каналі – зведення щодо оперативної обстановки на лінії зіткнення (оперативна інформація подається речником двічі на добу), а також відео про героїзм українських воїнів, успіхи ЗС України та втрати російських військ.

Згідно з аналізом ТОП-20 відеоматеріалів на каналі «Генеральний штаб ЗСУ» у період з 24 лютого по 31 березня 2022 р., 18 з 20 найбільш рейтингових сюжетів оприлюднені наприкінці лютого – на початку березня і стосуються оперативної інформації щодо російського вторгнення, ще 2 демонструють втрати російських військ в Україні.

Превалюють стандартизовані заголовки відео на кшталт: «Оперативна інформація станом на 06.00 07.03.2022 щодо російського вторгнення» – *понад 198 тис.* переглядів, 7 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=nrfoogT3NRA>); «Обстановка станом на 13.00 24.02.2022 (укр)» – *понад 182 тис.* переглядів, 24 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=NDZx8lffeH4>); «Оперативна інформація станом на 06.00 02.03.2022 щодо #російського\_вторгнення» – *понад 57 тис.* переглядів, 2 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=vYE253mKgiU>); «Оперативна інформація станом на 18:00 27 лютого щодо російського вторгнення (#stoprussia)» – *понад 57 тис.* переглядів, 27 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=pi3HC6eUJNU>).

Проте інколи канал дозволяє собі відійти від «офіціозу» в заголовках на користь покращення просування відео, зокрема: «Без коментарів. Харківська область. Наслідки боїв» – *понад 37 тис.* переглядів, 30 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=t7brHkyHLvU>); «Росіяни мабуть не знали, що “февраль” в Україні це “ЛЮТИЙ”» (#StopRussia) – *понад 27 тис.* переглядів, 27 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=ZjHKS9baAio>).

Вже у квітні 2022 р. з відео, які увійшли до ТОП-15 за переглядами на каналі, оперативної обстановки щодо російського вторгнення стосуються лише 5 сюжетів. Абсолютна більшість сюжетів, які глядачі дивилися найбільше, спрямована на підтримку духу воїнів ЗС України та цивільних громадян нашої держави (у т.ч. мотивуючі музичні кліпи), а також розповідають про хід боїв та звірства російських військовослужбовців проти мирного населення під час окупації регіонів України.

Наприклад, «MAX BARSKIH Don't F@ck With Ukraine» – *понад 1 млн 011 тис.* переглядів, 29 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=qvZOS4ArYeA>); «Ой у лузі червона калина» – *понад 955 тис.* переглядів, 10 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=N7pAXDwj3Q>); «Pikkardiyska Tertsiya Hej, sokoly!» – *понад 701 тис.* переглядів, 16 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=AnFwhSXhPXg>); «Відео одного бою» – *понад 271 тис.* переглядів, 7 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=1626h46MYsw>); «Кого ховають на росії? РОСІЯ ПРОБИЛА ДНО БЕЗОДНІ (#stoprussia)» – *понад 40 тис.* переглядів, 19 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=ao955rmkUoY>); «Гостомель сьогодні. Без коментарів» – *понад 40 тис.* переглядів, 5 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=D2Nok7tOuiQ>); «Новий Биків – штаб у дитсадку, окопи на дитячих майданчиках, вкрадені подушки (#stoprussia)» – *понад 21 тис.* переглядів, 23 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=UJETokNn39Y>); «Гостомель, Буча, Ірпінь 02.04.2022 після звільнення від російських окупантів (#stoprussia)» – *понад 18 тис.* переглядів, 2 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=3TmvfkwXWds>); «Ласкаво просимо до пекла! Welcome to Hell! (#stoprussia)» – *понад 15 тис.* переглядів, 10 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=d9lBv-GRw4g>).

У травні у ТОП-15 кількість мотивуючих музичних кліпів збільшується, натомість кількість сюжетів про хід боїв та звірства російських військовослужбовців проти мирного населення під час окупації регіонів України зменшується на користь оперативної інформації щодо російського вторгнення. При цьому кількість переглядів сюжетів з оперативною інформацією щодо російського вторгнення – значно зменшується.

1. «Ой у лузі червона калина» – *понад 2 млн 275 тис.* переглядів, 7 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=AUF0qfZNI6E>);

2. «Пісня про Чернобаївку від ЗСУ» – понад 329 тис. переглядів, 2 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=1ynAJui-R6c>);

3. «Allahumma salli ala Muhammad. Заслужений академічний Ансамбль пісні і танцю ЗСУ» – понад 47 тис. переглядів, 1 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=SkPOZ0W3Wsg>);

4. «Байрактар. Фольклорний гурт “Святовид”» – понад 19 тис. переглядів, 23 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=S3wNkSROTmY>);

5. «Оперативна інформація станом на 06.00 29.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 14 тис. переглядів, 29 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=iq3qhAnI36s>);

6. «Оперативна інформація станом на 06.00 26.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 14 тис. переглядів, 26 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=0UvWLIZJ6Xs>);

7. «САУ “Caesar” уже в ЗСУ» – понад 11 тис. переглядів, 25 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=jagxbnfVx0o>);

8. «Оперативна інформація станом на 06.00 10.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 10 тис. переглядів, 10 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=uBMAkkRFi2E>);

9. «Оперативна інформація станом на 06.00 05.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 9 тис. переглядів, 5 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=Gk48NJZdxpo>);

10. «Оперативна інформація станом на 06.00 09.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 9 тис. переглядів, 9 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=8NHUBtGkU0Y>);

11. «Оперативна інформація станом на 06.00 01.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 1 травня ([https://www.youtube.com/watch?v=LjZW\\_OnZvcE](https://www.youtube.com/watch?v=LjZW_OnZvcE));

12. «Оперативна інформація станом на 06.00 08.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 8 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=VbQgccIqqGY>);

13. «Оперативна інформація станом на 06.00 30.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 30 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=VfAuSI7rOVw>);

14. «Червона калина” від чернігівців» – понад 8 тис. переглядів, 30 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=4qdli-Nt8PA>);

15. «Оперативна інформація станом на 06.00 02.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 2 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=B9q2efF3j-A>).

Упродовж згаданого періоду на Youtube-каналі «Генеральний штаб ЗСУ» були започатковані і наповнювалися відповідними матеріалами рубрики «Коротко. Війна (Відеодайджест)», «Звичайні герої», «Байки з фронту» та «#stoprussia». При цьому матеріали останньої, а також спеціально створеної рубрики «Он не на учениях» (загалом випущено 5 відеочастин упродовж березня), спрямовувалися переважно на закордонну аудиторію.

Щодо хронометражу відео на каналі, в середньому кожне відео тривало 3-5 хв., що відповідає часу стандартного музичного кліпу або дозволяє викласти зведення щодо обстановки за добу/половину доби.

З 26 лютого 2022 р. подібне за тематикою (зведення з оперативною інформацією за добу та аналізом ситуації, що склалася), але з іншою подачею відео починає розміщуватися в рубриці «Війна 2022» на Youtube-каналі радника керівника Офісу Президента України Олексія Арестовича [18]. Активне зростання кількості підписників та переглядів відео цього каналу [19] збігається з процесом формування його нової аудиторії від початку позиціонування Олексія Арестовича (почав виступати з брифінгами від Офісу Президента України щодо оперативної ситуації в державі з 24 лютого 2022 р.) як джерела оперативної, правдивої і точної інформації про події російсько-української війни. Завдяки щоденним брифінгам глядачі почали сприймати Арестовича як мало не головне джерело

інформації в державі про перебіг бойових дій. Дотично про це свідчить аналіз запитів Вікіпедії за цей період [20].

Якщо станом на 23 лютого 2022 р. канал Олексія Арестовича налічував 159 тис. підписників, то до кінця травня ця кількість зросла до 1,51 млн (у 9,5 разів) (рис. 3, рис. 4).

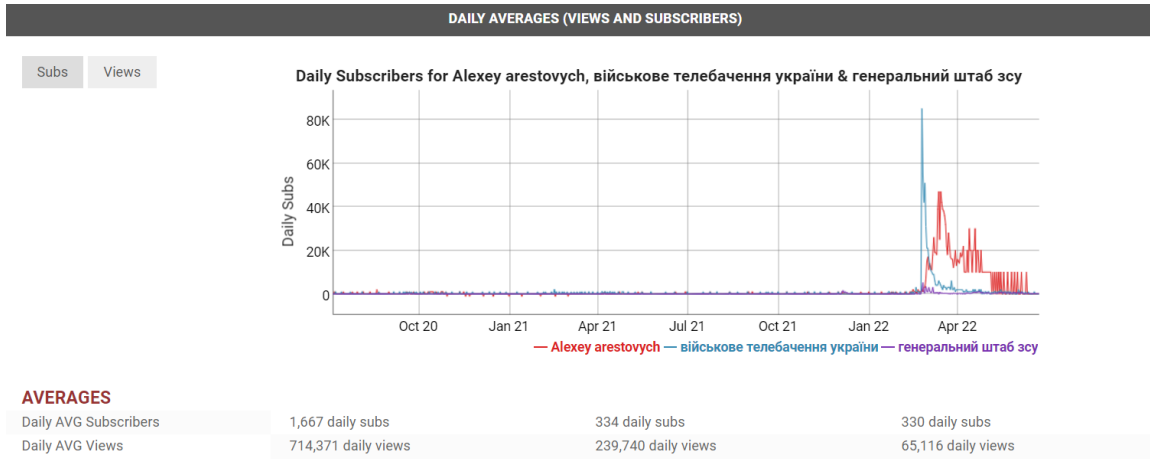


Рисунок 3. Кількість підписників на канали «Військов телебачення України», «Генеральний штаб ЗСУ», Alexey Arestovych (по днях).

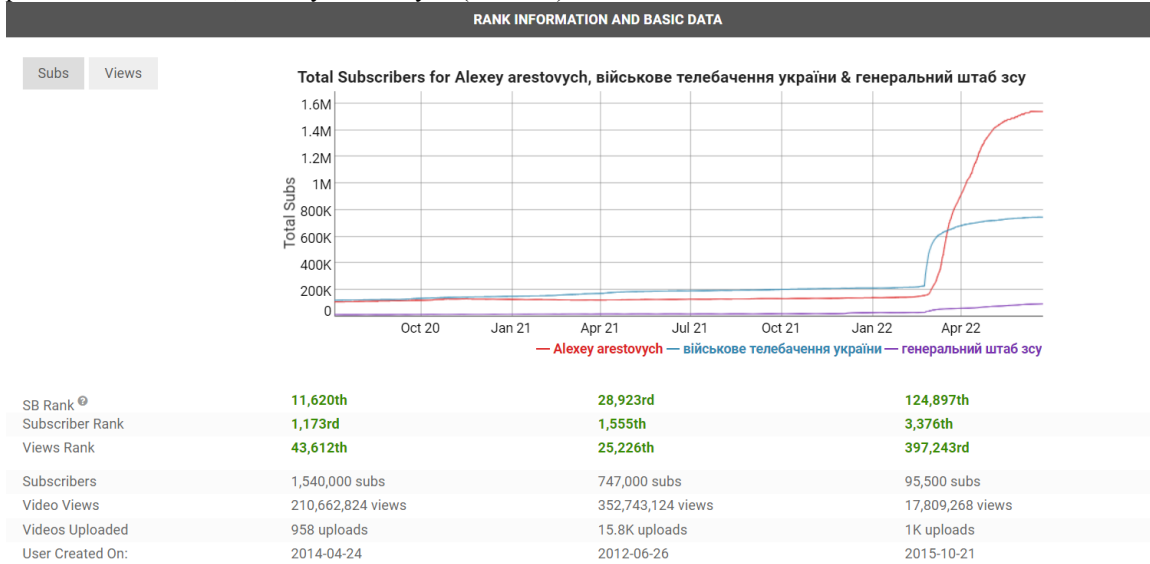


Рис. 4. Кількість підписників на канали «Військове телебачення України», «Генеральний штаб ЗСУ», Alexey Arestovych (загальна).

Водночас, до кінця аналізованого періоду висновки і прогнози спікера почали перетворюватися на меми (наприклад, «закінчення війни за два-три тижні, максимум місяць»)

внаслідок значної кількості пропагандистських тверджень та того, що радник голови Офісу президента Михайло Подоляк у середині червня 2022 р. охарактеризував як «певного роду викривлення» [21].

З початку травня офіційні брифінги Олексія Арестовича припинилися, проте він продовжував щодня оцінювати ситуацію на передовій у форматі інтерв'ю та бесід. У грудні 2022 р., на десятому місяці повномасштабного вторгнення, керівництво Міністерства оборони України заявило, що Олексій Арестович описує ситуацію на фронті простою мовою, однак за точною інформацією щодо перебігу війни слід звертатися до офіційних джерел [22].

Варто підкреслити, що характерною у зазначений період відмінністю Youtube-каналів «Відео військового телебачення» та «Генеральний штаб ЗСУ» порівняно з рубрикою «Война 2022» на Youtube-каналі радника керівника Офісу Президента України Олексія Арестовича є відсутність у перших двох трансляцій у форматі «LIVE» (ймовірно, через бажання обмежитися виключно перевіреною, уточненою і затвердженою до виходу в ефір інформацією).

Привертає увагу тотожність проблемно-тематичних напрямів найбільш рейтингових сюжетів таких YouTube-каналів на початку вторгнення (лютий-березень), але унікальність і відмінність контенту у квітні-травні.

За три місяці активної фази російсько-української війни YouTube-каналу «Військове телебачення України» вдалося збільшити власну аудиторію, а також в окремі моменти досягти не бачених раніше показників переглядів відео (як щоденних, так і загальних).

Максимально динамічно процес нарощення кількості підписників YouTube-каналу «Військове телебачення України» відбувався у період з кінця лютого до початку квітня 2022 р. Мільйонні перегляди відеоматеріалів виробництва ЦТРС МОУ на початку російського вторгнення в Україну були зумовлені потребою громадськості в отриманні в умовах хаосу оперативної об'єктивної інформації саме від офіційних військових джерел. Очевидно, що значну роль у збільшенні аудиторії YouTube-каналу «Військове телебачення України» відіграли також заголовки/ключові слова у назвах сюжетів.

З часом темпи збільшення кількості підписників уповільнилися, показники повернулися до довоєнних і стабілізувалися. Подібна динаміка характерна і для інших YouTube-каналів, які умовно можна об'єднати як «офіційні джерела інформації про хід російсько-української війни»: кінцевий споживач новин почав втомлюватися від матеріалів про війну та психологічно закриватися від неї.

Дотичне загальне спостереження зробив автор моніторингу загальнонаціонального телемарафону «Єдині новини #UARазом» Ігор Куляс. На початку липня 2022 р. він зауважував, що «В новинному телемарафоні дедалі ... більшає частка тем, віддалених від війни. Разом із подібними ж тенденціями в підборі гостей, часом дивишся ефір телемарафону, і починає складатися враження, що війна закінчилася, а домінують різні економічні, житейські, посттравматичні та "мімімішні" теми» [23].

Водночас, зафіксоване зменшення кількості переглядів відеоконтенту виробництва «Військового телебачення України» після перших тижнів активної фази російсько-української війни може свідчити про «кристалізацію» аудиторії каналу, яка довіряє каналу та зацікавлена у новинах про Збройні сили України (включно з медіа, які використовують оприлюднену ЗС України офіційну інформацію для створення власних новин і сюжетів), а також боротьбу української нації за своє існування шляхом завдання поразки російській армії.

Рішення керівництва ЦТРС Міністерства оборони України з початком збройної агресії росії проти України призупинити усі проєкти «Військового телебачення України» на користь підготовки і трансляції відео на власному Youtube-каналі відбулося у загальному



зростаючому тренді до посилення інтернет-складника комунікації (особливо – з 2020 р. в умовах карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19).

В умовах придушення або втрати телевізійного сигналу, неможливості виробництва телепрограм внаслідок бойових дій на значній території нашої країни у перші місяці повномасштабної агресії росії проти України Youtube набув особливої ваги для українських телеорганізацій. Адже доступ до каналів поширення інформації в інтернеті – зручний, доступний і недорогий. Це відзначає президент Української Асоціації Медіа Бізнесу, член Комісії з журналістської етики Олексій Погорелов, наголошуючи на продемонстрованій за час війни вразливості звичних способів «створювати медіа» і заробляти гроші. А також змінах в житті самих людей, читачів та слухачів, які втратили доступ до звичних джерел інформації, натомість отримали «джерела життєво важливої інформації, платформи для взаємодопомоги та для об'єднання зусиль чи координації дій» [24].

З початком відкритої російської збройної агресії проти України «Військове телебачення України» намагалося рухатися у фарватері формування одного з важливих складників перемоги над ворогом, який військовий аналітик, офіцер Армії оборони Ізраїлю Ігаль Левін називає «Медійність». Йдеться про «мобілізацію мас через медіа, причому через низові та, бажано, незалежні ЗМІ або максимально незалежні». Ігаль Левін зауважує, що «недостатньо просто знищити російський танк. Для мобілізації громадської думки та підняття бойового духу потрібно ще й завантажити відео знищення цього танка. І це релевантно будь-яким подіям. Чи була б мобілізація мас, коли ворог стояв під Києвом, якби не фото та відео спалених і розгромлених колон ЗС РФ на Чернігівщині та Сумщині? Мабуть, була б, але можна з великою впевненістю припустити, що вона була б менш масштабна і всеохопна» [25].

З 24 лютого 2022 р. військові журналісти ЦТРС МОУ у стислий термін започаткували низку спецпроектів за нагальною для діяльності ЗС України тематикою, що розповідають про головні події в державі та на фронті, допомагають боротися з фейками російської пропаганди, піднімають у глядачів бойовий дух та надихають на майбутню Перемогу.

Військові кореспонденти Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України доносять до суспільства інформацію з епіцентру бойових дій, готують оперативні матеріали безпосередньо з місць, де ведуться бойові дії. У своїх репортажах, відеосюжетах вони приділяють увагу як військовим, так і цивільному населенню, життєвим історіям тих, хто у складний для країни час власним прикладом доводить бажання і здатність боротися з ворогом за незалежність України, намагаються змінити на краще уявлення українського суспільства та світової спільноти про Українську армію.

Youtube-проект Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України «Військове телебачення України» з початком вторгнення росії в Україну відіграв роль у мобілізації, об'єднанні індивідів навколо ідеї героїчного спротиву агресору з боку українського народу та можливості перемоги українців у війні, хоча і був «низовим» з огляду на власну нішевість, незначні показники впізнаваності та охоплення.

Аналіз сюжетів на каналі за кількістю переглядів дає змогу зробити висновок, що зростання аудиторії каналу в розглянутий період стало можливим за рахунок посилення «агресивності» подачі і унікальності контенту: про бойові дії, втрати російських військ у живій силі і техніці, незламність і професіоналізм українських воїнів, їхні подвиги, фейки російської пропаганди.

Варто враховувати, що проекти державної (часто фінансованої за залишковим принципом) Центральної телерадіостудії Міноборони України не зможуть конкурувати за місце в ефірній сітці загальнонаціональних, регіональних чи місцевих телеканалів з проектами, ініційованими з метою отримання прибутків. Про це говорив генеральний директор інформагенції «Інтерфакс-Україна» Олександр Мартиненко під час експертної дискусії «Медіаекономіка в час війни: як знайшли шляхи оптимізації», організованої фундації

єю «Суспільність» за сприяння «Інтерньюз-Україна», «Детектора медіа» та Незалежної медійної ради. За його припущенням, «після закінчення спільного телемарафону кількість телеканалів у нас скоротиться в рази, ... медіа будуть брати і ставити все, за що платять гроші» [26].

Колективу телевізійної редакції Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України важливо спрямовувати зусилля на подальше закріплення *довіри* до виробленого контенту та власного реноме як відповідального, об'єктивного джерела інформації щодо воєнних подій, стратегій та політики.

Важливим на перспективу виглядає розвиток проєктів воєнно-історичного, військово-технічного, військово-спеціального спрямування тощо, випуск яких було призупинено з початком активної фази російсько-української війни. Також необхідно бути готовими інформаційно допомагати реінтеграції звільнених українських територій, соціальній адаптації ветеранів, які повернуться з фронту після війни тощо.

## 5. Висновки

В умовах початку активної фази російсько-української війни Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України була змушена перебудувати власну роботу. Здебільшого цей процес відбувався у відповідності до загальних тогочасних трендів, які визначилися для телерадіоорганізацій і установ в Україні.

Вироблений контент колектив телерадіостудії ЦТРС МОУ почав подавати виключно через офіційний Youtube-канал «Військове телебачення України».

Характерна особливість проєкту – позиціонування його як офіційного джерела інформації про виконання Збройними силами України наказів військового командування. Контент проєкту відрізняється увагою до всіх сфер діяльності Збройних сил України, спрямований на підтримку їхнього іміджу, має вплив на громадську думку в контексті формування героїчного образу українських військовослужбовців та важливості спротиву агресору.

За умов змін українського медіапростору Youtube-проєкт Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України «Військове телебачення України» набуває рис потенційно важливого інструменту державної пропаганди задля підтримки та просування цивілізаційного вибору України через Збройні сили як гаранта надійного захисту цього вибору.

Контент ЦТРС МОУ є корисним для забезпечення широкого сприйняття інформації про військові події, стратегії та політику, а також з точки зору формування фактичного матеріалу щодо історії російсько-української війни у XXI столітті.

Потенціал Youtube-проєкту «Військове телебачення України» виглядає значним, у тому числі зважаючи на процес збільшення в Україні кількості осіб, які у той чи інший спосіб мають зв'язок зі Збройними силами, іншими складниками сектору безпеки і оборони держави.

Контент ЦТРС МОУ, який розповсюджується за допомогою Youtube-каналу «Військове телебачення України» може або пропонуватися загальнодержавним телеканалам, або стати основою ефірного мовлення окремого військового телеканалу, у разі ухвалення рішення про його створення.

Водночас, для реалізації амбітних завдань на перспективу необхідні впровадження формату живого спілкування у прямому ефірі («LIVE»), запрошення до ефіру відомих гостей (керівництво держави, сектору безпеки і оборони, експертів, видатних особистостей та ін.).

## References

1. Dankova, N. (2022), “Silence on the air. Which Ukrainian TV and radio companies stopped broadcasting because of the war”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/rinok/article/200126/2022-06-15-tysha-v-efiri-yaki-ukrainski-tele-i-radiokompanii-prypynyly-movlennya-cherez-viynu/> (accessed: 22 June 2022).
2. Shabanin, D. & Skyba, S. (2022), “What was discussed on the air of the joint TV marathon on September 17”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/shchodennitelenovini/article/202935/2022-09-18-pro-shcho-govoryly-v-eteri-spilnogo-telemarafonu-17-veresnya/> (accessed: 19 September 2022).
3. Fedorenko, Yu. (2021), “The trends of hybrid aggression of the Russian Federation against Ukraine”, *Censor.net*, available at: [https://censor.net/ua/blogs/3302401/tendents\\_gbridno\\_agres\\_rf\\_proti\\_ukrani](https://censor.net/ua/blogs/3302401/tendents_gbridno_agres_rf_proti_ukrani) (accessed: 19 September 2022)
4. Hapeieva, O. & Poroniuk, R. (2022), “Origin and formation of information and media structures of the Armed Forces of Ukraine in 1991–2014”, *Novitnia Doba [New Age]*, vol. 10, NAS of Ukraine, I. Krypiakevych Institute of Ukrainian Studies, Lviv, pp. 213-223, available at: DOI: 10.33402/nd.2022-10-213-223 (accessed: 29 December 2022).
5. Horievalov, S. I. & Zykun, N. I. (2013), “Military mass media in the information space of Ukraine: the tasks and the prospects of development”, *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seriya: Zhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Series: Journalism]*, vol. 38, Lviv, pp. 250-256.
6. Hrydchyna, V. (2022), “Comparative analysis of the public relations system of the Armed Forces of Ukraine and NATO”, *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism]*, vol. 33 (72), no. 1, part 3, pp. 249-256, available at: DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-3/40> (accessed: 10 October 2022).
7. Kaminskyi, S. (2021), “The features of work of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine”, *Naukovo-Publitsystychne Vydannia Navchalno-Naukovoho Tsentru Stratehichnykh Komunikatsii u Sferi Zabezpechennia Natsionalnoi Bezpeky ta Oborony NUOU im. Ivana Cherniakhovskoho STRATCOM [Popular Scientific Publication of the Educational and Scientific Center for Strategic Communications in the Field of National Security and Defense of the National Defense University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiy STRATCOM]*, issue 2021(2), pp. 22-26, available at: [http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM\\_2\\_3\\_12\\_04\\_21.pdf](http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf) (accessed: 10 October 2022).
8. Pokotylo, O. & Seheda, S. (2014), “Formation of military newspapers of the independent Ukraine and their role in reformation of the armed forces”, *Hileia: Naukovyi Visnyk [Hileia: Scientific Herald]*, vol. 80, pp. 115-120.
9. Seheda, S. P. (2012), *Creation and Development of the Ukrainian Military Press (the XX – the Beginning of the XXI Century): a Monograph*, Ovid, Rivne, 504 p.
10. Seheda, S. (2019), “Means of mass communication in the combat area: historical experience and present”, *Voyenno-Istorychnyi Visnyk [Military-Historical Herald]*, vol. 31(1), pp. 5–19, available at: <https://doi.org/10.33099/2707-1383-2019-31-1-5-19> (accessed: 15 October 2022).
11. Aleshchenko, V.I., Andrusenko, T.V., Stasiuk, V.V., Chorny, V. S. et al (Eds.). (2017), *Socio-Communicative Processes in the Armed Forces of Ukraine: a Textbook*, the National Defense University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiy, Kyiv, 372 p.

12. Pidmohylna, N. & Nauruzov, A. (2019), “Ukrainian military press: compliance with time”, *Communications and Communicative Technologies*, vol. 19, pp. 62-69, available at: <https://doi.org/10.15421/291909> (accessed: 12 October 2022).

13. Prauta, M. V. (2021), “Functioning of the Ukrainian military print media in the conditions of external aggression (2014–2020)”, *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism]*, vol. 32 (71), part 2, pp. 226-233, available at: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/40> (accessed: 10 October 2022).

14. Shulzhenko, A. & Rula, N. (2022), “Genre diversity on the pages of domestic news agencies during the full-scale Russian-Ukrainian war”, *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism]*, vol. 33 (72), part 4/2, pp. 288-292, available at: DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.4.2/47> (accessed 10 October 2022).

15. Kaminskyi, S. (2021), “The features of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine”, *Naukovo-Publitsychnye Vydannia Navchalno-Naukovoho Tsentru Stratehichnykh Komunikatsii u Sferi Zabezpechennia Natsionalnoi Bezpeky ta Oborony NUOU im. Ivana Cherniakhovskoho STRATCOM [Popular Scientific Publication of the Educational and Scientific Center for Strategic Communications in the Field of National Security and Defense of the National Defense University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiy STRATCOM]*, issue 2021(2), pp. 22-26, available at: [http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM\\_2\\_3\\_12\\_04\\_21.pdf](http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf) (accessed 10 October 2022).

16. Ostapa, S. (2022), “Oleksandr Motuzyanyk, A Spokesman of the Ministry of Defense: “We support the media that criticize us – let them see with their own eyes where the truth is and where it is fiction”, *Detector Media*, available: <https://detector.media/infospace/article/200636/2022-07-01-rechnyk-minoborony-oleksandr-motuzyanyk-my-spryyaiemo-media-yaki-nas-krytykuyut-nekhay-bachat-na-vlasni-ochi-de-pravda-a-de-domysly/> (accessed 04 July 2022).

17. Institute of Mass Information (2022), “Due to the war, the traffic of some Ukrainian media increased by 300% – IMI”, available at: <https://imi.org.ua/monitorings/cherез-vijnu-trafik-deyakyh-ukrayinskyh-media-zbilshyvysya-na-300-imi-i45225> (accessed: 01 May 2022).

18. Arestovych, A. (2022), “War 2022-2023”, *Youtube.com*, available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHBacZjYq-jwRvdgyycHdsglIxEn222LP> (accessed: 07 July 2022).

19. Social Blade (2022), “Alexey Arestovych: through thorns to the stars”, available at: <https://socialblade.com/youtube/user/arestovych/monthly> (accessed 04 July 2022).

20. Petrushko, V. (2022), “The most visited Wikipedia articles for three months since the full-scale invasion”, *Wikimedia Ukraina [Wikimedia Ukraine]*, available at: [https://blog.wikimedia.org.ua/2022/06/03/most-popular-articles-during-invasion/?fbclid=IwAR1ORk-PaiJ2YN6BVm97XwamNNaGGxUbf\\_vHLZUju2eT4U3CDuCocNurwxw](https://blog.wikimedia.org.ua/2022/06/03/most-popular-articles-during-invasion/?fbclid=IwAR1ORk-PaiJ2YN6BVm97XwamNNaGGxUbf_vHLZUju2eT4U3CDuCocNurwxw) (accessed: 04 July 2022).

21. Zhartovska, M. & Spirin, Ye. (2022), “Mykhailo Podolyak has been living in the President’s Office building for 120 days. He pathetically criticizes the West, openly talks about the necessary weapons and Ukraine’s losses in the war – a great interview”, *Babel*, available at: <https://babel.ua/texts/80366-mihaylo-podolyak-120-dniv-zhive-v-ofisi-prezidenta-yogo-krytykuye-sekretar-rnbo-danilov-a-vin-pafosno-krytykuye-zahid-rozpovidaye-pro-neobhidnu-zbroyu-i-vtrati-ukrajini-na-viyni-velike-interv-yu> (accessed 07 July 2022).

22. Malyar, H. (2022), “Ministry of Defense: Arestovych describes the war in “simple language”, but only the military provides accurate information”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/infospace/article/205994/2022-12-14-minoborony-arestovych-opysuiet>

viynu-prostoyu-movoyu-ale-tochnu-informatsiyu-nadayut-lyshe-viyskovi/ (accessed 19 December 2022).

23. Kulyas, I. (2022), “What was broadcasted on the joint TV marathon “Yedyni novyny”/“General news” on June 27: a summary”, *Detector Media*, available at: <https://ms.detector.media/shchodenni-telenovini/post/29777/2022-07-03-yakym-buv-efir-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-27-chervnya-rezyume/> (accessed 07 July 2022).

24. Pohorielov, O. (2022), “War and local media: three important changes”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/> (accessed 27 June 2022).

25. Levin, I. (2022), “100 days of the Great War. What is already clear and what still needs to be learned”, *Focus*, available at: <https://focus.ua/uk/opinions/517633-100-dniv-velikoji-viyni-shcho-vzhe-zrozumilo-i-shcho-shche-treba-diznatsiya> (accessed: 03 June 2022).

26. Zablotska, V. (2022), “People ran to us – I hope we can be with them and answer their questions”. How the media survives during the war”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/community/article/200493/2022-06-27-lyudy-pobigly-do-nas-spodivayusya-my-zmozhemo-buty-z-nymy-i-vidpovidaty-na-ikhni-zapytannya-yak-vyzhyvayut-media-pid-chas-viyny/> (accessed: 27 June 2022).

Submitted 03.03.2023

## Список літератури

1. Данькова Н. Тиша в ефірі. Які українські теле- і радіокомпанії припинили мовлення через війну. URL: <https://detector.media/rinok/article/200126/2022-06-15-tysha-v-efiri-yaki-ukrainski-tele-i-radiokompanii-pryynyly-movlennya-cherez-viynu/> (дата звернення: 22.06.2022).

2. Шабанін Д., Скиба С. Про що говорили в етері спільного телемарафону 17 вересня. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/202935/2022-09-18-pro-shcho-govoryly-v-eteri-spilnogo-telemarafonu-17-veresnya/> (дата звернення: 19.09.2022)

3. Федоренко Ю. Тенденції гібридної агресії РФ проти України. URL: [https://censor.net/ua/blogs/3302401/tendents\\_gbridno\\_agres\\_rf\\_prot\\_i\\_ukrani](https://censor.net/ua/blogs/3302401/tendents_gbridno_agres_rf_prot_i_ukrani) (дата звернення: 19.09.2022)

4. Гапеева О., Поронюк Р. Зародження та становлення інформаційно-медійних структур Збройних сил України в 1991–2014 роках. *Новітня доба / гол. ред. Михайло Романюк; НАН України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича*. Львів, 2022. Вип. 10. 296 с. С. 213–223. DOI: 10.33402/nd.2022-10-213-223 (дата звернення: 29.12.22).

5. Горевалов С. І., Зикун Н. І. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: завдання й перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету: збірник наукових праць. Серія Журналістика*. Львів, 2013. Вип. 38. С. 250–256.

6. Гридчина В. Порівняльний аналіз системи зв'язків з громадськістю збройних сил України та НАТО. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72), № 1. Ч. 3. С. 249–256. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-3/40> (дата звернення: 10.10.22).

7. Камінський С. Особливості роботи Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *Науково-публіцистичне видання Навчально-наукового центру стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони НУОУ ім. Івана Черняховського STRATCOM*. Київ, 2021. Вип. 2021(2). С. 22–26. URL: [http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM\\_2\\_3\\_12\\_04\\_21.pdf](http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf) (дата звернення: 10.10.22).

8. Покотило О., Сегеда С. Становлення військових газет незалежної України та їх роль у реформуванні збройних сил. Київ : *Гілея: науковий вісник*. 2014. Вип. 80. С. 115–120.

9. Сегеда С. П. Створення та розвиток української військової преси (XX – початок XXI ст.) : монографія. Рівне : Овід, 2012. 504 с.

10. Сегеда С. Засоби масової комунікації у зоні бойових дій: історичний досвід і сучасність. *Воєнно-історичний вісник*. Т. 31 (1). С. 5–19. DOI: <https://doi.org/10.33099/2707-1383-2019-31-1-5-19>. (дата звернення: 15.10.22).

11. Суспільно-комунікативні процеси у Збройних Силах України : підручник / В. І. Алещенко, Т. В. Андрусенко, В. В. Стасюк та ін. ; за заг. ред. В. С. Чорного. Київ : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2017. 372 с.

12. Підмогильна Н., Наурузов А. Українська військова преса: відповідність часу. *Communications and Communicative Technologies*. 2019. № 19. С. 62–69. DOI: <https://doi.org/10.15421/291909> (дата звернення: 12.10.22).

13. Праута М. Функціонування українських друкованих військових засобів масової інформації за умов зовнішньої агресії (2014–2020 рр.). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 2. Ч. 2. С. 226–233. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/40> (дата звернення: 10.10.22).

14. Шульженко А., Рула Н. Жанрове різноманіття на сторінках вітчизняних інформаційних агентств у період повномасштабної російсько-української війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72), № 4. Ч. 2. С. 288–292. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.4.2/47> (дата звернення: 10.10.22).

15. Камінський С. Особливості роботи Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *Науково-публіцистичне видання Навчально-наукового центру стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони НУОУ ім. Івана Черняхівського STRATCOM*. Київ, 2021. Вип. 2021(2). С. 22–26. URL: [http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM\\_2\\_3\\_12\\_04\\_21.pdf](http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf) (дата звернення: 10.10.22).

16. Речник Міноборони Олександр Мотузьяник: Ми сприяємо медіа, які нас критикують, – нехай бачать на власні очі, де правда, а де домисли. URL: <https://detector.media/infospace/article/200636/2022-07-01-rechnyk-minoborony-oleksandr-motuzyanuk-my-spruyaiemo-media-yaki-nas-krytykuyut-nekhay-bachat-na-vlasni-ochi-de-pravda-a-de-domysly/> (дата звернення: 04.07.2022).

17. Через війну трафік деяких українських медіа збільшився на 300% – ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/chez-vijnu-trafik-deyakyh-ukrayinskyh-media-zbilshyvsvya-na-300-imi-i45225> (дата звернення: 01.05.2022).

18. Youtube Alexey Arestovych. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHBacZjYq-jwRvdgyycHdsglixEn222LP> (дата звернення: 07.07.2022).

19. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/arestovych/monthly> (дата звернення: 04.07.2022).

20. Найвідвідуваніші статті Вікіпедії за три місяці повномасштабного вторгнення. URL: [https://blog.wikimedia.org.ua/2022/06/03/most-popular-articles-during-invasion/?fbclid=IwAR1ORk-PaiJ2YN6BVm97XwamNNaGGxUbf\\_vHLZUju2eT4U3CDuCocNurwxw](https://blog.wikimedia.org.ua/2022/06/03/most-popular-articles-during-invasion/?fbclid=IwAR1ORk-PaiJ2YN6BVm97XwamNNaGGxUbf_vHLZUju2eT4U3CDuCocNurwxw) (дата звернення: 04.07.2022).

21. Михайло Подоляк 120 днів живе в Офісі президента. Його критикує секретар РНБО Данілов, а він пафосно критикує Захід, розповідає про необхідну зброю і втрати України на війні – велике інтерв'ю. URL: <https://babel.ua/texts/80366-mihaylo-podolyak-120-dniv-zhive-v-ofisi-prezidenta-yogo-krytikuye-sekretar-rnbo-danilov-a-vin-pafosno-krytikuye-zahid-rozpovidaye-pro-neobhidnu-zbroyu-i-vtrati-ukrajini-na-viyni-velike-interv-yu> (дата звернення: 07.07.2022).

22. Міноборони: Арестович описує війну «простою мовою», але точну інформацію надають лише військові. URL: <https://detector.media/infospace/article/205994/2022-12-14-minoborony-arestovych-opysuie-viynu-prostoyu-movoyu-ale-tochnu-informatsiyu-nadayut-lyshe-viyskovi/> (дата звернення: 19.12.2022).

23. Яким був ефір спільного телемарафону «Єдині новини» 27 червня: резюме. URL: <https://ms.detector.media/shchodenni-telenovini/post/29777/2022-07-03-yakym-buv-efir-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-27-chervnya-rezume/> (дата звернення: 07.07.2022).

24. Війна та місцеві медіа: три важливі зміни. URL: <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/> (дата звернення: 27.06.2022).

25. 100 днів Великої війни. Що вже зрозуміло і що ще треба дізнатися. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/517633-100-dniv-velikoji-viyni-shcho-vzhe-zrozumilo-i-shcho-shche-treba-diznatsiya> (дата звернення – 03.06.2022).

26. «Люди побігли до нас – сподіваюся, ми зможемо бути з ними і відповідати на їхні запитання». Як виживають медіа під час війни. URL: <https://detector.media/community/article/200493/2022-06-27-lyudy-pobigly-do-nas-spodivayusya-my-zmozhemo-buty-z-nymy-i-vidpovidaty-na-ikhni-zapytannya-yak-vyzhyvayut-media-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 27.06.2022).

Надійшла до редакції 03.03.2023

## RESEARCH OF MASTERS AND POSTGRADUATE STUDENTS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.10>

UDC 007:378.1:[303.621.34+303.621.322]

# Research of Students' Educational Needs Realization (on the Example of 1st and 4th Year Students of Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2019-2021)

Andrii Moskvych

<https://orcid.org/0009-0007-2760-5535>

*Master's Degree, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: msandriyko@gmail.com*

### ABSTRACT

**Main objective of the study:** to determine the level of accordance of the educational process at the Educational and Scientific Institute of Journalism to the expectations of its students.

The study has the following **tasks:** to study the other scientific researches about the topic; to survey the students of the 1st and the 4th years of ESIJ; to interview the administration of the institute and the guarantors of educational programs.

**Methodology of the study.** A questionnaire was conducted among the 1st and 4th year students of all educational programs of ESIJ. The questionnaire for the 1st year students was focused on the reasons for entering the institute and the expectations from their studying, and the 4th year students evaluated the educational process, demonstrated their impressions of the institute and the degree of realization of their expectations. Thus, with the help of methods of abstraction and extrapolation, we found out the opinions of all ESIJ students on the specified issue.

At the same time, the interviews were conducted with the guarantors of the institute's educational programs and the representatives of its administration about their vision of the image of a ESIJ graduate, optimization of the educational process, communication with the students and presentation of the educational programs to the applicants. Therefore, a narrative analysis was applied to their comments, and with the help of the methods of interpretation and



generalization, we singled out the common considerations for the representatives of this institute regarding this specified issue.

**Results and conclusions.** The article analyzes and systematizes the students' expectations from the educational process, interaction with the university, and generally higher journalism education. It was found that at the time of entrance competition the students sometimes have the inappropriate expectations from their studying, and the 4th year students are more skeptical of obtaining higher journalism education than their younger colleagues. The guarantors of the programs put the emphasis on creating the favorable conditions for studying, developing creativity and providing the basic and professional knowledge. The researches of scientists show that satisfaction with studying at a higher education institution is a significant factor in a student's professional self-efficiency.

There is also information that the 1st year students (more than 4th year ones), demonstrate an evident correlation between adaptation to higher education institution and attitude to their studying.

There is a need to take the communication between higher education institutions and applicants/students to a more professional level in order to avoid formation of inappropriate expectations from studying at the university.

**KEYWORDS:** students; educational needs; satisfaction with studying; bachelor's degree; journalism, ESII.

УДК 007:378.1:[303.621.34+303.621.322]

## **Дослідження реалізації освітніх потреб студентів (на прикладі 1 та 4 курсів ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2019-2021 рр.)**

*Москвич Андрій Сергійович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, магістр журналістики, <https://orcid.org/0009-0007-2760-5535>*

### **Резюме**

**Мета дослідження:** визначити рівень відповідності освітнього процесу в Навчально-науковому інституті журналістики очікуванням його студентів. **Меті** підпорядковані такі **завдання:** дослідити наукові напрацювання на задану тему; анкетувати студентів ННІЖ 1 та 4 курсів; інтерв'ювати адміністрацію інституту і гарантів освітніх програм.

**Методи дослідження.** Було проведено *анкетування* представників 1 та 4 курсів усіх освітніх програм ННІЖ. Акцент в анкеті для 1 курсу було зроблено на причини вступу до інституту й очікування від навчання, а студенти 4 курсу оцінили освітній процес, враження від інституту та ступінь виправданості своїх очікувань. Таким чином, за допомогою методів *абстрагування* та *екстраполяції* ми визначили позицію студентства ННІЖ із зазначеного питання. Водночас були проведені *інтерв'ю* з гарантами освітніх програм інституту та представниками його адміністрації на тему їхнього бачення образу випускника ННІЖ, оптимізації навчального процесу, комунікації зі студентами та презентування освітніх програм потенційним абітурієнтам. Відтак до їхніх коментарів був застосований

*нарративний аналіз*, а за допомогою методів *інтерпретації* та *узагальнення* ми виокремили спільні для представників цього ЗВО міркування з приводу цього питання.

**Результати і висновки.** У статті аналізуються та систематизуються очікування студентів від навчального процесу, взаємодії з університетом і загалом здобуття вищої журналістської освіти. Виявлено, що на момент вступу в студентів подекуди сформовані невідповідні очікування від навчання, а четвертокурсники ставляться до здобуття вищої журналістської освіти більш скептично, ніж їхні молодші колеги. Гаранті програм основний акцент роблять на створенні сприятливих умов для навчання, розвитку креативності й наданні базових і професійних знань. Дослідження науковців показують, що задоволеність навчанням у ЗВО є вагомим чинником професійної самоефективності студента. Також є відомості про те, що в перших курсів більшою мірою, ніж у четвертих, виражений зв'язок між адаптацією до ЗВО і ставленням до навчання.

Постає необхідність перевести комунікацію між ЗВО та абітурієнтами/студентами на більш професійний рівень задля уникнення формування невідповідних очікувань від університетського навчання.

**Ключові слова:** студенти; освітні потреби; задоволеність навчанням; бакалаврат; журналістика; ННІЖ.

## 1. Вступ

За останні роки засоби масової комунікації зазнали суттєвих змін внаслідок технологічного прогресу та зростання впливу інтернету на наше життя. З'явилися нові формати медіа, такі як соціальні мережі, стрімінгові платформи та інтерактивні сайти, що змінили спосіб сприйняття інформації користувачами [1]. Крім того, зростає кількість контенту, який створюють самі користувачі, що впливає на роль традиційних ЗМІ і розширює можливості для самовираження та залучення громадськості до дискусії [2]. Такі зміни також спричинили виникнення нових викликів та проблем, пов'язаних із дезінформацією, фільтруванням та маніпулюванням інформацією. У зв'язку з цим виникає питання – чи готові до викликів часу заклади освіти, які готують майбутніх працівників медіа.

Вища освіта допомагає журналістам отримати професійні знання, краще розуміти професійну етику та стандарти, виявляти та виправляти помилки в текстах, краще сприймати та аналізувати різні джерела інформації і загалом бути більш підготовленими до використання інформаційних технологій [3]. Тобто йдеться про можливість забезпечувати вищу якість та точність інформації.

Не варто забувати і про задоволеність студентів від навчання у ЗВО, оскільки це забезпечує їхню мотивацію та ефективність навчання, сприяє залученню до активної участі в науковій та громадській діяльності, дозволяє розвивати їхні інтелектуальні та соціальні навички. Більше того, задоволені студенти більш схильні до продовження навчання в університеті та рекомендувати його своїм знайомим, що неабияк впливає на привабливість закладу вищої освіти для майбутніх студентів. Університет, зі своєї сторони, повинен забезпечувати здобувачам освіти якісне навчання та створювати комфортні умови для розвитку [4].

За чотири роки (2016-2020) кількість абітурієнтів у Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка на ОС “Бакалавр” зросла майже на 48%, у той час як на ОС “Магістр” – зменшилась на понад 30%. Так, якщо у 2016 році інститут прийняв до навчання в бакалавраті 241 людину (11 із них на заочну форму), а до навчання в магістратурі – 178 людей (45 із них на заочну форму), то вже у 2020 році – 366 вступників на бакалаврат (з них 16 на заочну форму) і лише 124

вступники на магістратуру (з них 29 на заочну форму). Така тенденція наштовхує на гіпотезу про низький рівень задоволеності інститутом зі сторони його студентів. Це загрожує репутаційними та фінансовими збитками для ЗВО.

**Об'єкт:** студентство Навчально-наукового інституту журналістики (2016-2021 рр).

**Предмет:** освітні потреби студентів ННІЖ та рівень їх реалізації.

**Мета:** визначити рівень відповідності освітнього процесу в Навчально-науковому інституті журналістики очікуванням його студентів. **Меті підпорядковані такі завдання:** дослідити наукові напрацювання на задану тему; анкетувати студентів ННІЖ 1 та 4 курсів; інтерв'ювати адміністрацію інституту і гарантів освітніх програм.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Вивченню задоволеності студентів навчальним процесом присвячено достатньо багато українських і закордонних наукових робіт. Так, Крейдун, Поліванова та Яворовська зазначають, що задоволеність обраною спеціальністю і відносини з викладачами є чинниками професійної самоефективності студентів, і при цьому сприйняття студентами престижу ЗВО і якості освіти в ньому значною мірою визначається «особливостями міжособистісних відносин студентів із соціальним оточенням» [5].

Скрипник [6] вказує, що більшою задоволеністю навчальним процесом характеризуються ті студенти, які більше і швидше адаптуються до навчальної групи. У студентів першого та третього курсів це явище більш виражене порівняно з другим і четвертим курсами.

Необхідно також відзначити важливість способу життя студентів. Дослідження Балкіса [7] показало, що академічна прокрастинація негативно впливає на рівень задоволеності академічним життям і, певна річ, на академічні досягнення.

У зв'язку з великою кількісною перевагою дівчат серед респондентів необхідно також згадати Клеменса, Гана і Као [8], які відзначають, що їхнє дослідження не показало кореляції між задоволеністю університетським навчанням і статтю студентів.

## 3. Методи дослідження

Було проведено *анкетування* [9] представників 1 та 4 курсів усіх освітніх програм ННІЖ. Акцент в анкеті для 1 курсу було зроблено на причини вступу до інституту й очікування від навчання, а студенти 4 курсу оцінили освітній процес, враження від інституту та ступінь виправданості своїх очікувань. Таким чином, за допомогою методів *абстрагування* та *екстраполяції* ми визначили позицію студентства ННІЖ з цього питання.

Водночас були проведені *інтерв'ю* [10] з гарантами освітніх програм інституту та представниками його адміністрації на тему їхнього бачення образу випускника ННІЖ, оптимізації навчального процесу, комунікації зі студентами та презентування освітніх програм потенційним абітурієнтам. До їхніх коментарів був застосований *нарративний аналіз*, а за допомогою методів *інтерпретації* та *узагальнення* виокремлено спільні для представників цього ЗВО міркування з приводу виявленої проблеми.

## 4. Результати та обговорення

Опитування 2019 року

1 курс

Дві третини респондентів-першокурсників сказали, що найістотнішим критерієм вибору Київського національного університету імені Тараса Шевченка для них стала авторитетність (престиж) цього закладу вищої освіти. Другим за популярністю варіантом (із відставанням у більш ніж 50%) стали «успішні кар'єри випускників», інші опції не набрали і 3%.

Що ж стосується причин вступу до ННІЖ, тут усе ще більш однозначно: 86% респондентів назвали зацікавленість журналістським фахом, ще 8% – поради друзів. Бажання батьків, відносно легкий вступ – ці варіанти були згадані лише по одному разу (див. рис. 1).

2. Що для вас було приводом для вступу до ІЖ?

50 відповідей



Рисунок 1. Причини вступу до ННІЖ респондентів-першокурсників. Опитування 2019 р.

Кожен п'ятий респондент бачив рекламу вступу до ННІЖ, причому варіанти відповіді «на сайті» і «в телеграм-каналі» набрали приблизно однакову кількість голосів. Також були згадані варіанти «фейсбук-сторінка», «імейл-розсилка» та «друзі» й «день відкритих дверей».

Більшість бажаних навичок стосувалася soft-skills, до прикладу, вміння презентувати себе й навичок комунікації, однак були й охочі навчитися працювати в різноманітних програмах монтажу та дизайну, зокрема у фотешопі.

Найбільш значущими освітніми цілями були названі саморозвиток і розвиток навичок спілкування та лідерства, найменше балів набрав варіант, який стосувався отримання диплому про вищу освіту.

Рівно половина респондентів оцінила якість організації освітнього процесу в 4 бали з 5 можливих, однак максимальним балом – лише 4%.

Понад 60 відсотків респондентів сказали, що ННІЖ не відповідає їхньому уявленню про ідеал вищої освіти.

#### 4 курс

Авторитетність стала причиною вибору Київського національного університету імені Тараса Шевченка у 57% випадків. Другим найпопулярнішим варіантом стали «успішні кар'єри випускників» – 11,4% випадків.

Серед приводів для вступу до ННІЖ лідером стала «зацікавленість журналістським фахом» – 54,3%. 11,4% відповіли, що вступили саме до цього інституту через бажання батьків (див. рис. 2).

Серед очікуваних навичок лідирують професійні вміння, критичне мислення, а також просто якомога більше цікавої практики та теорії.

## 2. Що для вас було приводом для вступу до ІЖ?

35 відповідей

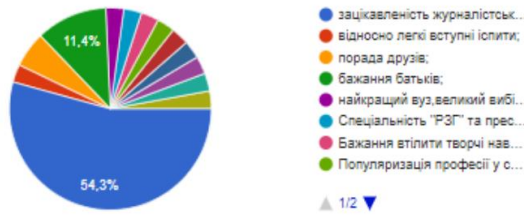


Рисунок 2. Причини вступу до ННІЖ студентів 4-го курсу. Опитування 2019 р.

Лише п'ять відсотків опитаних назвали ННІЖ ідеалом вищої освіти. Рівень навчання позитивно оцінили близько половини респондентів, однак найпопулярнішим вибором стали 7 балів (31% опитаних).

Професійним викладацький склад назвали понад 60% опитаних.

## Опитування 2020 і 2021 років

Порівнявши результати опитування вступників 2020 і 2021 років, відзначаємо, що кардинальних відмінностей немає.

Розподіл за статевою ознакою: як у 2020, так і в 2021 – переважна більшість респондентів жіночої статі.

У ННІЖ вступили і навчаються студенти з різних регіонів України.

Переважна більшість респондентів 2020 і 2021 років закінчували школи в містах.

Середній бал атестата: 9-11 балів. Середній бал ЗНО: у межах 165-195 балів.

Більшість респондентів володіють англійською мовою на середньому рівні.

В обидва роки КНУ імені Тараса Шевченка привабив переважну більшість вступників через престижність університету, також вступники зазначали, що великий вибір освітніх програм (76,6%) та кваліфікованість викладачів теж вплинула на остаточний вибір.

Вступники обох років зазначили, що зацікавленість обраною ОП вплинула найбільше на вибір саме ННІЖ КНУ (див. рис. 3). Крім цього, більше половини респондентів 2021 року згадували можливість успішної професійної реалізації.

## Що для Вас було причиною вступу до Навчально-наукового інституту журналістики?

319 відповідей

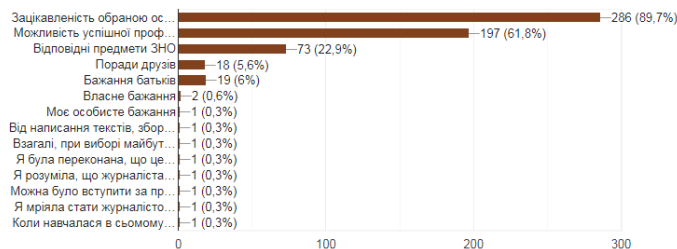


Рисунок 3. Причини вступу до ННІЖ респондентів-першокурсників. Опитування 2020-2021 рр.

Основним джерелом інформації для вступників-2020 і вступників-2021 був офіційний сайт ННІЖ (див. Додаток 4). Адміністрація ННІЖ повинна модернізувати сайт і зробити його більш технологічно зручним, привабливим і зрозумілим у використанні. Також важливо відзначити: респонденти 2021 року часто вказували, що брали інформацію зі сторі-

нок у соціальних мережах ННІЖ, саме тому потрібно активно розвивати це джерело, адже для молоді це один із найбільш зручних способів отримання необхідної інформації.

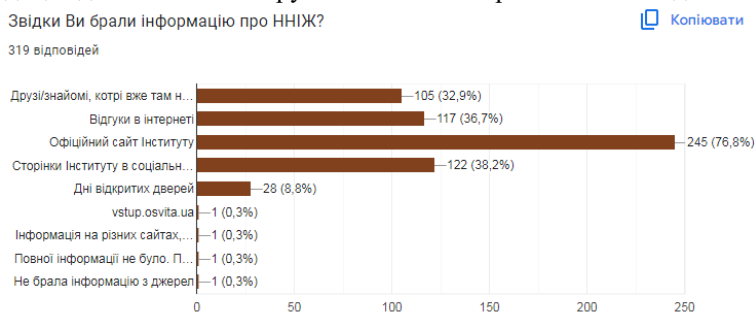


Рисунок 4. Основне джерело інформації для вступників-2020 і вступників-2021

Найбільш значущі освітні цілі збігаються у відповідях респондентів за два роки (див. рис. 5).

Бажані навички: hard and soft skills, навички роботи з різними редакторами, засобами для фотешопу, комунікативні навички, креативні навички, навички грамотного письма, аналізу та передачі інформації, навички грамотного спілкування тощо.



Рисунок 5. Найбільш значущі освітні цілі респондентів

В обидва роки більшість респондентів відзначила, що навчання цікаве та ефективне, коли 75% часу займає практика, 25% – теорія. Тому зрозуміло, що студенти очікують саме на практикоорієнтоване навчання.

Пріоритети в очікуванні від студентського життя збігаються: респонденти обох років називають формування як фахівців своїм головним пріоритетом (див. рис. 6).

Які Ваші пріоритети в очікуванні від студентського життя? (1 - першочергове, 5 - найменш суттєве) [Копіювати](#)

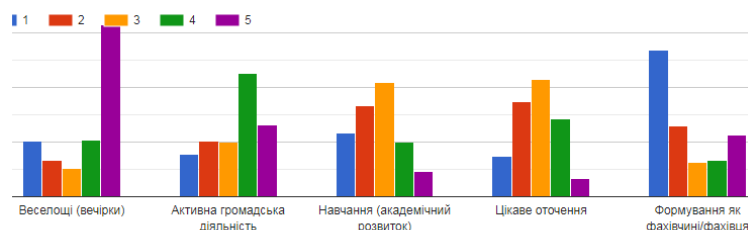


Рисунок 6. Пріоритети в очікуванні від студентського життя

В обидва роки більшість респондентів відзначила, що буде шукати можливість працювати під час навчання.

Зарплатні очікування в респондентів 2020 і 2021 років збігаються. Більшість зазначила суму в 7-10 тис. на початку.

Пріоритети в професії збігаються: насолода від роботи, гроші, кар'єрне зростання.

Вступникам 2021 року було запропоновано відповісти на блок питань, пов'язаних із навчанням в умовах карантину. Переважна більшість студентів позитивно оцінює роботу адміністрації ННІЖ з організації ефективного процесу навчання в умовах карантину (див. рис. 7, 8).

Як Ви вважаєте, адміністрація ННІЖ робить достатньо для забезпечення ефективного дистанційного навчання студентам? [Копіювати](#)  
248 відповідей

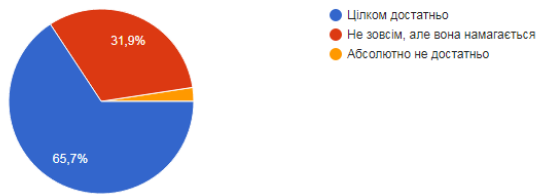


Рисунок 7. Оцінка роботи адміністрації ННІЖ з організації ефективного процесу навчання в умовах карантину

Наскільки Ви задоволені рівнем та якістю навчання в умовах дистанційного навчання (5 - цілком задоволений/а, 1 - абсолютно не задоволений/а)? [Копіювати](#)  
248 відповідей

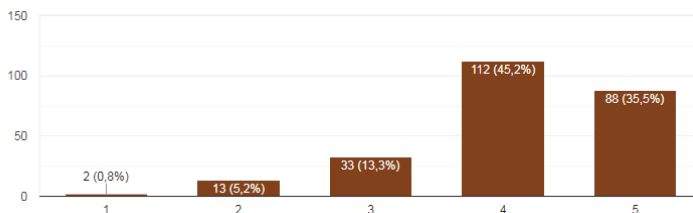


Рисунок 8. Задоволеність рівнем та якістю навчання в умовах дистанційного навчання

### Інтерв'ю з викладачами

#### *Популяризація Навчально-наукового інституту журналістики*

Комунікаційна стратегія ННІЖ щодо реалізації освітніх потреб студентів полягає насамперед у демонстрації демократичних засад в організації навчання, у забезпеченні права вибору навчальної траєкторії кожним студентом. По-друге, у популяризації найкращих моделей навчання, позиціонуванні інституту журналістики як унікального в Україні центру підготовки кадрів вищої кваліфікації, що співпрацює з зарубіжними школами журналістики.

За словами заступника директора з науково-педагогічної роботи і багаторічного відповідального секретаря відбіркової комісії інституту Євгена Станіславовича Цимбаленка, університет користується класичними методами розповсюдження інформації щодо актуальних бакалаврських освітніх програм. Наразі університет обмежується електронною поштою, телеграм-каналом, месенджерами та соціальною мережею Фейсбук, сайтом і викладачами – які охоче розповідають про свою дисципліну і напрям. Також університет

є активним учасником виставок та інших заходів, організовує дні відкритих дверей, ярмарки знань, зустрічі з випускниками, конкурси та інші інтерактиви для живої комунікації зі студентами.

Три роки тому була започаткована ярмарок знань, згідно з умовами якого інститут запрошує учнів партнерських шкіл, які можуть прийти й ознайомитися з тим, що відбувається в омріяному закладі вищої освіти.

Директор інституту Володимир Володимирович Різун на 80% задоволений сучасним станом презентування освітніх програм, але вважає, що не вистачає інтерактивності й залученості всіх сторін. Університет схиляється до традиційних інструментів і в майбутньому планує залучити до просування медіа.

Завідувач кафедри видавничої справи та редагування Василь Іванович Теремко висловлює думку, що має бути окрема людина в інституті, яка займатиметься комунікаціями. А саме – поширенням інформації про освітні програми на високому рівні. Щоб не обмежуватися лише сайтом.

#### *Основні упередження студентів і проблеми комунікації, несправджені мрії*

Серед проблем у комунікації варто виділити карантинні умови, які унеможливають адекватне проведення теоретичного та практичного навчання. Також пандемія стала перепорою на шляху до проведення дня відкритих дверей і внесла свої корективи в онлайн-простір.

Євген Цимбаленко робить акцент на тому, що на дні відкритих дверей приходять не лише зацікавлені люди, а й ті, хто подає заявки всюди. Тому не можна відстежити кількість людей, які дійсно є потенційними абітурієнтами. Реально зацікавлених у навчанні людей відштовхує велика конкуренція, стереотипи, страх невизначеності, страх перед потенційними складнощами. Але представники університету зазначають, що необхідно розвіювати стереотипи, оскільки переваг більше, ніж недоліків, а інститут готовий зарахувати всіх, у кого є бажання навчатися та гроші (якщо йдеться про навчання за контрактом).

У студентів, що на 1 курсі приходять до ННІЖ, складаються якісь нереалістичні очікування стосовно того, що вони будуть отримувати в інституті. Також стереотипне мислення наштовхує майбутніх студентів на те, що як тільки вони вступають до університету, вони стануть такими, як Лідія Таран і Алла Мазур. Проте це не так. І в основі успіху кожного лежить наполеглива праця.

Василь Теремко відстежує таку проблему, як розфокусованість. Раніше можна було побачити логіку й лінію розвитку студента, що приходить в університет, можна було з його мотивації й поведінки відчутти якість своєї роботи. А після вищезазначеного зламу студент сходить із дистанції класичного студента орієнтовно наприкінці 2 курсу, втрачає моделі поведінки студента. Сучасний студент стає трохи розірваним. Йому «здається, що він геній, коли все це лише попереду».

#### *Що планує інститут надати студентам*

Завідувач кафедри соціальних комунікацій Юрій Володимирович Бондар наголошує: інститут хоче створити з колишнього учня школи майбутнього професіонала, виточити людину, яку можна називати високоосвіченим фахівцем із творчими підходами, патріотичними та сучасними поглядами. Основний акцент гаранті програм роблять на:

1. Соціалізацію, створення сприятливих умов для навчання.
2. Розвиток творчості та креативності.
3. Надання знань, які стосуються професійних стандартів, етики журналістської галузі.
4. Надання базових знань на нешкільному рівні, які торкаються мови, культури, технічних і прикладних аспектів журналістики.

#### *Гордість ННІЖ, сильні сторони*



Серед сильних сторін інституту Юрій Бондар називає зокрема іменитих викладачів. До того ж, викладачі не відчувають номінальної вищості, оскільки намагаються не обмежувати форми комунікації, працювати як партнери. Студенти під час навчання мають змогу відвідувати пари і проходити практику в провідних медіа, бо багато випускників інституту там працюють на чільних посадах, вони радо беруть на стажування, на практику. Тобто по завершенню навчання всі студенти можуть знайти собі місце.

В інституті пишаються зокрема своїми випускниками: Л. Таран, В. Ар'євим, І. Герашенко, Д. Гайдамахою.

Як сильну сторону ННІЖ Володимир Різун відзначає свободу та демократичність. Студенти мають право відкрито висловлювати свої думки, аналізувати разом з адміністрацією ті чи інші події, вирішувати складнощі у правовому полі і ліквідувати проблеми.

Про активний розвиток університету і підтримку інновацій свідчать появи нових освітніх напрямів. Кілька років тому з'явилася нова програма – медіапродюсування. Вона допомагає студентам сформувати креативні глибинні навички, робити медіапродукти в різноманітних виявах, управляти технологічними, іміджевими процесами.

#### *Плани інституту на майбутнє*

Євген Цимбаленко вказує, що адміністрація має на меті демонструвати винаходи, здобутки випускників і не замовчувати те, які внески роблять студенти університету. Щоб викликати зацікавленість потенційних абітурієнтів.

Опитані представники ЗВО хочуть інтегрувати інновації у свою роботу, розширювати коло можливостей, будувати більш демократичне суспільство, зокрема демократичну університетську спільноту. У якій панують взаємоповага, справедливість, спокій і послідовність.

Володимир Різун зазначає, що більшість викладачів адаптувалися під умови сьогодення і вбачають перспективи в дистанційній освіті.

## **5. Висновки**

Понад 80% вступників користується інформацією з сайту ННІЖ та його сторінок у соціальних мережах, тож електронним ресурсам інституту мусить бути приділена максимальна увага. З одного боку, вони мають бути візуально привабливими та зручними у використанні, з чим, судячи з відгуків студентів, є проблеми. З іншого боку, на перше місце серед пріоритетів у навчанні першокурсники ставлять формування себе як фахівців (тобто професійний розвиток у межах галузі). Тому сайт має формувати відповідні очікування від освітніх програм. Абітурієнти мають бачити реалістичні картинки себе за 4 роки, адже викладачі зазначають, що багато вступників очікує набути зіркового статусу ледь не відразу після випуску. Абітурієнтам треба демонструвати яскраві реальні кейси з проєктів студентів ННІЖ. При цьому «застосування інноваційних комунікаційних технологій з просування освітніх послуг має низку переваг, оскільки вони характеризуються мультимедійністю, викликають довіру в громадськості, підвищують рівень престижності закладу освіти та приносять кращий результат, порівняно з традиційними методами популяризації» [11].

Оцінки рівня викладання й задоволеності навчанням у ННІЖ на 4 курсі в середньому гірші, ніж на 1. Випускники оцінюють рівень реалізації своїх очікувань на 3- (трохи гірше середнього). Багато скарг на загальноосвітні предмети, які, очевидно, не враховувалися в момент формування очікувань навколо бажання стати фахівцем у конкретній галузі. Але наявні водночас і скарги на окремих викладачів фахових дисциплін, зокрема щодо зловживання викладанням теорії та відсутності практики.

Цікава деталь стосується й образу КНУ. Серед причин вибору саме цього університету більшість респондентів указала “престиж”, але він же часто фігурує і в описі випускників щодо розчарувань – “менше пафосу, більше діла”.

## References

1. Safarova, E.R. (2019), “Convergence journalism in digital media era”, *Aktualni Problemy Sotsialnykh Komunikatsii [Actual Issues of Social Communications]*, pp. 45-48.
2. Lysenko, V.V. (2021), *Citizen Journalism as a Means of Fulfilling the Human Right to Information*, PhD diss., National University “Odessa Law Academy”, Odessa, 197 p.
3. Rizun, V.V. (2017), “An idea of journalism education in the context of the discourse about university”, in Bondar, Yu.V. & Kornieiev, V.M. (Eds.), *Universities of Volodymyr Rizun. Words in Honor of the 60th Anniversary and Work of the Jubilee*, Astroprint, Odessa, pp. 308-323.
4. Ministry of Education and Science of Ukraine (2022), *Regulations on organization of the educational process in Taras Shevchenko National University of Kyiv (the second edition)*, Protocol # 15 of 11 April 2022, Taras Shevchenko National University of Kyiv, available at: [https://knu.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-11\\_04\\_2022.pdf](https://knu.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-11_04_2022.pdf)
5. Kreidun, N.P., Polivanova, O.E. & Yavorovska, L.M. (2016), “Satisfaction with studying at the university as a factor of professional self-efficacy of the modern students”, *Problemy Suchasnoi Osvity [Issues of Modern Education]*, no. 7.
6. Skrypnyk, N.H. (2019), *Satisfaction With Study and Students' Adaptation to University*, Dr. diss., H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University.
7. Balkis, M. (2013), “Academic procrastination, academic life satisfaction and academic achievement: the mediation role of rational beliefs about studying”, *Journal of Cognitive & Behavioral Psychotherapies*, no. 13 (1).
8. Clemes, M. D., Gan, C. E. & Kao, T. H. (2008), “University student satisfaction: An empirical analysis”, *Journal of Marketing for Higher Education*, no. 17 (2), pp. 292-325.
9. Prokopenko, L.I. (2015), “The method of questionnaire in the sociological researches of Ukrainian libraries”, *Kultura i Mystetstvo u Suchasnomu Sviti [Culture and Art in the Modern World]*, no. 16, pp. 45-50.
10. Idrisov, B. (2016), “Formation of communicative competence as an opportunity to improve quality of interviewing for future sociologists”, *Sociological Studios*, no. 1 (8), pp. 58-63.
11. Ostapchuk, N.S. (2019), “Innovative communication technologies for university promotion”, *The Latest Trends of Media Industry*, pp. 79-83.

Submitted 01.05.2023

## Список літератури

1. Сафарова, Е. Р. Конвергентна журналістика в епоху цифрових ЗМІ. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій*, 45.
2. Лисенко, В. В. (2021). Громадянська журналістика як засіб реалізації права людини на інформацію (Doctoral dissertation, Одеса).
3. Різун, В. В. (2017). Ідея журналістської освіти в контексті дискурсу про університет. Одеса: Астропринт.
4. Положення про організацію освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. Вилучено з [https://knu.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-11\\_04\\_2022.pdf](https://knu.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-11_04_2022.pdf)
5. Крейдун, Н. П., Поліванова, О. Є., & Яворовська, Л. М. (2016). Задоволеність навчанням у вищому навчальному закладі як чинник професійної самоефективності сучасних студентів. *Проблеми сучасної освіти*, (7).

6. Скрипник, Н. Г. (2019). Задоволеність навчанням та адаптація студентів до закладу вищої освіти (Doctoral dissertation, Харківський національний педагогічний університет імені ГС Сковороди).
7. Balkis, M. (2013). Academic procrastination, academic life satisfaction and academic achievement: the mediation role of rational beliefs about studying. *Journal of Cognitive & Behavioral Psychotherapies*, 13(1).
8. Clemen, M. D., Gan, C. E., & Kao, T. H. (2008). University student satisfaction: An empirical analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 17 (2), 292-325.
9. Прокопенко, Л. І. (2015). Метод анкетування у соціологічних дослідженнях бібліотек України. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, (16), 45-50.
10. Idrisov, B. (2016). Формування комунікативної компетентності студентів-майбутніх соціологів як можливості підвищення якості інтерв'ювання. *Sociological Studios*, (1 (8)), 58-63.
11. Остапчук, Н. С. (2019). Інноваційні комунікаційні технології з просування закладів вищої освіти. *Новітні тенденції в медіагалузі*.

Надійшла до редакції 01.05.2023

Academic journal

**Scientific Notes of Institute of Journalism  
T. 1 (82)  
2023**

**The issue was prepared by:**

Editors Tetyana Skotnykova, Nataliia Vashchenko

*Journal homepage:*

*<http://www.scientific-notes.com/>*

The journal available on  
the websites of the academic databases and libraries:  
<http://www.nbu.gov.ua> (**Vernadsky National Library of Ukraine**);  
<http://www.library.univ.kiev.ua> (**Maksymovych Scientific Library**).

Format: 70x108/16.

Conventional printed sheets: 10,4; circulation: 100.

**Editorial:**

The Educational and Scientific Institute of Journalism  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
36/1 Yuriy Illenka St., Kyiv, 04119, Ukraine.  
Phone: +380444814548. Fax: +380444830981.  
Email: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com)

**Publisher:**

Interdepartmental Educational and Printing Laboratory  
of the Educational and Scientific Institute of Journalism,  
36/1 Yuriy Illienka St., office 102, 04119, Kyiv, Ukraine  
Phone: +380444814548. e-mail: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com)

*The author's copy of the journal is sent to the address,  
specified by the author, at their expense.*

Наукове видання

**Наукові записки Інституту журналістики**  
**том 1 (82)**  
**2023 рік**

**Над випуском працювали:**

Редактори Тетяна Скотникова, Наталія Ващенко

*Веб-сайт журналу:*

*<http://www.scientific-notes.com/>*

Журнал доступний на академічних веб-ресурсах:

<http://www.nbu.gov.ua> (НБУ ім. В. І. Вернадського);

<http://www.library.univ.kiev.ua> (Наукова бібліотека ім. М. Максимовича).

Формат 70×108/16. Ум. друк. арк. 10,4

Наклад 100 пр.

**Адреса редакції:**

Навчально-науковий інститут журналістики

Київського національного університету

імені Тараса Шевченка,

вул. Юрія Ілленка, 36/1, м. Київ, 04119.

Тел.: +380444814548. Факс: +380444830981.

Email: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com)

**Виготовник:**

Міжкафедральна навчальна видавничо-поліграфічна лабораторія

Навчально-наукового інституту журналістики,

вул. Ілленка, 36/1, кімн. 102, м. Київ, 04119.

тел.: +380444814548; e-mail: [publishing.group.ij@gmail.com](mailto:publishing.group.ij@gmail.com)

*Авторський примірник журналу надсилається на вказану  
автором адресу за його кошти.*