

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého
v Olomouci
KATEDRA SLAVISTIKY**

**Reflexe současné válečné krize v ukrajinských
publicistických dílech**

**The reflection of the current war crisis in Ukrainian
publications**

**Відображення сучасної воєнної ситуації в
українських виданнях**

Vypracovala: Olesia Pauk

Vedoucí práce: Mgr. Radana Merzová, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a uvedla všechny použité prameny.

V Olomouci, 11.4.2018 _____

Děkuji Mgr. Radaně Merzové, Ph.D., za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní bakalářské práce poskytla.

Зміст

Вступ.....	3
1. Теоретико-методологічні засади сучасної журналістики.....	5
1.1. Поняття журналістики та її жанри.....	5
1.2. Сучасний стан журналістики в Україні.....	12
1.3. Роль ЗМІ в різних сферах суспільного життя.....	28
2. Аналіз публікацій в українських та російських ЗМІ в контексті війни на сході України.....	37
2.1. Порівняння особливостей роботи українських та російських ЗМІ.....	37
2.2. Інформування про події на сході України російськими ЗМІ.....	50
2.3. Висвітлення подій на Сході України українськими ЗМІ.....	55
Висновки.....	64
Список використаних джерел.....	67

Вступ

Актуальність теми. Сьогодні для того, щоб правда стала жертвою, необов'язково розпочинати війну. Втім, якщо за зброю вже взялися, а підрахунок убитих сягає тисяч, ЗМІ повинні розуміти, що вони несуть таку саму відповідальність за людські життя, що й військове керівництво країни. Відповідне до журналістських стандартів висвітлення подій війни стає життєво необхідним.

Українські ЗМІ, на відміну від російських, не були готові до війни. До 2014 року дискурс війни існував тільки в контексті міжнародних подій, які займали невелику частку медійного простору. Останню війну на території України – Другу світову – в медійному полі жорстко курував Кремль. Сьогодні українські ЗМІ мають різних власників і, відповідно, різні цілі – від бізнесу до політики. Влада практично не впливає на інформаційну політику в ЗМІ, щоправда, тільки в тому випадку, якщо медіавласник не має депутатського мандата чи президентських повноважень. Утім, навіть висвітлення збройного конфлікту відбувається у різних форматах – і в національному, проукраїнському, і з проросійським ухилом.

Зовсім інша ситуація із ЗМІ в північного сусіда, війська якого, за дослідженнями міжнародних правозахисних організацій, беруть участь у військових діях на Донбасі. Дискурс війни в російських ЗМІ існує протягом усієї незалежності Російської Федерації. Чечня, Дагестан, численні теракти – все це підготувало російського журналіста до жахів війни, жорстокості тероризму. Крім того, всіма основними ЗМІ Росії досі керує Кремль, який чітко вказує, хто – ворог, а хто – свій. Дослідження пропаганди війни у ЗМІ важливе для громадян країни, в якій вона відбувається, передусім щоб зрозуміти, чи усі думки представлені. Вивчення ж такої сфери у ЗМІ іншої країни, учасниці конфлікту, дасть можливість побачити медійне поле, в якому перебувають громадяни тієї країни, а відтак і вектор інформаційної війни, яку проводить (чи не проводить) та країна.

Питання інформаційної агресії з боку Росії щодо України сьогодні надзвичайно актуальне. Тому варто виокремити праці таких дослідників цієї галузі, як: Почепцова Г. Г., Панаріна І. М., Петрика В. М., Литвиненка О. В. Парфенюка І. М., Старіша О., Домарева В., Леонтьєвої Л. Є. та ін. Зауважимо, що поки в українському журналістикознавстві сьогодні таких праць є дуже мало, тому існує гостра потреба в такій літературі, адже вона навчатиме і допомагатиме відбивати інформаційні напади агресора.

Об'єкт дослідження – українські та російські ЗМІ в контексті конфлікту на сході України.

Предмет дослідження – способи та методи висвітлення українськими та російськими ЗМІ подій на сході України.

Метою бакалаврської роботи є аналіз відображення сучасної військової кризи в українській публіцистиці.

Завданнями бакалаврської роботи є:

- визначення поняття журналістики та її жанрів;
- характеристика сучасного стану журналістики в Україні;
- обґрунтування ролі ЗМІ в різних сферах суспільного життя;
- порівняння особливостей роботи українських та російських ЗМІ в

контексті сучасної військової кризи.

Методи дослідження: теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація вітчизняних та зарубіжних джерел, періодичних видань – дадуть можливість систематизувати та узагальнити стан досліджуваної проблеми), емпіричні.

Структура бакалаврської роботи. Бакалаврська робота складається з вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 69 сторінок.

1. Теоретико-методологічні засади сучасної журналістики

1.1. Поняття журналістики та її жанри

Журналістика — це соціальний інститут, створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегульованої системи.

Соціальна місія журналістики полягає у формуванні громадської думки та управлінні масовими емоціями. Функціонування журналістики забезпечується в сучасному світі через її інфраструктуру, яка складається з технічних, інформаційних, організаційно-управлінських, навчальних закладів та установ [4, с. 62].

Під журналістикою розуміють також практику збору, інтерпретації інформації про події, теми і тенденції сучасного життя, її уявлення в різних жанрах і формах, і подальшого розповсюдження на масову аудиторію.

Журналістика інституційно є частиною полісистеми засобів масової інформації, тобто входить у багатофункціональні інститути суспільства, такі, як: преса, телебачення, радіо, інтернет та ін.

З точки зору суспільних інтересів, журналістика адаптує частину науково-практичного знання даних груп для сприйняття масовою свідомістю з метою прийняття іншими соціальними групами моделей поведінки, ідеології (культури, моралі, етики, естетики) та способів розвитку.

Частина дослідників вважає, що існують два основних напрямки журналістики — журналістика дослідження і журналістика розслідування. Журналіст дослідник, як правило працює з відкритими (доступними) джерелами інформації, в розслідуванні журналіст вторгається в область закритої (недоступної) інформації. Відповідно методики роботи в тому й іншому напрямках різні. У демократичних країнах журналістів-розслідувачів прийнято називати «ланцюговими псами демократії», або «розгрібачами

бруду». Слід зазначити, що біполярний підхід до напрямів журналістики сьогодні заперечується і визнається спрощеним.

Журналістика як наука — система художніх, культурологічних, історичних, соціологічних та ін. дисциплін, що охоплює повний цикл створення і управління практичною журналістикою в суспільстві, її впливу на зміни суспільних процесів.

Жанри - це комунікативні канали для певного роду інформації. Неправильно пов'язувати жанр лише з формою журналістського твору, хоча б і такою, що склалася в глибинах історії й стабілізувалася в своїх структурних ознаках. Жанр - це певним чином окреслений зміст, що "відшукав" найбільш зручну форму для свого втілення. Жанр - це змістовно-формальна єдність.

А відтак, журналіст мусить навчитися бачити дійсність очима жанру, оскільки зрозуміти цю саму дійсність можна лише у зв'язку з певними способами її вираження. Адже журналіст не втискує матеріал у готову площину твору, а жанровий погляд служить йому для відкриття, бачення, розуміння й відбору життєвого матеріалу. Насправді жанри в журналістській (і літературній) творчості існують об'єктивно, тобто незалежно від бажань практиків і думок теоретиків. Можна впевнено говорити, що жанри - це великі групи текстів, які наділені спільними ознаками, а жанрологія -це наука про типологію текстів [9, с. 73].

Під жанрологією розуміємо ту частину теорії журналістики (й літератури), що вивчає поділ текстів на роди і жанри. Слово "жанр" запозичене в українську мову з французької, де вживається в двох значеннях: "рід" і "вид". Це створило певну плутанину в жанрологічній термінологічній системі, де утворилося відразу кілька понятійних рядів для позначення одних і тих самих явищ.

Наявність певних родів і жанрів, згідно з цим філософським законом, означає ні що інше, як існування певного змісту, який визначає адекватні способи свого оформлення, невіддільного від форми. У процесі історичного розвитку жанри інтенсивно розвивалися. Змінювалася дійсність, що була

предметом відображення в творчості, змінювалися ідеологічні системи, які визначали сутність цього відображення. Часом дуже важко співвіднести два цілком різні твори і побачити в них наявність спільних жанрових ознак. Величезна часова дистанція між "Антигоною" Софокла і п'єсою Е. Іонеску "Король помирає". Але нерозв'язний художній конфлікт і відображення його крізь призму поважного величного пафосу об'єднує ці твори в жанр трагедії, встановлює тяглість історичної традиції між ними [8, с. 107].

Для розуміння жанрової специфіки надзвичайно істотним є другий бік художнього змісту, а саме - авторська оцінка відображуваних явищ дійсності. Проте - знову наголосимо - для розуміння жанрового змісту важливо враховувати не індивідуально-конкретну концепцію світу, а найзагальнішу позицію автора, виражену як пафос твору.

Журналістика сприйняла найважливіші принципи літературної жанрології, як-от:

1) в основі формування розподілу творчості на роди й жанри лежать особливості людського пізнання, яке передбачає потребу володіти цілим набором жанрів для огляду й розуміння дійсності;

2) кожний жанр здатний оволодіти лише певними сторонами дійсності, і в цьому виправданість його існування;

3) жанр є складною системою засобів і способів розумного оволодіння дійсністю;

4) жанр - сукупність колективної орієнтації в дійсності і способах її осягнення, жанр належить не конкретному автору, а суспільній свідомості;

5) жанри живуть сучасністю, але пам'ятають минуле;

6) жанр - засіб зв'язку творчості зі споживачами і задоволення їхніх читацьких очікувань.

Сьогодні вже є цілком очевидним, що журналістика, зокрема на рівні художньо-публіцистичної творчості, синтезувала в собі родові ознаки літератури. Журналістика - це епос, оскільки це розповідь про певні події, це проза як найбільш зручна форма існування епосу. Але журналістика - це й

лірика, бо немислима без образу автора, цілком конкретної особи-оповідача. Нарешті, журналістика - це драма, бо вона не мислима без конфлікту, пошуку й відкриття суперечностей, зіткнення поглядів, думок, діалогічного викладу матеріалу у формі інтерв'ю [5, с. 134].

Предмет відображення як жанроутворювальний чинник має особливе значення лише для деяких жанрових типів текстів. Тому говорити про жанрову різноманітність журналістики, маючи на увазі лише предмет відображення, можна тільки в певних межах: на-приклад, нарис та інформаційна замітка містять один і той же предмет відображення. Цього не відбувається при порівнянні нарису з рецензією. Але це не применшує ролі предмета відображення як важливого жанроутворювального чинника.

Різні завдання, що їх журналісти ставлять перед собою, створюючи конкретні публікації, зумовлюють велику різноманітність якостей цих публікацій, що дає підстави віднести їх до різних жанрових груп. Коли основні характеристики тексту виникають як неминучий результат застосування якогось методу пізнання предмета, його жанрова приналежність багато в чому корегується ступенем розгорнутості та послідовності використання такого методу, глибиною проникнення з його допомогою в предмет відображення.

Важливу жанроутворювальну роль відіграють також персоніфікаційна та діалогічна форми. Застосування першої форми — обов'язкова умова появи монологічних жанрів: замітки, статті, рецензії тощо. Застосування другої — породжує матеріали діалогічних жанрів: інтерв'ю, прес-конференцію, брифінг тощо. Початкові форми можуть поєднуватися, ускладнюватися, синтезуватися. Тому виникають гібридні форми типу інтерв'ю-анкета, інтерв'ю-звіт та ін. [5, с. 136].

Враховуючи перелічені вище властивості журналістської жанрової системи (динамічність, ієрархічність, наступність, спадковість, гнучкість, рухомість компонентів тощо), дослідники класифікують, систематизують жанри на групи. На думку Г. Мельник, більшість теоретиків журналістики

розробляють класифікацію жанрів, зважаючи на їх стійкі (константні) ознаки, які виводяться з трьох типів відображення дійсності: факто-графічного (емпіричного), дослідницького (теоретичного) та художньо-дослідницького. Це дозволяє говорити про три типи текстів: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Іншими словами, при виділенні трьох груп жанрів – інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних – можна назвати у кожному випадку одну стійку (домінантну) ознаку: інформаційність, аналітичність, художність журналістського тексту [6, с. 37–40]. Цієї ж думки щодо інформаційності, аналітичності та художності як домінуючих ознак жанрів, що лежать в основі відносно умовного поділу на інформаційно-публіцистичні, аналітико-публіцистичні і художньо-публіцистичні жанри, дотримуються дослідники В. Шкляр, М. Василенко, В. Тулупов та ін.

Підхід до поділу жанрів на три групи (інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні) вважається традиційним у журналістикознавстві. Наукова дискусія 60–80-х рр. ХХ ст. з цього приводу проаналізована Т. Трачук у монографії "Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства", що вийшла у співавторстві з В. Різуном. Дослідники стверджують, що "система жанрів радянської журналістики як чітка структура була сформована за єдиним принципом, критерієм (спосіб освоєння жанром життєвого матеріалу) у три групи" [10, с. 144]. Проте існували певні доповнення, точки зору, що не повністю збігалися з основним твердженням. Зокрема, В. Рубан вважав помилковим вживання терміна "інформаційний жанр". Він пропонував звернутись до видів, як у літературі, і виокремлював два постійні види журналістської творчості – інформацію та публіцистику. На думку Д. Григораша, усі газетні жанри відносяться до публіцистики, а І. Валько при класифікації жанрів запропонував виходити з основ теорії соціального відображення, яке може бути простим, узагальненим та узагальнено-естетичним. Саме через це І. Валько, як і В. Здоровега та Д. Прилюк, вважав поділ на жанри інформаційні та аналітичні умовним [10, с. 144–146]. Науковець Т. Трачук підсумовує, що загальна

дискусія з приводу класифікації жанрової системи була узагальнена в навчальному підручнику "Теорія і практика радянської журналістики (Основи майстерності. Проблеми жанрів)", де зафіксовано поділ на три групи жанрів: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні [10, с. 146].

В. Пельт у праці "Диференціація жанрів газетної публіцистики" виділяє ті ж самі родові групи основних газетних публікацій, і, порівнюючи з поділом Є. Прохорова (подієва, аналітична, художня) та Д. Прилюка (повідомлення новин, коментування фактів, публіцистичне розкриття), стверджує про аналогічність їх поглядів. Основна думка В. Пельта полягає у тому, що в загальних рисах у всіх класифікаціях присутня триєдина формула [11, с. 19–20].

Певні суперечності в загальному поділі свідчать про специфічність предмета систематизації – живої творчості, втіленої у жанрах, про постійний розвиток жанротворення, дифузійні та взаємкореляційні процеси між жанрами. Проте, незважаючи на певні індивідуальні зауваги та особливості, система журналістських жанрів все ж таки функціонувала за єдиними принципами, а групування відбувалось у межах основної традиційної класифікації.

Складність упорядкування журналістських матеріалів у єдину типологічну структуру полягає у наявності численних різновидів та модифікацій жанрів. Вони з'являються як наслідок детальної тематичної розгалуженості (наприклад, біографічне портретне інтерв'ю, подорожній нарис, кінорецензія), функціо-нального призначення (хронікальний звіт, звіт-свідчення, інтерв'ю "потік свідомості", пропагандистська стаття), специфіки певного методу збирання та обробки інформації (журналістське опитування, інтерв'ю-анкета, фокусоване інтерв'ю, журналістське розслідування, соціологічний нарис), обсягу тексту (розширена інформація, міні-огляд, звіт короткий та звіт розгорнутий, маленький фейлетон), міжжанрової дифузії та взаємкореляції (звіт-замітка, звіт-нарис, репортаж-зарисовка, репортаж-роздум, репортаж-інтерв'ю, рецензія-діалог, рецензія-лист, рецензія-есе).

Основною тенденцією сучасних журналістських жанрів є їх взаємопроникнення, взаємозбагачення. Так, часто інформаційні за своєю природою матеріали набувають аналітичного, постановочного звучання. Окремі аналітичні жанри за своїми мовностилістичними та лексико-зображальними засобами наближуються до художньо-публіцистичних жанрів.

Важливо пам'ятати, що в "чистому" вигляді багато жанрів не так вже й часто зустрічаються на газетних шпальтах, у телевізійних і радіопрограмах. Раз у раз ми бачимо, як жанри видозмінюються, взаємопроникають один в одного - це явище називається дифузією. На "стику" жанрів часом точніше відображаються складні життєві відносини, драматичні колізії нашого часу.

Але наскільки б складною не була "конструкція" журналістського твору, в його основі завжди можна виявити більш прості елементи - основні жанрові форми [18, с. 206].

Конкретний текст стосовно жанру - це метонімічний прояв "постійно встановленого звичаю", втілення "етикету порядку огляду світу". Стосунки тексту і жанру метонімічні. Текст може бути лише репрезентацією певного жанру. Успіх журналіста залежить від того, наскільки свідомо вживає автор жанрові закони. Журналістика відрізняється від літературної творчості тим, що в ній вищий рівень ремісницької праці, більша питома вага належить ремісницьким прийомам. Такі особливості зумовлені умовами праці журналіста, адже він письменник на щодень, він не може витратити дорогоцінний час на пошук креативних прийомів розв'язання тих чи інших творчих завдань. Тому для нього знання жанрових законів творення тексту є не просто важливим, а обов'язковим. Оволодіння жанровими законами пов'язане передусім з баченням структури тексту. Якщо майбутній журналіст буде добре розуміти й виразно бачити структурні елементи, з яких складається жанр, то він зможе на цій підставі успішно розв'язати завдання створення тексту.

Для журналіста є важливим як оволодіння конкретними інформаційними, аналітичними та художньо-публіцистичними жанрами, висвітлення структури й особливостей яких передбачене в спеціальних курсах, так і розуміння загальних жанро-логічних питань, яким і присвячений цей виклад. Незважаючи на теоретичну загальність даного матеріалу, він має важливе значення для розв'язання суто творчих конкретних завдань, що рано чи пізно виникають перед кожним автором, надто тоді, коли він залишає позаду період учнівства й виходить на шлях власної, самостійної творчості.

Під жанрологією розуміємо ту частину теорії журналістики (й літератури), що вивчає поділ текстів на роди і жанри. Слово "жанр" запозичене в українську мову з французької, де вживається в двох значеннях: "рід" і "вид". Це створило певну плутанину в жанрологічній термінологічній системі, де утворилося відразу кілька понятійних рядів для позначення одних і тих самих явищ.

1.2. Сучасний стан журналістики в Україні

Масово інформаційна ситуація в Україні сьогодні відзначається рухливістю й динамізмом, що загалом відбиває зміни й еволюцію усіх сфер суспільно-політичного життя. Україна все ще переживає перехідний період: недостатньо енергійно запроваджуються реформи; ще досить активно діють сили, що прагнуть повернення до старого. Одночасно в суспільстві зростає усвідомлення того, що від ОМІ залежить не в останню чергу, куди ж рушить Україна, на засадах яких цінностей буде сформована суспільна свідомість її народу.

Україна сьогодні все більше адаптується в світовий інформаційний простір, а відтак на розвиток української журналістики все активніше впливає світова масово-комунікативна ситуація, яка характеризується такими основними тенденціями її розвитку:

1) інтенсивно розвивається сучасна комунікативна технологія, що впливає на природу, розширює обсяг і поглиблює зміст інформації;

2) процес глобалізації інформаційних мереж, бурхливіш розвиток системи "Інтернет", якою вже охоплено понад 200 млн. чоловік, породжує новіш тип журналізму, що характеризується потенційними можливостями участі кожного громадянина в творенні масової інформації; у майбутньому, на думку футурологів, відбуватиметься подальше "зрощування" людини й комп'ютера, якому людина "передає" частину функцій головного мозку, зокрема й функцію накопичення і збереження інформації;

3) навальне зростання кількості інформаційних повідомлень може бути охарактеризоване сьогодні як ситуація "інформаційного вибуху", що потребує від журналістики не тільки більш могутньої й технічно досконалої системи передачі інформації, але й перетворення ОМІ на могутні аналітичні центри, фабрики думки, здатні аналізувати й коментувати численні новішарні повідомлення; без допомоги цієї аналітичної роботи ОМІ читач самостійно неспроможний упоратися з могутнім потоком інформації, який щодня напалюється на нього;

4) зростає розуміння державами, соціальними групами та індивідами важливості циркуляції правдивої і вичерпної інформації;

5) все більше виявляється бінарна роль журналістики в культурно-політичному просторі: вона не лише відтворює суспільно-політичну й духовно-культурну ситуацію в світі, але й у великій мірі створює її;

6) зростає число міжнародних та транснаціональних учасників процесу руху інформації в світі, а звідси — політичне, соціальне й економічне розмаїття цього феномену, особливо в сфері освіти й культури;

7) зростає інтерес до порівняльних транс культурних досліджень, а також до вивчення громадської думки і образів (іміджів) за матеріалами ОМІ;

8) розвиваються дискусії про новий міжнародний економічний порядок (НМЕП) та новий міжнародний інформаційний порядок (НМІП); з'являється все більше футурологів, що подальшу долю світової цивілізації пов'язують з

розвитком інформаційних супермагістра-лей, вважаючи вже сучасне постіндустріальне суспільство інформаційним суспільством [16, с. 154].

Концепція нового міжнародного інформаційного порядку була запропонована в серпні 1976 року на Конференції голів держав і урядів неприєднаних держав і була спрямована на подолання зростаючого розриву між розвинутими й неприєднаними країнами в справі забезпечення засобами інформації й комунікації. У декларації конференції наголошувалося, що колоніальне минуле країн, які розвиваються, призвело до нерівності у сфері інформаційних стосунків, а гегемонія інформаційного імперіалізму загрожує перетворити ці країни на пасивного споживача односторонньої або неповної інформації.

Незважаючи на підтримку ідеї НМІП у Заключному акті Наради з безпеки і співробітництва в Європі та в документах ООН і ЮНЕСКО, вона нашоствхнула на протидію розвинутих капіталістичних країн, які в так званій Таллурській антидекларації цілком у дусі західного плюралізму зажадали запровадження в інформаційних відносинах простої формули: якщо у когось є інформація та засоби її поширення, то ніхто не може перешкоджати поширенню цієї інформації.

Це означає, що розрив між країнами третього світу і розвинутими країнами реально поглиблюється й далі, а глобалізація світового інформаційного простору вже призвела до перемоги концепції "вільного потоку інформації" і поразки ідеї НМІП. Особливо гірко спостерігати за цим в Україні, де багато говориться про захоплення інформаційного ринку низькопробною американською продукцією, але мало що робиться для того, аби цей ринок захистити від неї й посприяти появі на ньому конкурентоздатного вітчизняного товаровиробника [9, с. 53].

Упродовж ХХ століття лідське суспільство перебувало в стані перманентної кризи, що відзначають усі науковці, до предмета вивчення яких увіходять ті чи інші аспекти соціального життя. Ця криза стала настільки універсальною і глибокою, що людина вже не сприймає її як відхилення від

норми, звиклася з нею. Цілком очевидними виглядають сьогодні такі дві речі: по-перше, щоб вижити, людству справді необхідно навчитися жити в умовах кризи, поступово поборюючи її; і, по-друге, зрозуміти, що вихід з кризи можливий лише за умови об'єднання зусиль людства в цілому, оскільки глобальність кризових процесів роблять безпорадними окремі країни в протидіянні їй.

Не спиняючись на множинних параметрах виявів кризи, вкажемо лише на три з них, найважливіші.

Перший — політичний. Людство все ніяк не може виборсатися з низки численних воєнних конфліктів, які становлять загрозу людському життю в різних куточках планети. Дві жахливі світові війни, що театр воєнних дій розмістили на теренах України, мали жахливі наслідки як для світу в цілому, так і для нашого народу. В'єтнам, Афганістан, Чечня, Югославія — збройні конфлікти в цих країнах сповнюють тривою серця людей, причому з останніми людство увиходить і в XXI століття. Війна продовжує залишатися активним методом ведення політики. І в цьому полягає трагедія людства. Думається, що цілком скомпрометованим упродовж XX століття стало поняття "класова боротьба", але на перше місце знову висунулася боротьба міждержавна й міжнаціональна. Стосунки в цій сфері стають джерелами нових військових конфліктів.

Другий аспект кризи — екологічний. Засміченість природного довкілля внаслідок промислової діяльності людини вже призвела до катастрофічних наслідків. Швидкими темпами на планеті скорочуються запаси питної води, зменшується кількість кисню в атмосфері, вичерпуються ресурси корисних копалин, необхідних для виробництва важливих для людини матеріалів, з'являються озонові діри, через які на поверхню землі проривається смертоносна сонячна радіація. За деякими найбільш сумними прогнозами розв'язка катастрофи може настати вже через тридцять років, якщо людство в даній історичній ситуації не складе екологічний іспит перед біосферою.

Третій аспект кризи — дегуманізація духовного життя, а передусім журналістики. Запровадження в масову свідомість культу насильства, порнографії, зневаги до людини, силових методів розв'язання міжперсонажних суперечок — усе це розтиражоване на весь світ каналами масової комунікації призводить до трансформації гаодського мислення й порушеній адекватного сприйняття світу.

Іншими словами, людина сьогодні стоїть перед такими проблемами, що, не розв'язавши їх, вона не зможе зберегти в ближчому до нас часі свою самототожність. Футурологи прийшли до висновку: людство перебуває на роздоріжжі; воно може рухатися в бік поглиблення кризи й самознищення або, навпаки, здійснити рішучі кроки задля власного порятунку. Цей останній варіант найбільш бажаний для кожної окремої людини, наділеної інстинктом самозбереження, але його запровадження можливе лише за умов суспільного контролю, об'єднання зусиль усіх людей, що розуміють масштаби загрози. Найчастіше науковці говорять про необхідність народження навіть нового типу людини. М. М. Моїсеєв вводить поняття колективного інтелекту, Е. В. Гирусов визначає нову якість як *Homo ecologus* 1183.

Але так чи інакше, головна ідея, яка закладається в концепцію порятунку, — об'єднання зусиль свідомих небезпеки науковців, політиків, письменників, журналістів навколо завдань подолання кризи. Таке об'єднання можливе лише за допомогою масово-комунікаційних каналів, а якщо вживати традиційний термін, — то журналістики, її роль — і не лише електронного варіанту, а всіх різновидів — буде дедалі посилюватися, вона мусить працювати під знаком соціальної відповідальності за долю людства і стати головним чинником у виробленні нової свідомості, політичної, екологічної, культурної [12, с. 72].

Але повернімося в Україну. Якщо у світі за журналістикою давно визнано статус "четвертої влади", то в нашій країні їй ще належить пройти

складний шлях еволюції, головний напрямок якої можна вкласти у формулу: від ЗМІ керованих — до ОМІ керуючих.

На думку авторитетного дослідника професора В. І. Шкляра, "Україна в значній мірі поки що випадає із світового інформаційного процесу. У країні немає стратегії вигідної і систематичної інтеграції у світовий телекомунікаційний і інформаційний простори".

У сучасній українській масовій інформації діє загальний соціальний закон, згідно з яким журналістика відбиває характер соціальних і політичних відносин, у рамках яких функціонує; вона є своєрідним дзеркалом, що в нього заглядає суспільство. Від політичної системи держави залежить і структура журналістики.

Становище сучасної української журналістики визначається такими ознаками:

- 1) недостатністю історичних традицій публічного й політичного життя, досвіду існування вільної, незалежної від державних органів преси;
- 2) домінуючою роллю держави та окремих політичних угруповань в інформаційному просторі України і породженою цим небезпекою однобічної ідеологічної орієнтації громадської думки; з другого боку, спостерігається тенденція до перехоплення ініціативи й монополізації ринку преси великим банківським капіталом, що також посилює загрозу використання журналістики для маншмулятивної пропаганди;
- 3) низьким рівнем дієвості та ефективності української журналістики; відсутністю адекватної суспільної реакції на викривальні кампанії, які в інших соціальних умовах призвели б до політичної кризи; дана обставина є ознакою соціальної апатії громадянства, його зневірою у власні сили, можливість змінювати життя на краще;
- 4) стійким перетворенням українських газет на "пресу катастроф", тобто таких видань, що здебільшого в негативному світлі відображають соціальну дійсність; різко скоротилася частка нарисів, статей, репортажів з позитивним змістом, а коли вони й з'являються, то сприймаються

здебільшого як рекламні трюки; натомість відсоток негативної інформації на шпальтах газет сягає 75-80%;

5) зниженням аналітичного рівня української преси та посиленням її символічності, особливо при висвітленні політичних тем; запровадженням у журналістику численних підтекстових мотивів, зрозумілих обмеженій кількості осіб; це ускладнює для журналістики виконання її первинної функції бути масовою комунікацією;

6) відсутністю комплексу стабільних правових, політичних та економічних рамкових умов діяльності мас-медіа (тут ідеться про діяльність редакцій як юридичних осіб);

7) браком високого професіоналізму в діяльності журналістського корпусу країни;

8) незахищеністю професійної діяльності журналістів. Сучасна масово-інформаційна ситуація в Україні характеризується істотними відмінностями в столиці і провінції.

У столичному інформаційному просторі ОМІ надзвичайно політизовані, що спричинюється розташуванням тут центральних органів

- головних гілок влади (парламенту, уряду, адміністрації Президента), кожна з яких прагне підпорядкувати собі частину ОМІ і через них поширювати корисну для себе інформацію;

- партій, кожна з яких прагне створити свій ЗМІ або навіть систему ЗМІ і через неї вести агітацію і пропаганду своєї програми.

Це призводить до того, що в столиці практично відсутні загальні безпартійні ОМІ. Часто декларована незалежність лише маскує справжню політичну залежність, тобто перебування ОМІ у полі безпосередніх політичних вказівок і політичного тиску. Політична залежність є головним видом залежності у столичному інформаційному просторі. Вона ж унеможлиблює для ОМІ бути в опозиції до репрезентованих ними органів влади.

В Україні штучно створюється навмисна відірваність друкованих столичних ОМІ від провінційного, найбільш масового читача, для якого його убоге становище й висока передплатна ціна спричинюють неможливість передплати столичних газет і журналів. Згідно з статистичними даними, 70% населення України не передплачує жодної газети. А решта 30% передплачують свої регіональні видання з програмами телебачення місцевих каналів і місцевою інформацією. Причому міністерство зв'язку й далі підвищує ціни на доставку, що остаточно нищить старі передплатні видання й розчищає дорогу молодим місцевим, як правило розважальним, друкованим ОМІ, які поширюються вроздріб — на розкладках і рознощиками в транспорті — і на тиражі яких, а відтак і на прибутки, передплата не впливає [10, с. 113 - 116].

У цих умовах головним каналом поширення інформації стають електронні ОМІ, контрольовані спеціально створеною Національною Радою з питань радіомовлення і телебачення. Переважна більшість населення України опиняється в полі дії офіційної державної (про урядової) інформації.

У провінції ОМІ значно менше політизовані, але це є наслідком меншої активності та інтенсивності тут політичного життя. Послаблення політичного тиску на журналістику не приводить до пом'якшення умов її існування, тому що чим далі в провінцію посилюється економічний тиск.

Районні газети просто неспроможні існувати без дотацій райдержадміністрацій, а відтак, вони цілком залежні від позиції господаря. Фактором величезної ваги є та обставина, що більшість районних газет очолюють журналісти старої генерації, які опинилися на посадах головних редакторів 20-30 років тому, входили до найвищої районної номенклатури, а відтак звикли до утримання преси коштом держави та правлячої партії. Такі журналісти не здатні пристосуватися до нових ринкових умов, вважають за краще залишатися в економічній (і політичній) залежності, аніж шукати шляхів розвитку власної господарської діяльності, спроможної забезпечити їхню свободу і незалежність. Ситуація тут зміниться не раніше, ніж на зміну

редакторам старого гатунку прийде молоде покоління журналістів, виховане в навчальних закладах України, де вже викладаються такі дисципліни, які покликані підготувати журналіста до праці в ринкових умовах.

Помітною ознакою нашого часу є розширення спектру ОМІ. Якщо раніше існували лише партійні й фахові видання, то тепер, окрім, зрозуміло, загальних ОМІ, маємо розважальні, рекламні, жіночі, бізнесові, сільськогосподарські, молодіжні, еротичні і т. д. газети й журнали.

Мовна ситуація в інформаційному просторі України відзначається перевагою російськомовних ОМІ, які економічно поки що витісняють українські. У східних і південних регіонах нашої держави українськими за мовою залишаються районні, деякі міські й обласні ОМІ, які перебувають на дотаціях держбюджету. Традиційно сильні позиції української мови в західних областях держави. По-українськи видаються друковані органи партій і громадських організацій, програма яких спрямована на підтримку й розбудову української державності [7, с. 64].

Причини цьому історичні — наслідки сучасні. Мовна ситуація в українській журналістиці — спадщина тоталітарного минулого. Витискування української мови з усіх сфер ужитку, переслідування її носіїв і патріотично налаштованих українців, що тривало впродовж багатьох поколінь, спричинило те, що кількість читачів російськомовної преси на сьогодні реально більша, ніж української, особливо в східних та південних регіонах нашої країни.

Таке становище створене багатолітньою кадровою політикою, що в СРСР зводилася до відкачування найбільш талановитих умів (між ними й журналістів) з України до Росії і в заповнюванні вакантних місць випускниками з журфаків університетів Росії. Якщо навіть відкинути імперське мислення, вироблене в росіян впродовж багатьох поколінь їхнього панівного становища в Росії й Радянському Союзі, і уявити, що людина прибуває на Україну з найкращими намірами вивчити мову, літературу й культуру, це неможливо зробити, в 22 роки починаючи з нуля по закінченні

вузу, мало що до того знаючи про Шевченка, Франка, Лесю Українку, М. Лисенка, Марію Заньковецьку та інших діячів нашої історії і культури. Але почасти саме в руках таких осіб опинилася українська журналістика.

Але за роки незалежності в мовній ситуації України намітилися певні зрушення. Від 1991 року припинена практика звільнення від вивчення української мови в середніх школах, що було звичайною справою в СРСР, а також припинена примусова масова міграція, тобто перемішування народів, найперше інтелігенції, з метою її поросійщення або використання російської інтелігенції для денаціоналізації нашого краю; нарешті, можна все ж говорити про державну політику підтримки українського слова. Існує й опір політиці підтримки української мови. Проте історичною реальністю стало нове покоління громадян України, яке хоч і не є ще україномовним в цілому, але вже позбавлене українофобства, нігілістичного ставлення до українського слова й створюваних на його ґрунті духовних цінностей.

На концертах українських естрадних співаків головний глядач — молодь 14—17 років, тобто та, що прожила свідоме життя в незалежній Україні. Соціологічні дослідження засвідчують, що гасне хвиля антиукраїнізму, з кожним роком росте кількість проукраїнськи налаштованих громадян, а відтак скоро за діалектичним законом кількість перейде в якість. З'явиться нове покоління, що потребуватиме задоволення своїх духовних потреб на теренах української мови й культури, а відтак і журналістики, яка, зрозуміло, є й мусить бути складовою частиною і фактором творення української культури.

Хотілося б думати, що останню крапку в мовній проблемі поставив своїм рішенням від 16 грудня 1999 року Конституційний суд України, давши офіційне тлумачення положень статті 10 Конституції України щодо застосування державної мови органами державної влади, органами місцевого самоврядування та використання її у навчальному процесі в навчальних закладах країни.

Конституційний суд вирішив: положення частини першої статті 10 Конституції України, за яким "державною мовою в Україні є українська мова", треба розуміти так, що українська мова як державна є обов'язковим засобом спілкування на всій території України при здійсненні повноважень органами державної влади та органами місцевого самоврядування (мова актів, роботи, діловодства, документації тощо), а також в інших суспільних сферах суспільного життя, які визначаються законом. Поряд з державною мовою при здійсненні повноважень місцевими органами виконавчої влади, органами Автономної Республіки Крим та органами місцевого самоврядування можуть використовуватися російська та інші мови національних меншин у межах і порядку, що визначаються законодавством України. Мовою навчання в дошкільних, загальних середніх, професійно-технічних та вищих державних і комунальних навчальних закладах України є українська мова. Рішення Конституційного Суду України є обов'язковим до виконання на території України, остаточним і не може бути оскарженим"¹¹⁸⁶.

Журналіст, що випускається будь-яким вищим навчальним закладом України, мусить добре володіти письмовою і усною українською мовою, що є одним із гарантів успішного здійснення ним його професійної масово-інформаційної діяльності.

Цензурна ситуація в Україні залишається все ще складною. За Конституцією, цензура в нашій державі заборонена, тобто заборонено попередній перегляд творів, п'єс, телепередач, кореспонденції з метою нагляду й контролю.

Але поза цим використовуються найрізноманітніші способи тиску на редакції в цілому і окремих журналістів, аби домогтися відповідних коректив у їхній позиції, їм нічого не забороняють, але виразно натякають, закликаючи до послуху.

Тиск буває за силою грубий і оксамитовий.

Грубий тиск (метод батога) — теж реалія нашого життя. Його смисл — у прямій боротьбі з журналістами, застосуванні проти них адміністративної й фізичної сили.

Оксамитовий тиск (метод пряника) полягає в тому, що журналістові чи редакції ніхто не диктує відкрито бажану для певних кіл позицію, але за принципом "розумному — досить" дають можливість самим здогадатися, чого від них хочуть [15, с. 86 - 88].

За способом дії тиск буває політичний, ідеологічний, економічний, моральний і фізичний.

1. Політичний тиск виявляється в прямому чи непрямому втручанні гілок влади в діяльність журналістів. Окрім безпосередніх

вказівок і вимог, можуть існувати інші способи надання переваг тим чи іншим виданням, як-от: узяти чи не взяти редактора чи журналіста з газети в закордонну поїздку Президента чи Прем'єра, надати в першу чи в другу чергу оперативну офіційну інформацію тощо.

2. Ідеологічний тиск виявляється в приховуванні з ідеологічних міркувань опозиційних думок і поглядів. Григорій Мусієнко, редактор відділу політики газети "Вечірній Київ" розповідає, що в 1989 році він виступив на установчому з'їзді НРУ з критичними міркуваннями про ідеологічні засади та напрямки практичної діяльності організації. "До сьогоднішнього дня в Україні той мій виступ неопублікований, незважаючи на те, — свідчить журналіст, — що всі матеріали Руху давно надруковані в закордонних ЗМІ, незважаючи на те, що я звертався до першого голови НРУ, і до співголів, і до нинішнього голови".

3. Економічний тиск полягає в розширенні чи скороченні фінансування ОМІ їхніми очевидними чи прихованими господарями. Хто платить, той і замовляє музику. Проте тут слід мати на увазі дві обставини:

а) практично всім зрозуміло, що за нинішньої економічної ситуації (в основному через низьку купівельну спроможність громадян) державна підтримка інформаційної сфери незалежної України і конче необхідна й

вкрай корисна; і економічна допомога виданням від імені держави фактично надається; на практиці це означає, що така допомога надається за рахунок держави, з державних коштів, але не державою, а вищими й нижчими державними посадовцями, які мають доступ до розподілу державних коштів і за власними уподобаннями, у міру свого розуміння ситуації, прагнень власного іміджу й кар'єри фінансують ті чи інші видання;

б) твір журналіста є товар і як такий потрапляє на інтелектуальний ринок; продаючи свій твір, журналіст однак повинен ставити перед собою завдання служити істині, загальнолюдським ідеалам, а не "золотому тільцю"; треба бути залежним від передплатника, читача, а не від господаря; залежність від передплатника й рекламодавця є свобода журналіста.

"Кажуть, після проституції наша професія на другому місці", — сказав Віталій Карпенко, головний редактор газети "Вечірній Київ", маючи на увазі саме товарні відносини, що складаються навколо журналістської творчості.

"Журналісти продажні — це нормально, бо журналіст має бути продажним, — вважає політичний оглядач Володимир Скачко. — Журналіст, який не продажний, — то не журналіст, бо ефективність журналіста визначається в тому, скільки матеріалів він написав і скільки газет захотіли ці матеріали купити. Найвища "продажність" журналіста, найвища оцінка його кваліфікації — коли він може бути надрукований скрізь і коли його однаково лають як комуністи, так і націонал-демократи".

4. Моральний тиск здійснюється через суди. Недосконалість нашого законодавства дозволяє будь-яку критику владних структур, певних кланів чи негативну інформацію про їх діяльність розглядати як образу честі і гідності громадян. Причому закон дає можливість оцінювати моральні збитки будь-якою сумою, нічим її не підтверджуючи конкретно. Практика розгляду позовів проти преси поки що засвідчує, що суди, як правило, стають на бік органів влади. Третя влада служить двом першим. Позови економічно розоряють видання, власне, знищують їх. З'явилися адвокати, які спеціалізуються на процесах проти преси; вони нічого не роблять, а тільки

читають газети і, знаходячи там критику на урядовців, телефонують їм і пропонують подати позов, за умови поділити виграну суму навпіл. В умовах такого тиску працювати важко, журналісти ходять по судах, замість робити газету.

5. Фізичний тиск особливо жахливий. Це розбійні напади, пограбування на вулицях і в квартирах, побиття й навіть убивства. Звістки про терористичні акти проти журналістів час від часу струшують Україну. Журналісти навіть висунули ідею створення Білої книги, де б висвітлювалися факти фізичної боротьби з представниками цієї професії. Як правило, слідства в таких випадках ведуться мляво, і справжні зловмисники не віднаходяться.

Урізноманітнення форм і способів тиску на журналістику, зрештою, лише засвідчує відсутність головного чинника придушення преси — попередньої цензури. Власне, ці способи й віднаходять різні заклади й організації для встановлення свого контролю над інформаційною сферою країни. Боротьба за журналістику ведеться тому, що вона вже здобула певну самостійність, незалежність від влади, а відтак і завоювала авторитет серед народу, стала чинником формування суспільної свідомості, а не просто знаряддям агітації і пропаганди. За свідченням уже згаданого Віталія Карпенка, "незважаючи на складну обстановку, ЗМІ в Україні потихеньку стають четвертою владою".

Жанрово-стильова картина сучасної української журналістики відзначається теж істотними прикметами, що відрізняють її від попереднього радянського етапу [14, с. 128 - 130].

Передусім впадає в око тенденція до посилення інформаційності. Тоді як у світовій журналістиці в 1990-х роках намітилося зростання питомої ваги аналітичних жанрів, а в США виникла навіть школа аналітичної журналістики, на пострадянських просторах ОМІ, звільнені від обов'язку тенденційної, пропагандивної аналітики, кинулися в іншу крайність, максимально розширивши рівень оголеної інформаційності. Зникли

найбільш впливові аналітичні та художньо-публіцистичні жанри — передові статті, фельстони, нариси, їх витіснили матеріали із загостреним інформаційним началом. Журналістику затопила хвиля дрібних тем і дрібних жанрів.

Поруч із зростанням питомої ваги інформаційної журналістики в ній посилюється потяг до оціночності.

Одним з шляхів посилення оціночності є зростання ролі літературного прийому в обробці матеріалу. Журналістський текст все відчутніше набуває ознак літературності: змінюється його стилістика в напрямку до есеїзації, слово стає більш емоційним, образно виразним, дотепним [8, с. 92].

Другий шлях реалізації оціночності виявляється тоді, коли, не маючи змоги вийти на рівень повноцінної аналітичності, знаходить для себе реалізацію в іронії як в одному з найголовніших способів непрямой оцінки. Останнім часом у журналістських колах поширилося професійне слово "стеб", яким і позначають нову, окреслену вище, якість журналістики.

Стеб — це блазнювально-блюзнірські, шалапутно-агресивні, почасти парадоксальні поведінка, мислення, спілкування, відношення до чого-небудь, а, можливо, й ширше — цілий спосіб життя, а також відповідний стиль у журналістиці, літературі, живописі, кіно.

Така манера нав'язує читачам агресивно-нігілістичне ставлення до всіх явищ дійсності і є не лише стилем висловлюватися, але й світоглядною позицією, зміст якої у висміюванні всього і всіх, у негативному сприйнятті, а то й запереченні всього життя.

Посилення іронічності все ж не є єдиним способом реалізації оціночності. В усій, а не лише в "стебовій", журналістиці намітилося посилення позиції авторського "Я", яке раніше було приглушене, розмивалося в обов'язковій партійності, необхідності демонструвати передусім свою класово-соціальну сутність. Сьогодні на черзі дня демонстрація особистісних рис характеру журналіста. Авторське "Я" стає більш м'яким, толерантним, розкутим, людяним. Відходить у минуле однолінійне, чорно-біле бачення

світу, натомість запроваджується плюралістична модель дійсності, багатокольорове сприйняття проблем і явищ. Не викриття ворогів, а пошук друзів і однодумців, консолідація населення України в українській народ стають актуальними завданнями для такого авторського "Я". Це позиція людинп-спостерігача, аналітика, мислителя, але не судді, інспектора чи наглядача.

"Зрозуміло, що кожен виступ журналіста, — наголошує В. В. Лизанчук, — які б ідеї він не сповідував, має бути спрямований не на розмежування, роз'єднання українського суспільства на Схід, Захід, Південь, Північ, на червоних і білих, а на згуртування, міцну інтеграцію різних областей в єдиний український державний організм"¹¹⁸⁷.

Посилення авторського "Я" відбивається не лише в конкретних журналістських матеріалах, але й у праці цілих редакційних колективів. Якщо всі радянські газети були більш-менш схожі одна на одну, то зараз йдуть інтенсивні пошуки свого обличчя для кожного видання, свого текстового стилю й зорового образу. Наш час — це період диференціації газет та й усіх ОМІ за стильовими ознаками, період бурхливих шукань на теренах газетно-публіцистичних стилів.

Стильове розкріпачення, звільнення від навмисної одноманітності призвело до своєрідної мовної революції на шпальтах наших періодичних видань. Широком потоком до газет і журналів ринула раніше пасивна лексика, що практично не допускалася в літературну мову: просторіччя, жаргонізми. Літературна мова виявилася під ударом мови майданів і вулиць, розмовної стихії.

Змінилася й стилістика заголовків. Вони все більше набувають характеру розповідних двоскладових речень, дієслівні конструкції витісняють називні. Підраховано, що в деяких газетах дієслівні заголовки складають часом 90% від усієї кількості і відіграють роль своєрідних лідів. У поширенні таких заголовків-речень виявляється також посилення інформаційної функції сучасної журналістики.

1.3. Роль ЗМІ в різних сферах суспільного життя

ЗМІ – це установи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різних відомостей будь-яким особам – це відносно самостійна система, що характеризується множинністю тридцятимільйонних елементів: змістом, властивостями, формами, методами й певними рівнями організації (у країні, регіоні, на виробництві). Найголовніші особливості ЗМІ – це публічність, тобто необмежене коло користувачів; наявність спеціальних технічних приладів, апаратури; непостійний обсяг аудиторії, що змінюється залежно від виявленого інтересу до тієї або іншої передачі, повідомлення, або статті.

ЗМІ через вплив на суспільство в цілому впливають на кожну людину окремо, формуючи певні однакові емоції й дії. Виділяють два основних напрямки впливу ЗМІ на формування суспільної думки:

1. Семантичне маніпулювання, що припускає ретельний відбір і спеціальне компонування понять, що викликають, або позитивні, або негативні асоціації, що дозволяє впливати на сприйняття інформації. Оскільки метод заснований на певних асоціаціях, дозволяє легко вплинути на людину в силу її звичок і переконань.

2. Формування стереотипів. Стереотипи формуються під впливом двох факторів: без свідомої колективної переробки й індивідуального соціокультурного середовища, а також, безумовно, при цілеспрямованому ідеологічному впливі за допомогою ЗМІ. За допомогою стереотипів легко маніпулювати свідомістю людини, оскільки стереотип тісно пов'язаний із життєдіяльністю суспільства в цілому й конкретних груп людей, зокрема.

Таким чином, суспільна думка багато в чому визначає розвиток громадсько життя й направляє діяльність деяких соціальних інститутів, у тому числі й діяльність ЗМІ. Однак, тому що ЗМІ намагаються висвітлювати значимі, актуальні для суспільства проблеми й багато в чому розглядають їх із погляду суспільної думки, можна зробити висновок, що не тільки

суспільна думка може визначати діяльність ЗМІ, але й сама суспільна думка формується під впливом різних факторів, зокрема, ЗМІ, наприклад, через поширення ідеології й пропаганди [17, с. 84].

Теорія й практика формування здорового способу життя (ФЗСЖ) висуває рівень інформованості суспільства в цілому й окремих його членів, зокрема, і проблем здоров'я як єдиного із найважливіших чинників передумови успіху. Надання інформації – одна зі стратегій ФЗСЖ і, природно, її ефективність безпосередньо пов'язана й із рівнем розвитку засобів масової інформації, особливостями їх функціонування в певному соціумі.

Загальновідомо, що в наш час ЗМІ справляють найбільш вагомий вплив на громадську свідомість. Здатність швидко й майже тотально охоплювати найбільш широкі аудиторії дає їм можливість трансформувати традиційну систему духовного виробництва, і зараз у розвинутих суспільно-політичних системах панує вислів, що ті, хто володіє ЗМІ, володіють громадською думкою.

Саме за допомогою мас-медіа серед різних категорій населення (читачів, слухачів, глядачів) пропагуються певні ціннісні установки, світоглядні стереотипи та моделі поведінки, внаслідок чого спільні смаки й форми «культурного споживання» поширюються як серед привілейованих, так і малозабезпечених категорій населення. З огляду на це, у змаганні за культуру мас-медіа перебувають практично поза конкуренцією.

У мас-медіа можна знайти потрібні відомості практично з будь-якої медичної теми – у тому числі новітню й навіть сенсаційну інформацію. Також матеріали про здоров'я – порятунок для громадян, що утомилися бігати по лікарях [12, с. 57].

Згідно з даними ведучих видавництв СНД найбільшою популярністю в останні роки користуються книги серед покупців. Саме ці книги посідають перше місце по продажах. Причому люди готові скуповувати все: від значних

монографій до тонюсінських брошурок, присвячених сумнівним методам лікування.

Якщо звернутися до «всесвітньої павутини», то можна знайти відповіді на будь-які питання. Інтернет має потрібну інформацію практично по будь-якій медичній темі – у тому числі новітню й навіть сенсаційну інформацію. По-друге, в Інтернеті можна поговорити про проблеми свого організму з необмеженою кількістю людей. По-третє, ви можете одержати консультацію фахівця, причому безкоштовно. Навряд чи варто призначати собі лікування на основі такої заочної консультації. Але нею можна підкріпити діагноз, поставлений раніше в лікарні.

У друкованих ЗМІ в рубриках «Здоров'я» можна знайти багато статей на теми: гайморит, варикозне розширення вен, схуднення без дієт. Такі статті звичайно науково-популярні, тобто не обтяжені зайвими науковими вишукуваннями й досить практичні.

Часто ці матеріали написані не лікарями, а журналістами. І поради можуть зустрічатися зовсім безглузді. Але, якщо один автор радить вам лікувати ніс соком часнику, а другий автор, по сумісництву працюючий Лор-лікарем, обурюється, говорячи, що при такому лікуванні не важко підхопити вірус, право вибору – за вами.

Багато популярних видань із проблем здоров'я свідчать про непрофесіоналізм авторів їх авторів. Ми вважаємо, що найголовнішою ознакою матеріалів про здоров'я в ЗМІ повинна стати наукова обґрунтованість рекомендацій, що приводяться в них.

Сукупність видань і програм, що становлять систему ЗМІ, повинна бути такою, яка б створювала картину дійсності максимально повною, об'ємною, всебічною, завершеною. Тому в журналістиці виникає багато видань і програм, а всередині них – рубрик, сторінок, рубрикових передач, які звернені до різних сфер дійсності. Їхній діапазон надзвичайно широкий («Лісова промисловість» і «Культура», «Сад і город» і «Журнал мод», «У світі тварин» і «Здоров'я»...) Причому ці видання й програми можуть бути

розраховані як на величезні регіони (країни, континенти, увесь світ), так і на локалізоване поширення в малих регіонах (екологічна сторінка для невеликого району або спортивне видання для міста).

Тематична спеціалізація видань і програм, сторінок і рубрикових передач чекає від журналістів відповідної кваліфікації, щоб усі тематично-інформаційні «ніші» були заповнені. При цьому до одного тематичного шару часто звертаються різні видання й програми – конкуруючі й (або) взаємодоповнюючі один одного.

За характером звертання до тематичних шарів варто виділити універсальні видання й канали радіо й телебачення, у поле зору яких перебувають усі сфери життя суспільства. Поряд із ними – багатoproфільні, що охоплюють ряд проблемно-тематичних ліній, зв'язаних між собою певним напрямком і характером інформації.

Формування структури системи журналістики здійснюється різними шляхами. Історично спочатку виникли окремі, широко орієнтовані видання, а потім у процесі розвитку ЗМІ стали з'являтися нові газети, журнали, програми радіо й телебачення різних тематичних, програмних і аудиторних орієнтацій. Так поступово виникає розманітність ЗМІ, виявляючи теми, які виникли у зв'язку зі станом і потребами потенційної аудиторії.

Набувають суспільної сили тільки ті видання, які виявили свою інформаційну «нішу», показавши себе як певний тип видання.

Спеціальні видання призначені для певного читача: з певним рівнем утворення, соціальним станом, професією. Суб'єкт існує тільки тому, що є адресат – читач, слухач, глядач. Головна риса аудиторії, що впливає на спеціальний публіцистичний суб'єкт, – її інформаційна вибірковість. Спеціальне видання розраховане тільки на «галузевого» читача. Однак головним завданням спеціального видання так само є залучення як можна більшої кількості читачів [8, с. 146].

Проблеми взаємної відповідальності суспільства та преси продовжують залишатися дискусійними й актуальними. Там, де діяльність преси дійсно

спирається на конституційні норми та правовий статус у суспільстві, вирішення цих проблем найбільш прийнятне та найменш болісне. На шляху створення української національної державності питання вироблення та закріплення правового статусу ЗМІ в суспільстві займають щільне місце в законотворчій діяльності парламенту.

Першим було прийнято закон України «Про інформацію». Цей закон закріпив право громадян України на інформацію, заклав правові основи інформаційної діяльності, визначив систему та джерела Інформації, доступ до неї й статус учасників інформаційних відносин. Закон України про «Друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» встановлює волю слова й вільне висловлення в друкованому вигляді своїх переконань, що гарантується Конституцією України. Право кожної людини на волю думки, совісті, релігії, переконань є її особистою справою й не може регламентуватися законом. Не можна забувати, що вільне висловлення переконань є суспільним здобутком але, якщо ці переконання спрямовані проти державної влади, їх розповсюдження підлягає обмеженню в законодавчому порядку. Це загальноприйняте правило світової практики і його дотримання потрібно перш за все в цілях державної безпеки, громадського порядку здоров'я, моральності населення, а також для поваги прав і репутації інших людей. Саме тому друковане поширення ідей, що можуть завдавати шкоди державі та політиці, будь-якої пропаганди озброєного захисту «національних інтересів», закликів до національної чи релігійної ненависті кваліфікується як підбурювання до ворожнечі або насильства та суворо забороняється.

Проблема ефективності преси існує відтоді, як з'явилася газета, і саме від журналіста залежить успіх його матеріалів. Працівник ЗМІ повинний вміти майстерно передати ідею, біль, перекласти це на мову газетної публіцистики, втілити їх в оглядах і статтях, репортажах і кореспонденціях, побудованих на фактах місцевого життя. Існує ще одна умова, наскільки ідентично ідеї будуть сприйняті читачами, – лише на перший погляд вона

здається незалежною від журналістів. Адже, щоб впливати на розум і почуття читачів, треба знати їх інтелект, духовний світ, інтереси, уподобання, тощо.

Кожен редактор, підписуючи до друку черговий номер, приблизно уявляє розмір тих змін у суспільному житті, які стануться в наслідок сприйняття читачем думок і почуттів, що ними пройнятий виступ газети, прагне задовольнити інформаційні інтереси задля здійснення своїх соціальних потреб [18, с. 96].

Коли тема торкається соціального захисту населення, то розроблятися вона повинна на соціальному матеріалі, а якщо журналіст не піде по лінії аналізу матеріальних результатів, а заглибиться в духовну, досвід показує, що ефективність матеріалів відбувається через житейські ситуації, тобто коли ідея співпадає з інтересами аудиторії.

Постійно сприймаються матеріали в основі яких лежить ситуація, протиріччя, сюжет, роздуми, коли журналіст не дає вже готові висновки, а веде пошук істини, розкриває свою логіку. Знаючи смаки, настрої читачів, досвідчений журналіст, звертатиметься до них, зіставлятиме й протиставлятиме різні позиції, дискутуватиме й згоджуватиметься.

Сучасне динамічне життя посилило соціалізуючу роль преси, яка мала в основу своєї діяльності покласти саме соціальний вимір усіх економічно-політичних і духовних процесів в умовах національного відродження.

Однак продрукувати ефективно соціальну інформацію, яка б відповідала умовам розбудови громадського суспільства, значна частина працівників засобів масової інформації нездатна, у наслідок застарілого мислення, низької національної свідомості, низького загального розвитку, безпорадності в питаннях сучасної економіки, політології, соціології й особливо комерційної діяльності.

Повідомлення, що вже відоме не принесе користі. Навряд, один і той самий матеріал читач почне вивчати по різних газетах. Тому видання, які порушують соціальні проблеми, повинні намагатися при написанні своїх статей добирати, якомога свіжішу інформацію, і використовувати яскраві

стилістичні засоби. Усі це сприятиме неповторності текстів, якщо, навіть, вони порушують одну тематику.

Метою газетних публікацій є об'єктивно інформувати про суть найважливіших соціальних і політичних проблем держави.

Особливість ЗМІ й їх відмінність від інших засобів комунікації полягає в тому, що з їхньою допомогою можна прямо звернутися до громадськості, минаючи такі традиційні авторитетні інститути, як церква, школа, родина. Цю їх здатність використовують політичні діячі, партії, суспільні й релігійні структури й т.п., що апелюють до таких почуттєвих, ірраціональних, емоційно-вольових елементів суспільної свідомості, як любов до Батьківщини, національно-патріотичні настрої, релігійні вірування. Самі по собі ЗМІ не є ні інструментом руйнування, ні інструментом творення прогресу. Їх позитивна або негативна роль обумовлюється тим, які саме соціальні сили й з якою метою їх використовують. Могутність ЗМІ виражається в можливостях створення того або іншого іміджу політичної, громадської організації або релігійного руху, їхніх лідерів, а також іміджу й статусу «офіційної» і, навпаки, «іншої» релігії. Імідж можна спеціально режисувати, вишиковувати за певним планом. Він може бути зруйнований через дрібну деталь, що вислизнула з поля зору навіть фахівців.

Церковні засоби масової інформації – є не тільки приналежністю церковним структурам або ж суспільствам і приватним особам засобу масової інформації, які доносять до свого споживача церковні новини, нагадують історію й зміст поточного свята, розповідають про ту або іншу святиню й т.п. Усе це можуть робити будь-які ЗМІ. Церковність засобів масової інформації визначається не цим, а насамперед тим, що подіям, фактам, явищам – поточними або історичним – дається не яка-небудь інша, а саме християнська, євангельська, церковна православна оцінка.

Можна виділити два аспекти впливу інститутів масової комунікації наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. Україні на формування суспільної думки й у тому числі релігійної:

1. «Внутрішній». Його особлива значимість пов'язана з тим, що кардинальні трансформації, що визначають у цілому унікальність української історії новітнього часу, неминуче відбилися на особливостях взаємин держави, суспільства (і церкви як частини суспільства) і ЗМІ.

2. «Зовнішній». Його важливість визначається тим, що на порозі нового тисячоріччя відносини з неминучістю є «вписаними» у сучасні процеси глобалізації, які обумовили якісно нову комунікативну ситуацію.

Відбулися парадоксальні зміни. Поширення електронних засобів приводить до домінування усної комунікації, подібно тому, як це було в селах минулого. Якісно відмінним при цьому є глобальний рівень що відбувається. Широко відоме думка Маршала Маклюэна, який вважав, що сучасна електронна комунікативна мережа виступає аналогом центральної нервової системи людини. Це, у свою чергу, дозволяє індивідові бути спільником і відчувати наслідок, як кожної своєї дії, так і дій інших [6, с. 72].

По суті, у навколишньому світі відбувається формування нового глобального медіа порядку, у «простір» якого включене відносно невелике число соціальних і економічних суб'єктів. Щодо культурно-релігійної самоідентифікації це виглядає як розмивання конфесіональних границь, як тенденція до уніфікації. Так звана «єдність у різноманітті». Одночасно відбувається еволюція й рух світового співтовариства до свого нинішнього стану, коли людина поклоняється предметам власного винаходу у формі факсимільних апаратів і високошвидкісних комп'ютерів. Не для кого не буде новим, що все більша кількість людей на Заході воліють залишатися вдома й дивитися телевізор, ніж ходити у щонеділі до церкви. Те ж саме ми спостерігаємо й в Україні, особливо з появою «церковних трансляцій». Похід до церкви для більшості радіо- і телепарафіян стає винятковою подією, як говориться, «через нестаток». Характерна в цьому зв'язку поява на українському ринку не тільки православного, але й специфічного протестантського продукту, адресованого віртуальній аудиторії («Радіоцерква», «Інтернет-Церква» і ін.). Самі назви говорять за себе. Церква,

що відстоює свою консервативну, конфесіональну й історично унікальну позицію, будучи носієм національної й культурної ідеї й традиції українського народу, є найголовнішою у цьому плані. При цьому Церква як суспільний інститут, безсумнівно, зобов'язана глибоко вивчати й аналізувати закономірності, за якими живе «глобальне село» для того, щоб ефективно доносити Вічну Істину сучасними адекватними засобами. Держава ж, відповідно до Біблії, як друга галузь установлені Богом влади, для того й існує, щоб піклуватися про суспільне благо своїх громадян, допомагати й співпрацювати із Церквою.

2. Аналіз публікацій в українських та російських ЗМІ в контексті війни на сході України

2.1. Порівняння особливостей роботи українських та російських ЗМІ

Останнім часом дедалі більше українців прагне отримувати новини онлайн, і дедалі менше українців дізнається новини з телебачення. Довіра до українських онлайн-ЗМІ також зростає, що відповідає тенденції збільшення споживання. Опитування також засвідчило, що українці споживають російські ЗМІ набагато менше, ніж минулого року, а довіра до російських ЗМІ продовжує зменшуватися.

Українці набагато менше користуються російськими ЗМІ, ніж 2014-го та 2015-го. Перегляд російських теленовин скоротився з 27% 2014-го до 6% 2016-го, водночас споживання онлайн-новин скоротилося з 21% до 11% за цей період, а газети та радіостанції залишаються непопулярними. Нині менше людей довіряє російським ЗМІ, ніж на початку конфлікту на сході України; довіра до російського ТБ впала з 20% до 4% за останні два роки, а довіра до онлайн-новин упала із 16% до 5%; довіра до радіо та газет жевріє на 2%. У різних частинах країни тенденції відрізняються. Важливо зауважити, що 2016 року довіра до російського телебачення трохи збільшилася в Харківській, Луганській та Запорізькій областях. Проте в усіх інших опитуваних регіонах довіра впала. Довіра до російських онлайн-джерел скоротилася всюди, крім Миколаївської області, де було невелике її зростання [10, с. 16].

У листопаді — грудні 2017 року російські ЗМІ пильно стежили за політичними міжусобицями в Україні. І протистояння між Порошенком та Аваковим, і антипрезидентські протести, охрещені як «Міхомайдан», і факти викриття корупційних схем та боротьба між Генпрокуратурою та НАБУ — все використовувалося як свідчення чергового наближення «третього Майдану». До переліку «тем важливих та актуальних» також потрапили:

- можливе розірвання дипломатичних стосунків з ініціативи українського парламенту (свідчення домінування русофобії як ідеології правлячої верхівки в Україні);
- загострення відносин між Україною та Польщею щодо історичної пам'яті (ізоляція України в Європі);
- напруженість у відносинах України та Угорщини щодо мовного закону (ізоляція України в Європі);
- обмін полоненими за участі Віктора Медведчука та патріарха Кирила (підкреслення миротворчої ролі Путіна та особистої заслуги Медведчука та російської церкви);
- блокування телеканалу NewsOne (як доказ поширеності екстремізму та політичних утисків в Україні);
- ситуація на Донбасі (надання США летального озброєння, виведення російських військових із СЦКК як доказ агресивності та керованості української влади з Вашингтона).

Було ще кілька епізодичних згадок України в негативному контексті, які теж працювали на посилення зазначених вище меседжів. Як-от розповідь про «небезпечне експериментування» над українцями з боку американської компанії, яка постачає альтернативне ядерне паливо на АЕС, чи публікації про протистояння Коломойського й Порошенка як доказ корумпованості української еліти.

Як ми вже зазначали в попередніх оглядах, на відміну від 2014-2015 років, основні українські телеканали, що раніше відзначалися проросійською позицією, практично припинили використовувати меседжі російської пропаганди.

Натомість з'явилися сюжети, в яких критична тональність стосовно дій українського керівництва чи ситуації в країні збігається з методами та аргументами, до яких вдаються і російські ЗМІ.

Наприклад, «1+1» єдиний із українських телеканалів використав у листопаді новину про «райські документи», щоби згадати про

використання юристами Порошенка можливостей офшорних схем. А у грудні процитував спогади экс-віце-президента США Джо Байдена, де згадувалося про руйнівне протистояння Порошенка та Яценюка. Хоч це й не було повторенням російських меседжів, але схоже розповідали про спогади Байдена и деякі російські ЗМІ.

«1+1», 06.11.2017 19:30:00

«Через фірму на острові Мен він міг виводити з України валюту. Там же хотіли створити компанію і юристи Петра Порошенка ще 2014-го. Зробити цього не вдалося. Офшорна компанія відмовилася мати справу з українським президентом. А в оточенні самого Порошенка кажуть — він і на меті не мав уникати сплати податків.

Ірина Луценко, представник Президента України у Верховній Раді: Для того, щоб здійснити операцію з продажу корпорації "Рошен" необхідно було створити холдингову структуру. Ця холдингова структура була налаштована на те, щоб уникнути подвійного оподаткування з метою того, щоб усі податки повною мірою були сплачені саме в Україні, а не за кордоном».

«Московский комсомолец», №246, 07.11.2017

«В "Райских документах" нашлось место и для действующей украинской власти. Среди владельцев офшорных счетов оказался глава Незалежной Петр Порошенко, который и полтора года назад становился фигурантом предыдущего большого журналистского расследования по панамским офшорам. Всего в списке оказалось 10 украинцев.

Директор Института миротворческих инициатив и конфликтологии Денис Денисов считает, что очередной офшорный скандал с участием лидера Незалежной вновь останется незамеченным.

К сожалению, украинская власть и их западные партнеры постараются замолчать эту историю. Совершенно очевидно, что манипуляции бизнесмена Порошенко оптимизировали налогообложение его основного актива — компании Roshen. То он обещал продать его, то он решил передать

управление в слепой траст, но по факту Roshen продолжает принадлежать ему».

«1+1», 26.12.2017 19:30:00

«Наталя Мосейчук, ведуча: Американський віце-президент примусив Януковича піти, а наступного президента України кілька місяців умовляв помиритися з прем'єром. Джо Байден опублікував мемуари, в яких описує свою роль в новітній українській історії. Яна Слісарчук читала книжку і ділиться враженнями.

Яна Слісарчук, кореспондент: Якщо він буде балатуватися в президенти, казали Джо Байдену вдома, то прив'язаність до України може дуже-дуже йому зашкодити, але наперегони він так і не пішов, а про свої спроби зберегти в Україні демократію і не дати росіянам її сплюндрувати написав у автобіографії. Байден говорить, що кілька місяців застерігав Януковича від застосування сили до мирних громадян, але тієї ночі тон було змінено.

Джо Байден, віце-президент США (2009 — 2017): Я казав йому — все скінчено, час забрати назад своїх бойовиків і йти геть. Я нагадав йому, його єдиною підтримкою залишилися політичні маніпулятори з Кремля і від російських друзів йому не варто було чекати допомоги.

Кор.: Анексія Криму, нехтування Будапештським меморандумом, бездіяльність Заходу, танки Путіна на Сході України, Мінські угоди, що мало стримують агресію — Байден описує все це з помітною пристрасстю. Обама такої не мав, він навіть часто застерігав віце-президента від обіцянок новому українському уряду і з яким, доречі було не солодко. Окремо Байден згадує, як восени 2014 намагався помирити Порошенка з Яценюком, коли ті ніяк не могла дійти згоди щодо уряду.

Джо Байден: Партії Порошенко та Яценюка витрачали енергію на те, аби гризтися одна з одною, в той час коли їм треба було створювати інституції і збройні сили, здатні протистояти Путіну.

Кор.: Переконати Європу, зокрема Меркель, не відступатися від України, твердить Байден, було не просто, для цього треба було переконати Порошенка, що він не може зробити ані кроку, аби дати Європі привід залишити Україну. Тоді Байдену це вдалося».

«Российская газета», 27.12.2017

«Хотя Байден и повторяет мифы о "боевиках Януковича", признание того, что вице-президент США в течение трех месяцев оказывал давление на Януковича и фактически вынудил его бежать, является бесценным историческим свидетельством. Не менее занимателен и взгляд Байдена на победителей "майдана" — Порошенко и Яценюка, которых он всегда, и, как оказалось, — безуспешно, призывал к сотрудничеству.

"Я истратил два полных дня в Киеве, пытался убедить Порошенко и Яценюка отказаться от их упрямого нежелания работать вместе. Послушайте, вы должны быть с Порошенко, — говорил я Яценюку. — Вы должны быть командой. Вы не можете пойти разными дорогами. Если будут назначены новые выборы, это будет катастрофой. Вы потеряете все" — так описывал Байден один из своих шести визитов в Киев, совпавший с правительственным кризисом, в конце концов закончившимся отставкой Яценюка, которого вице-президент описывает как "доктора философии, экономиста, но не нудного академика".

Также Байден рассказал о том, как советовал Порошенко не обращать внимания на Европу в своей политике.

"Я был строг с Порошенко с момента его избрания. Я ясно давал понять, что он не может позволить себе дать европейцам какое-либо оправдание в пользу отхода от режима санкций против России. Но украинский президент также знал, что я сражаюсь за него, чтобы получить пакеты помощи от МВФ, и помог получить нелетальное оружие", — честно повествует Байден о том, почему вопреки усилиям Берлина и Парижа Киев ничего не делал для выполнения Минских соглашений».

А от вразили своєю неперебірливістю та недалекоглядністю два інших телеканали — «Україна» та «Інтер».

У листопаді — грудні «Україна» виступила провідним піар-каналом Віктора Медведчука, дозволивши йому тиражувати меседжі, вигідні Кремлю. Зокрема, про те, що визволення полонених — виключно добра воля Володимира Путіна та особиста заслуга самого Медведчука, що ОРЛО й ОРДО — рівноправні учасники переговорів з українським урядом, що альтернативи Мінським домовленостям не існує. Загалом у листопаді — грудні ми нарахували три таких компліментарних сюжети виключно з прямою мовою Медведчука: 21 і 26 листопада і 3 грудня. Зважаючи на те, як сюжети про благодійність Ріната Ахметова на Донбасі регулярно з'являються в ефірі «України», можна припустити, що озвучені меседжі Медведчука в цілому не суперечили поглядам власника телеканалу. Навіть незважаючи на те, що такі ж погляди поділяють і в Кремлі.

«Україна», 21.11.2017 19:00:00

«Анна Панова, ведущая: Масштабный обмен пленными готовит Киев и, так называемые, республики оккупированного Донбасса. Более года этот процесс был заморожен. На неподконтрольной территории Киев разыскивает 157 человек. Скольких боевики хотят взамен и когда ждать освобождения пленных? Смотрите.

Александр Громов, корреспондент: Последний масштабный обмен между Киевом и неподконтрольными территориями состоялся 26-го декабря 2014-го. Тогда боевики вернули 150 человек, Украина — 225. После — переговоры зашли в тупик. В ОРДЛО ставили ультиматум — или всех на всех, или никак. В Киеве утверждали — отпустить всех не могут. Совершившие особо тяжкие преступления должны понести наказание. Сейчас требования Киева учли.

Виктор Медведчук, спецпредставитель Украины по гуманитарным вопросам в рамках Трёхсторонней контактной группы: Эта договорённость была достигнута после моего визита в Москву, после обращения к

президенту Российской Федерации господину Путину. С учётом обстоятельств и аргументов украинской стороны, они получили подтверждения сначала из уст президента Российской Федерации и он оказал своё влияние, используя свой авторитет, позвонив и попросив об этом лидеров непризнанных республик. Поэтому есть уверенность, что такой обмен состоится.

Кор.: Официальный Киев, по словам Медведчука, знает местонахождение 94-ох своих пленных. Боевики хотят вернуть 386 своих. Но из-за того, что с обеих сторон есть те, кто проходит по делам, как совершившие особо тяжкие преступления, обмен будет выглядеть — боевики передадут Киеву 74 человека, Украина отдаст за них 306 задержанных.

Виктор Медведчук: Как мы предварительно договорились, что этот обмен освобождения взаимно с двух сторон должно состояться до Новогодних и Рождественских праздников. Мы хотим это успеть и хотим это сделать.

Кор.: Медведчук говорит, переговорам часто мешает недостоверная информация об обмене от украинских политиков, которые никакого отношения к процессу не имеют. Перевирают число пленных, называют даты, имена, причиняя боль родным и близким пленным.

Виктор Медведчук: Вот цифры даже, как и ранее, так и сейчас, они подтверждаются мною только у президента Украины. И в переговорном процессе больше никто не задействован. Решения по поводу обмена, как и по вопросам условий, принимает тоже президент Украины господин Порошенко.

Кор.: Этот обмен лишь первый этап.

Виктор Медведчук: Остаются те, которые, к сожалению, не получают свободу сейчас, а таких людей из представителей тех, которых разыскивает Украина — это на сегодняшний день 20 человек. Я думаю, что может быть за время, которое продолжается, мы найдём и других, из тех кого мы ищем. И 80 человек, на которых претендует ОРДО и ОРЛО, которые находятся

в Украине. Поэтому процесс продолжается и его надо проводить, переговоры надо вести и надо добиваться главной цели — освобождения всех.

Кор.: Идут переговоры и по освобождению украинцев, которых Россия удерживает на своей территории, но не в рамках Минских соглашений.

Виктор Медведчук: Переговоры по поводу Сущенко, Семцова, Карпюка, Клыха и многих других ведутся в постоянном режиме. Как только будут известны новости в этой части, положительные новости, безусловно они станут достоянием общественности».

«Независимая газета», 16.11.2017

«15 сентября посетили Воскресенский Ново-Иерусалимский монастырь под Истрой. Во время визита к президенту обратился украинский политик Виктор Медведчук. Лидер общественного движения “Украинский выбор — право народа” призвал президента России воздействовать на власти самопровозглашенных ДНР и ЛНР в вопросе обмена военнопленными.

По словам Виктора Медведчука, по обе стороны фронта сейчас находятся несколько сотен военнопленных, которые, согласно Минским соглашениям, должны были быть обменены «все на всех». Тем не менее с момента последнего обмена пленными прошло уже больше года. «У украинской стороны есть объективные аргументы законодательного характера, которые не позволяют в настоящее время осуществить этот обмен в полном объеме. Это касается в первую очередь лиц, которые привлекаются к уголовной ответственности за совершение особо тяжких преступлений, — сказал Медведчук Путину. — Украинская сторона готова освободить 306 человек и рассчитывает на ответные действия ОРДО и ОРЛО (принятые в украинских СМИ обозначения находящихся под контролем ополченцев районов Донецкой и Луганской областей. — “НГ”) по освобождению 74 человек. Поэтому я прошу вас, уважаемый Владимир Владимирович, используя свой авторитет, проявить гуманизм и обратиться к главам непризнанных республик господам Захарченко и Плотницкому”.

Призыв Виктора Медведчука поддержал патриарх Кирилл. «Я знаю, что вы близко к сердцу воспринимаете судьбу людей. Блаженнейший митрополит Онуфрий (глава Украинской православной церкви Московского патриархата (УПЦ МП. — «НГ») неоднократно ко мне обращался тоже с просьбами, и, как известно, какие-то из них были удовлетворены, какие-то еще нет», — сказал президенту председатель РПЦ. Он отметил особое гуманитарное измерение войны в Донбассе, вынуждающее Церковь принять участие в преодолении ее последствий. Президент пообещал переговорить на эту тему с руководителями ДНР и ЛНР».

«Российская газета», 16.11.2017

«Прямо в монастыре и произошел знаменательный разговор. Президент поддержал предложение лидера движения "Украинский выбор — право народа" Виктора Медведчука об обмене пленными между Украиной, ДНР и ЛНР. "Я сделаю все, что от меня зависит, переговорю с руководством и Донецкой республики, и Луганской республики, — заверил он. — Надеюсь, что то, что вы предлагаете, будет реализовано".

Просьба заключалась вот в чем. "Ровно 14 месяцев как не проходят обмены, — посетовал Медведчук. — Причина такой ситуации заключается в том, что, согласно Минскому соглашению, обмены должны производиться по формуле "всех на всех". И у Украины возникли сложности: по законодательству нельзя реализовать этот принцип в отношении всех, в первую очередь в привлекаемых за особо тяжкие преступления.

"Несмотря на это, сегодня готовы к обмену большое количество людей, и Украина сегодня готова освободить 306 человек, рассчитывает на освобождение Донецком и Луганском 74 человека, и это можно было бы сделать до новогодних и рождественских праздников", — сообщил Медведчук. И попросил Путина использовать свой авторитет, проявить гуманизм и обратиться к главам непризнанных республик — Захарченко и Плотницкому — "провести этот обмен как первый этап обмена всех на всех и освободить указанных лиц".

Поддержал просьбу Патриарх Кирилл. "Страдают люди, жертвы тяжелого конфликта, поэтому я со своей стороны хотел бы тоже просить вас поддержать и совместными усилиями могли бы осуществить обмен", — обратился он к президенту».

А ось як легалізував «Інтер» відверту фальсифікації на тему розстрілів на Майдані, незважаючи на те, що його власники начебто щосили намагаються дистанціюватися від спогадів та асоціацій про останні дні правління Януковича.

Втім, згадка про псевдодокументальну, інспіровану Росією італійську стрічку про «грузинських снайперів» виглядає як відверта пропагандистська провокація. На «Інтері» не потрудилися зробити хоча б елементарний критичний аналіз цього фейку. Подача слів українського прокурора (враховуючи негативний рівень суспільної довіри до будь-яких заяв представників прокуратури) проти слів адвоката экс-беркутівців лише на перший погляд є «балансом» різних точок зору. Адже якщо одна з них — відверта брехня, то це лише спосіб її легалізувати й затьмарити більш правдиві версії подій. Щоби зрозуміти, наскільки «Інтер» порушив стандарти і пристав на бік російських пропагандистів, варто порівняти його сюжет не лише з публікаціями в Росії, а й схожим сюжетом на каналі «112».

«Российская газета», 23.11.2017, С.14

«Корреспондент итальянского издания Il Giornale снял фильм о провокаторах, стрелявших по майдану.

Накануне Дня свободы и достоинства — отмечаемого на Украине 21 ноября государственного праздника, учрежденного Петром Порошенко в честь начала массовых выступлений на Площади независимости в Киеве, окончившихся государственным переворотом и гражданской войной, — итальянский телеканал "Медиасет" в рамках публицистической программы "Матрикс" показал фильм "Украина, скрытые истины".

Автор фильма, корреспондент издания Il Giornale Джан Микалессин, озвучил имена стрелков-провокаторов, ведших огонь по толпе и бойцам

"Беркута" 18-19 февраля 2014 года. Сам фильм не тянет на мировую сенсацию — ответ на сакраментальный вопрос "кому выгодно" применительно к убийствам на "майдане" давно известен, равно как есть и ранние исследования на тему происхождения печально известной "небесной сотни". Вот только юридическое установление истины сегодня смерти подобно — и для правящего в Киеве режима, и для тех высокопоставленных иностранцев, кто планировал и режиссировал четыре года назад украинскую трагедию.

Впрочем, нечто важное герои фильма — четверо грузинских боевиков — авторам фильма все-таки сказали. Например, по словам Александра Ревазишвили, попавшего в Киев по поддельным документам, приказ совершать провокации его группа получила от американского инструктора и лидеров "евромайдана". "Мы должны были спровоцировать "Беркут", спецподразделения полиции. Мы должны были спровоцировать их таким образом, чтобы натравить их на толпу. Примерно 16-17 февраля ситуация с каждым днем становилась все более напряженной. К тому времени она уже вышла из-под контроля", — говорит снайпер. По его словам, перед началом стрельбы ему и еще нескольким снайперам, в том числе выходцам из стран Прибалтики и Восточной Европы, был представлен "еще один человек в форме" — американский военный. "Этого американца звали Брайан Кристофер Бойенджер, бывший офицер и снайпер 101-й воздушно-десантной дивизии США. После майдана он отправился в Донбасс, где воевал в составе грузинского легиона", — заявил Ревазишвили».

«Интер», 12.12.2017 20:00:00

«Екатерина Лысенко, ведущая: Ускорить либо напротив — замедлить процесс рассмотрения дела об экс-беркутовцах, которых обвиняют в расстрелах на Майдане, могут новые свидетели.

Защита обвиняемых подала ходатайства о видеодопросе двух граждан Грузии, которые якобы принимали участие в тех кровавых событиях — стреляли и по протестующим, и по правоохранителям. О них стало известно

из документального фильма итальянских репортёров. Впрочем, обвинение скептически относится к работе иностранных документалистов.

Стефан Решко, адвокат обвиняемых: Вони феноменально важливі, на наш погляд, тому що вони як раз дають розуміння про іншу сторону Майдану. Ну вони дають такі свідчення, чесно кажучи, що навіть мороз по кожій йде. Тому що вони володіють інформацією, хто до них звертався, хто приходив, привозив зброю. Це, до речі, багато людей на сьогоднішній день відомих, в тому числі ті, які займають державні посади.

Роман Псюк, прокурор управління спецрасследования: Безперечно, це клопотання, на нашу думку воно буде нами підтримано. У його дослідженні. У допиті цих громадян Грузії. Нами досконало вивчено це відео італійського режисера, перші наші заяви департаменту спецрослідувань були про те, що там є певні ознаки фейковості. Там є, ми на це будемо звертати увагу, і ще це ми будемо його переглядати, є відверта неправда».

«112», 12.12.2017 19:00:00

«Євген Міхін, ведучий: Двох грузинів планують допитати, як свідків, у справі розстрілів євромайданівців. Відповідне клопотання подали у суд адвокати экс-беркутівців. Кажуть, чоловіки були серед так званих "грузинських снайперів" і готові свідчити про свою участь у подіях революції гідності. Деталі знає Ольга Паращук.

Ольга Паращук, кореспондент: На лаві підсудних п'ятеро колишніх беркутівців. У Святошинському райсуді продовжують допитувати потерпілих на майдані під час революції гідності. Свідчить Юрій Андрушко.

Юрій Андрушко, свідок: Отримав поранення 20 лютого, близько о десятій, це було поранення в руку на вулиці Осетинській. На даний момент там установлений зараз хрест.

Кор.: У цій справі, за словами прокурорів, залишилося заслухати ще близько тридцяти потерпілих. Опісля, мають допитати свідків та захист робить заяву. Спершу просять допитати, як свідків, двох громадян Грузії — Кобу Нергадзе і Олександра Рабозашвілі.

Олександр Горошинський, адвокат: У них є дані, вони були свідками, як з готелю "Україна" та з консерваторії вівся вогонь, як по мітингувальниках, так і по правоохоронцях. Вони вказують час, місце, спосіб, коло осіб, називають прізвища, хто це робив і з якої зброї це відбувалося.

Кор.: Горошинський посилається на італійський документальний фільм. У ньому йдеться про так званих "грузинських снайперів". Допитати планують двох із трьох героїв кінострічки. У ній іноземці розповідають про те, як їм заплатили за участь у революції гідності. Вони, ніби-то, були у команді снайперів.

Кадри з фільму "Майдан": Мы должны были заниматься провокацией. Мы должны были провоцировать действия подразделения "Беркут". Наша задача была спровоцировать, чтобы они пошли против толпы.

Кор.: Нині вони живуть у Вірменії, їхати в Україну бояться через питання безпеки. Залучити до участі у судовому засіданні їх планують через конференс-зв'язок. Це відео адвокатів. На ньому грузини підписали відповідну заяву.

Кадри з відео: Фамилия и подпись.

Кор.: Допитати свідків не проти, кажуть прокурори, однак наголошують: саме відео італійських журналістів має ознаки неправдоподібності.

Це відверта неправда, яка спростовується абсолютно навіть загальнодоступними матеріалами. До прийняття рішення судом, у нас, можливо, будуть якісь доповнення до цього клопотання. Можливо, якісь заперечення.

Кор.: За тиждень, прокурори мають ознайомитися з відповідним клопотанням. Чи допитають грузинів у суді, вирішуватимуть на засіданні наступного вівторка.

2.2. Інформування про події на сході України російськими ЗМІ

У час активної інформаційної агресії щодо України з боку Російської Федерації, російські Інтернет-ресурси активно подають пропагандистські матеріали про Україну. Подання таких новин далеко не завжди є правдивим, відтак, вона дезінформовує і загострює збройну агресію на території Східної України.

У своєму дослідженні ми аналізували матеріали двох російських Інтернет-ресурсів “Российский Диалог” і “Правда.Ру” за 2016 рік. Ці сайти підтримують “пропутінську позицію” щодо України.

“Правда.Ру” – суспільно-політичний електронний засіб масової інформації зареєстрований 17 листопада 2003 року, а ще більш рання реєстрація на електронне видання «Правда On-Line» від 3 листопада 1999 року. Працює цілодобово, висвітлюючи світові і внутрішні російські новини.

“Российский Диалог” (rusDialog.ru) – суспільно-політичне новинне й аналітичне ЗМІ, засноване в червні 2014 року. Працює цілодобово, висвітлюючи світові і внутрішні російські новини.

Ці електронні ЗМІ щоденно висвітлюють новини про події в зоні АТО ще з самого початку збройного повстання.

Портал “Российский Диалог” має спеціальні рубрики “Украина”, “Киев”, “Крым”, де оперативно публікує інформацію про всі найгарячіші події, що сталися у цих точках. Новини про Україну тут оновлюються протягом щопівгодини або щогодини. Здебільшого це розгорнуті замітки, яких протягом дня налічується від 10, якщо спокійний період, і понад 20 – у час активізації подій в зоні АТО чи бійок у Верховній Раді та ін.

Проаналізувавши текстове наповнення сайту “Российский Диалог”, можемо виокремити методи пропаганди, яку активно застосовують російські журналісти щодо України:

1) вигадання фактів, повідомлення про події, які неможливо підтвердити, немає жодних свідків та коментарів. Наприклад, матеріал

“Китайцы массово едут в Крым смотреть дворцы и пить вино”, який не є підтверджений жодними документами чи коментарями фахівців з питань туризму. Матеріал не підкріплений ні конкретними фактами, ні переконливими аргументами. Є невеличкий коментар чиновника середньої ланки, голови комітету санаторно-курортного комплексу і туризму Криму Олексія Черняка, персона якого є не дуже відомою;

2) фальсифікація та інсинуація подій. Наприклад, матеріал під назвою “В какой стране еще можно увидеть подобное? Фото с торгующим на блошином рынке Ющенко “взорвало” Сеть”. Мова йде про те, що користувач Facebook підписаний як «Сестра Чемоданова» опублікувала на своїй сторінці фото колишнього Президента України Віктора Ющенка, який продавав вишиванки на “блошиному” ринку. Вона попросила Ющенка зробити спільне фото і він дав згоду. Відтак, користувачка дивується як таке можливо. На нашу думку, автори опублікували цей матеріал навмисне, аби підірвати авторитет до української влади, а також вони принизили честь та гідність колишнього глави нашої держави. У матеріалі подається фото, яке взагалі не віддзеркалює написаного факту. Тому ймовірність того, що ця подія справді відбувалась є дуже малою;

3) виривання з контексту фактів, коментарів. Наприклад, матеріал за назвою “Война с русским языком на Украине: информация на вокзалах будет исключительно на украинском и английском”, в якому йде мова про те, що невдовзі буде повністю припинене дублювання інформації російською мовою на табло вокзалів України, а також у проїзних квитках. На нашу думку, цей заголовок не відповідає змісту матеріалу, адже у цій ситуації Україна не веде війну з російською мовою, а проводить цілком прийнятне нововведення, оскільки на першому місці має бути державна мова. Відтак, публікуючи такий заголовок, журналісти переслідували корисливу мету, а саме – посіяти настрої ворожнечі у російськомовного населення;

4) висвітлення думок та коментарів лише однієї сторони, зацікавленої у розвитку воєнної ситуації в зоні АТО. Наприклад, матеріал “Очередной срыв

перемиря в Донбасе? Україна не готова відвести війська”, у якому мова йде про те, що ЗСУ зобов’язали “ЛНР” першою відвести зброю та техніку від Станиці Луганської. Журналісти подають коментар начальника управління Народної міліції “ЛНР”, натомість немає жодної інформації від представників ЗСУ. Відтак, інформацію подано однобоко, на користь “ЛНР”, адже очільник управління Народної міліції “ЛНР” розповідає, що українська сторона може зірвати перемир’я.

Інтернет-ресурс “Правда.Ру” щодня подає новини про події в Україні. Найбільше матеріалів на сайті про події із зони АТОта окупованого Криму вони публікуються у рубриці “Мир”. На цьому порталі новин про Україну дещо менше, ніж на “Российский Диалог”, проте тут новини є дещо “агресивніші”. Журналісти дозволяють собі вживати в матеріалах емоційно-забарвлену лексику щодо України, її влади, війська і активістів.

Проаналізувавши текстове наповнення сайту “Правда.Ру”, можемо виокремити методи пропаганди, яку активно застосовують російські журналісти щодо України:

1) навішування ярликів – автори у своїх матеріалах надають негативного змісту подіям в зоні АТО, створюють негативний образ українських бійців, розвивають у читача критичне сприйняття дій української влади. Відтак, у масового читача це викликає негативні асоціації, породжує певні стереотипи.

Наприклад, у матеріалі “Почему нацисты отказались от марша по Одессе?” мова йде про те, що громадська організація “Сокіл” і ВО “Свобода” відмовилися від ідеї провести 28 квітня марш на честь дивізії СС “Галичина” в Одесі. Представникам відомих громадських об’єднань журналіст дає негативне найменування “нацисти”, відтак, це змушує масового читача негативно сприймати як борців за кращу Україну, так і політичні сили, які керують чи раніше керували нашою країною;

2) створення культу особи – автори матеріалів з повагою та авторитетом апелюють до слів Президента Росії Володимира Путіна,

возвеличують його. Вони вселяють людям віру в те, що його коментарі, висновки, розповіді – це істина останньої інстанції.

Наприклад, матеріал “Украинские СМИ поражены: Жители Украины хотят “такого, как Путин”, де мова йде про те, що видання “Неделя.ua”, запропонувало своїм читачам відповісти на запитання: “Якому політикові ви б довірили управління своєю країною?”, 85 % відсотків українців відповіли, що хотіли б, щоб Україною керував Володимир Путін. Далі у матеріалі наведено результати інших кандидатур, а закінчується стаття розповіддю про те, що Путін є хорошим політиком, входить до числа найбільш впливових особистостей 2015 року і що його поважають росіяни. Таким чином, бачимо прийом “створення культу особи”, читачам навіюють стереотип про те, що в Росії кращий Президент, і що Україна має всі шанси опинитись в надійних правлячих руках цього “політичного генія”;

3) апелювання до авторитету – автори матеріалів створюють образ величної Росії та виваженого, шанованого народом і послідовного у своїх діях її Президента Володимира Путіна. Наприклад, матеріал “Путин поразил иностранцев умом и отличным английским”, де автор розповідає, що журналіст CNN Фарід Закарія, ведучий пленарного засідання Петербурзького міжнародного економічного форуму, був вражений розумом російського лідера і його володінням англійською мовою. “Він дуже розумний, був дуже добре підготований. У нього особливий погляд на історію, – сказав Закарія. – Я б описав його як російський національний погляд, в центрі якого – Росія”. На нашу думку, застосування таких коментарів у тексті матеріалу, створює для Путіна образ месії, який забезпечує процвітання не лише Росії, а й може зробити це для України;

4) демонізація ворога – висвітлення української сторони в “архінегативному” аспекті. Після прочитання складається стереотип, що Україна – це плацдарм агресії, вона поширює її на всі сусідні держави. А українська влада – це невігласи, які довели країну до повного занепаду. Наприклад, матеріал “Украина заразила Польшу шизофренией”, у якому

мова йде про те, що Україна і Польща ведуть між собою безглузду боротьбу у багатьох суспільних сферах, наприклад, “польський сейм прийняв закон у якому визнає “актом геноциду” вбивство на Волині 100 тисяч польських християн у 1943–1945 рр. Натомість, українські депутати помітили, що спогадами про “волинську різанину” Варшава ганьбить українських націоналістичних “героїв” 1940-х років в той самий момент, коли “українська держава знаходиться в стані війни з Російською Федерацією”. А значить, Варшава підливає масла у вогонь “спільного ворога” – Москви. На офіційному рівні все залишається цивілізовано, проте різко відповів полякам Юрій Шухевич, депутат Верховної Ради, 83-річний син Романа Шухевича: “Ви знову завдали нам удар в спину в момент нашої війни з Москвою. Скільки вам заплатив Кремль?”, – такими словами Шухевич-молодший зустрів кореспондента “Gazeta Wyborcza”, який приїхав в рідне для Шухевича місто Львів. Не даючи представнику польських ЗМІ перехопити ініціативу, Шухевич звинуватив його газету, а заодно і всю Польщу у веденні “гібридної війни проти України”. Відтак, бачимо, що Росія намагається посіяти ворожнечу між Україною та Польщею. Нашу країну вона позиціонує як ворожу до Польщі, у матеріалі зведено наклеп на Польщу, мовляв поляки ведуть гібридну війну проти України;

5) спрощення фактів – подання без заглиблення в суть явища, іноді це призводить до викривлення повідомлення. Наприклад, матеріал під заголовком “Украина готовится официально объявить России войну”, у його назві йдеться про те, що наша країна незабаром оголосить війну Росії. Проте Російська Федерація вже давно розпочала війну проти України, хоча неоголошену, але світ визнав це. А в самому матеріалі мова йде про те, що, для того, аби Україна отримала підтримку від міжнародного співтовариства, їй потрібно офіційно ввести военний стан. Такий заголовок дезорієнтує читача, адже факт у ньому є спрощеним і він викривлює суть матеріалу.

Проаналізувавши російські Інтернет-ресурси “Российский Диалог” і “Правда.Ру”, можемо констатувати, що ці медіа активно публікують

пропагандистські матеріали, які дезорієнтують читача, навіюють негативні стереотипи про Україну.

Відтак, сьогодні вітчизняний медіаринок має з особливою обережністю відповідати на інформаційну агресію з боку Росії, аби не втрапити у пастку, яку готує ворог і не втратити свій авторитет серед тих, хто нам довіряє і підтримує. Українські журналісти можуть контролювати перебіг інформаційної агресії. Потрібно об'єднати кращих журналістів, тих, кому довіряють і наслідують, для того, щоб вони працювали на відновлення іміджу, подавали інформацію у якісно новому форматі [9, с. 59].

2.3. Висвітлення подій на Сході України українськими ЗМІ

Було проведено дослідження серед журналістських практик, поширених в редакціях, уявлень журналістів про свою роль в процесі висвітлення конфлікту на сході України у 2016 році, а також орієнтирів, які визначають практики журналістів. Під час дослідження було проведено 30 інтерв'ю з журналістами та дві фокус-групи за участі 17 журналістів. У дослідженні взяли участь журналісти й редактори, які безпосередньо висвітлювали різні теми, пов'язані з конфліктом. Дослідження охопило вісім загальнонаціональних телеканалів, тринадцять регіональних телерадіокомпаній (включно з обласними філіями НТКУ), шість загальнонаціональних онлайн-медіа, шість загальнонаціональних друкованих видань, дев'ять регіональних друкованих видань та онлайн-медіа.

Інтерв'ю з журналістами та обговорення в форматі фокус-групи показали відсутність єдиного, домінантного підходу до висвітлення конфлікту й тем, дотичних до конфлікту. Натомість можна спостерігати значний плюралізм у підходах, професійних орієнтирах та високий рівень непевності щодо «правильного» висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом, серед журналістів. Такий плюралізм та непевність, з одного боку, свідчать про доволі високий рівень рефлексії журналістів щодо того, яким має бути адекватне і професійне висвітлення конфлікту. З іншого боку, це є

свідченням того, що українська журналістська спільнота досі не виробила універсальних правил та настанов, досі триває пошук професійних орієнтирів у журналістському середовищі. Крім того, такий редакційний плюралізм показує відсутність координованої державної цензури медіа в умовах війни. Ніхто з опитаних журналістів не згадав про спроби державних органів влади впливати на контент їхніх ЗМІ щодо висвітлення конфлікту й дотичних тем.

Серед згаданого різноманіття підходів у різних українських медіа умовно можна виокремити три типи: усвідомлено активістський / патріотичний, підкреслено професійний / нейтральний та змішаний.

Патріотичний, або активістський підхід передбачає свідоме зосередження на представленні української («нашої») сторони, ігнорування «іншої» сторони як нелегітимної, можливий компроміс із традиційними професійними стандартами «мирного часу» задля боротьби з російською пропагандою. Такий підхід був найменш представлений в інтерв'ю та фокус-групах із журналістами, що, однак, контрастує з попередніми дослідженнями контенту медіа. Це може свідчити про певні відмінності в поглядах окремих журналістів та більш усталеними практиками й підходами редакцій медіа.

Другий тип, підкреслено професійний, або нейтральний передбачає беззастережне дотримання професійних журналістських стандартів і є здебільшого характерним для медіа, які декларують роботу за західними стандартами (наприклад, українські редакції міжнародних медіа, деякі незалежні українські ЗМІ).

Найбільш поширеним серед журналістів виявився третій підхід, змішаний, для якого притаманне розуміння важливості стандартів, дотримання окремих із них, але також багато дилем та непевності. Такий підхід також має різні варіації, різні пропорції «дотримання стандартів» vs. «прагнення допомогти / не нашкодити українській стороні».

Поширеність змішаного підходу, високий рівень непевності журналістів щодо різних аспектів висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом,

показує брак інституціоналізації редакційних практик щодо висвітлення цих тем. Опитані журналісти переважно зазначали, що в їхніх редакціях немає писаних правил, затверджених стандартів роботи в умовах конфлікту. Усне проговорювання підходів, стандартів та дискусійних питань також є нечастим і великою мірою залежить від ініціативи журналістів, а не редакторів.

Таким чином, розуміння професійних стандартів у більшості українських медіа (крім тих ЗМІ, що чітко декларують дотримання західних стандартів журналістики) віддане на розсуд самих журналістів. Особливо це стосується регіональних медіа. Тому журналісти загалом більш схильні керуватися власними поглядами / досвідом, аніж усталеними редакційними практиками та стандартами.

Дослідження також показало велику вагу особистого фактору та індивідуальних ініціатив, які йдуть від журналістів. Переважна більшість журналістів, які взяли участь у дослідженні, самі висловили бажання займатися темами, пов'язаними з конфліктом. Значна частина опитаних походить із Донеччини та Луганщини; виїхавши з тих регіонів у різний час, вони добре розуміють контекст, мають напрацьовану базу контактів у регіоні, особисто зацікавлені у висвітленні цих проблем та часто ініціюють теми з огляду на власний досвід і знання ситуації. Таким чином, можна дійти висновку про значну роль особистого фактору у формуванні порядку денного щодо тем, пов'язаних із конфліктом, в українських ЗМІ. Лише в декількох медіа з-поміж тих, що потрапили до вибірки дослідження, є цілеспрямована редакційна політика «тримати руку на пульсі» ситуації в Донбасі як на звільнених, так і окупованих територіях. Одне з центральних завдань дослідження полягало у з'ясуванні, як журналісти оцінюють важливість та актуальність тем, пов'язаних із конфліктом.

Абсолютна більшість опитаних журналістів вважає теми, пов'язані з конфліктом, одними з найпріоритетніших для українських ЗМІ та суспільства. Водночас, ґрунтуючись на своїх спостереженнях, більшість

опитаних журналістів зауважили падіння інтересу до цих тем серед аудиторії, тимчасом як політичні події вийшли на передній план. Відносно спокійна ситуація в зоні конфлікту, а також утома від постійної напруги, на думку журналістів, призвели до зниження інтересу серед аудиторії, а відтак і до зменшення висвітлення цих тем засобами масової інформації. В своїх оцінках більшість журналістів покладалася на власні враження, однак декілька опитаних аргументували це даними дослідження аудиторії (онлайн-статистикою та глядацькими рейтингами).

«Тут треба зазначити, що люди вже втомилися від війни. Вони вже втомилися від усіх цих тем. І тому ЗМІ, орієнтуючись на зацікавленість людей, теж починають потрохи забувати про ці теми» (журналіст загальнонаціонального каналу).

«Мы наблюдаем такую тенденцию, что еще, наверное, год назад все, — то есть из “Яндекс-метрики” и “Гугл аналитикс”, — что связано с АТО, читалось просто отлично, а сейчас интерес к АТО и к переселенцам у людей спадает, и волонтерские организации тоже говорят, что уже меньше поступлений и тяжелее людям выживать...» (журналіст регіонального онлайн-видання).

Особливо увага до військових пояснюється кількома чинниками.

По-перше, історії про військових, на думку більшості опитаних журналістів, є найбільш цікавими та значущими для загальноукраїнської аудиторії, оскільки військові безпосередньо наражаються на велику небезпеку та від їхніх дій залежить ситуація в країні й безпека інших громадян. По-друге, мобілізація так чи інакше зачепила більшість родин, що також сприяє інтересу аудиторії до тем, пов'язаних із військовими.

Телевізійники окремо зауважили потреб у в яскравій картинці й сюжеті, які легше отримати, знімаючи історії про військових.

Крім того, варто додати, що переважна більшість журналістів, які пишуть на теми конфлікту, так чи інакше перебуває в тісному контакті з військовими, що посилює їхню присутність у медіадискурсі.

Регіональні журналісти також зазначили, що багато уваги приділяють матеріалам про військових, які представляють їхні регіони. Є ще й економічний чинник: більшість регіональних журналістів мають змогу потрапити в зону АТО лише разом із військовими та волонтерами. Тож і свої матеріали вони здебільшого присвячують цим групам.

Також спрацьовує чинник емпатії: оскільки журналісти багато спілкуються з військовими, переймаються їхньою долею, відчують вдячність за службу — це проявляється в їхніх матеріалах, кількості уваги та позитивному зображенню військових.

«Військовим, військовим — мені здається, що це нині найважливіше. В принципі, вони на собі несуть найбільший тягар, і вони за це відповідальні. Якщо їх там не буде, то, можливо, ми з вами будемо біженцями і сім'ями загиблих і так далі. Тому від них нині все залежить. (...) Поки вони там — я можу бути тут. Якщо вони звідти підуть, можливо, мені доведеться піти. Тому я особисто їм вдячний, я їх підтримую, я якусь увагу їм завжди приділяю. Я їх поважаю, я готовий їм багато вибачити і сподіваюся, що з цього з'явиться якась притомна українська армія. От про це й пишу» (журналіст загальнонаціонального друкованого видання).

Подібна логіка й відчуття вдячності визначає увагу до волонтерів із боку медіа. Декілька журналістів пояснили висвітлення діяльності волонтерів бажанням розповісти про позитивні історії допомоги, про відданість звичайних громадян спільній справі. Втім, загалом в інтерв'ю журналісти значно рідше згадували волонтерів, аніж військових, що, ймовірно, можна пояснювати загалом зменшенням інтенсивності висвітлення діяльності волонтерів порівняно з гострою фазою конфлікту.

«Ми настільки співпереживали... Тому коли люди (волонтери) почали щось добре робити, ми були на роботі. Ми теж чимось допомагали своїм, але на увазі не так масштабно, як вони. То ми почали це все висвітлювати. І чим більше ми висвітлювали, тим більше люди під ключалися» (журналіст регіонального телеканалу).

Теми, пов'язані з переселенцями, мешканцями звільнених та окупованих територій, на думку журналістів, менше висвітлюються порівняно з військовими в силу низки причин. Важливо також, що багато журналістів мають більш неоднозначне ставлення до переселенців, мешканців звільнених та окупованих територій, аніж до військових, що часто зумовлено різним досвідом спілкування з представниками цих соціальних груп та поглядами журналістів. Дехто з журналістів зауважував, що переселенці гірше йдуть на контакт. Доволі поширеними є уявлення про мешканців Донбасу як людей із «промитими пропагандою мізками». Також звучали тези про те, що всі лояльні до України мешканці, радше за все, виїхали з окупованих територій. Утім, проведені інтерв'ю дозволяють дійти висновку про те, що опитані журналісти загалом не схильні надмірно узагальнювати свої спостереження та категорично екстраполювати особистий досвід спілкування з цими соціальними групами.

«Ми на штампах сидимо, ми знову все зводимо до теми “нам шкода, нам шкода, нам шкода...” Знаєте, це таке... З цієї групи просто роблять таке — ну давайте поплачемо з ними. Їхня трагедія не досліджується як така. Тому що це важко зробити. Важко туди їхати (...) Іноді нас кидає в якісь крайнощі. То ми хочемо їх почути, то ми хочемо їх залити бетоном. Такі прості варіанти. Але простих варіантів у цій ситуації немає. Залишилися тільки еволюційні варіанти, це надовго. Я думаю, в тому й неадекватність. Важко до них добратися, важко їх розкрити, тому що вони не хочуть розкриватися. Тому що вони — як людина, якій боляче і яка вдягає маски. Ї вони хочуть відбитися цими масками від проблеми» (журналіст загальнонаціонального телеканалу).

Емоційна напруга, відчуття співпричетності, з одного боку, та небезпеки для власної країни, з іншого, вплинули на розуміння журналістами своєї професійної ролі в умовах конфлікту. Переважна більшість опитаних журналістів сказали, що не можуть бути повністю «над ситуацією». Однак різні журналісти продемонстрували різний рівень проблематизації

адекватності такого підходу: дехто був категоричний в ідентифікації себе з «українською стороною», дехто висловлював розуміння слабкостей та обмежень цієї позиції. Втім, усі зауважили, що журналістам дуже важко абстрагуватися від ситуації та мати абсолютно нейтральну перспективу.

«Щоби бути над ситуацією, треба бути далеко від ситуації. От, наприклад, конфлікт у Сирії, тут українські журналісти можуть бути над ситуацією. Але оцей конфлікт, він відбувається безпосередньо в нашій країні, гинуть наші люди, страждає наша держава, наші люди. Тому журналіст не може бути над ситуацією. Ні в якому разі. Я зараз пригадав: завжди, коли я чую фразу “незалежне ЗМІ”, в мене одразу постає питання — незалежне від чого? Від грошей, від людей? Так от і в цьому... над чим можуть бути журналісти? Якщо вони в цьому середовищі живуть, висвітлюють ці проблеми? А ці проблеми доводиться пропускати через себе. Не можна бути над ситуацією» (журналіст загальнонаціонального телеканалу).

«Я думаю, что в Украине, возможно, и хотелось бы быть над ситуацией, но это невозможно. Почему? Потому что... ну отлично, в Сирии можно быть над ситуацией. Да? Там все равно, кто победит, кто воюет... Но когда непосредственно тебя преследует ДНР, и тебя объявили уже там преступником просто за твои материалы, то трудно быть над ситуацией. Когда твоих знакомых убили или закрыли — трудно быть над ситуацией. Когда военная агрессия против твоей страны — тоже трудно быть над ситуацией. То есть, над ситуацией — это как? Мы можем дойти до абсурда, каких-то нейтральных формулировок. Не признавая очевидного. Но тут я не знаю — тут даже нейтралитета не может быть. Вот как, например, можно нейтрально описать аннексию Крыма? Мы будем либо писать “присоединение Крыма”, будем писать “референдум” без кавычек? Тогда это будет точка зрения России» (журналіст загальнонаціонального друкованого видання). Питання збалансованості та подачі кількох поглядів виявилось одним із найбільш суперечливих для журналістів, особливо стосовно

висвітлення позиції «іншої сторони». В деяких ЗМІ (здебільшого в тих, які є або недавно ще були державними, та декількох комерційних медіа) є чітко артикульована позиція не цитувати «терористів», оскільки це сприяє їхній легітимації.

Найбільша ж частина опитаних журналістів пояснили брак представлення іншої сторони об'єктивними обмеженнями, неможливістю отримати доступ до тієї сторони. Водночас, майже ніхто не звертався по інформацію до протилежної сторони й не робив спроб акредитуватися там. Редакційна політика лише кількох медіа передбачає обов'язкове цитування представників так званих ДНР та ЛНР.

В деяких медіа періодично з'являються матеріали, що містять позицію «іншої сторони», але зазвичай це є ініціативою окремих журналістів (які добре обізнані з контекстом і спеціалізуються на цих темах), натомість не усталеною редакційною практикою.

«Редакционная политика заключается в объективности. То есть, мы стараемся не каким-то образом давать, ну тут сложно дать возможность высказаться той стороне. Потому что она, как правило, ничего не говорит. То есть, она вещает какими-то штампами. Но мы пытаемся: например, когда я пишу расследование, условно говоря, про ситуацию в Донецкой области, я обязательно цитирую местных. Или Александра Жучковского, или, бывает, того же Губарева... Но не в виде комментария, потому что они мне не дают его. А в виде комментариев их в соцсетях. То есть, я нахожу, что они пишут, например, в Фейсбуке или "ВКонтакте". И я цитирую эту запись» (журналіст загальнонаціонального видання).

Окремо варто зауважити, що журналісти декількох комерційних телеканалів розповідали: їхня редакційна політика допускає й навіть заохочує певний рівень суб'єктивності журналіста, покликаний додати гостроти й цікавості історіям. За такої редакційної логіки стандарт балансу відсувається на задній план.

Тож можна дійти висновку, що переважна більшість українських ЗМІ більш чи менш свідомо «виключає» представлення іншої сторони у своїх матеріалах на теми, пов'язані з конфліктом на сході України.

Журналісти також відчувають певний тиск із боку редакцій, хоча зазначають, що мають значно більше свободи порівняно з висвітленням політичних процесів і тем. Тиск, який відчувають, існує як із позицій «дотримання стандартів», так і в контексті компромісу із стандартами.

Зазвичай у таких випадках ідеться не про безпосередній тиск / вимоги редакторів, а радше про розуміння журналістами, що є належним чи не належним у конкретній редакції, т. зв. «редакційної політики». Зокрема, деякі журналісти розповідали, що мають більш радикальну позицію порівняно зі редакційною, але приймають стандарти збалансованості, дехто згадував про існування «табу» на висвітлення певних груп, дехто із журналістів відчував «тиск» щодо необхідності висвітлювати дії української армії з максимально позитивної перспективи.

Таким чином, в українських ЗМІ існує значний плюралізм у підходах і редакційних політиках щодо висвітлення конфлікту, а також серед журналістів спостерігається високий рівень непевності щодо професійних орієнтирів; це свідчить про те, що українська журналістська спільнота досі не виробила універсальних правил, а журналісти перебувають у пошуку професійних орієнтирів.

Українським ЗМІ бракує інституціоналізації редакційних практик щодо висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом. Тому журналісти загалом більш схильні керуватися власним досвідом і поглядами, а не усталеними редакційними практиками й стандартами.

Особистий фактор — а саме активність окремих журналістів, багато з яких є вихідцями з Донбасу та Криму, добре розуміють контекст проблем і часто відвідують зону конфлікту та порушують важливі питання — є вагомим чинником формування порядку денного українських ЗМІ щодо тем, пов'язаних із конфліктом.

Висновки

Проведене дослідження, аналіз та узагальнення матеріалу дозволяють зробити наступні висновки.

У результаті дослідження було виявлено, що, пропаганда війни має місце і в українських, і в російських ЗМІ. Якісний аналіз досліджуваного матеріалу засвідчив, що російські ЗМІ найбільше вдається до застосування спеціальних лексичних засобів, негативно забарвленої лексики, щоб налаштувати російську аудиторію проти України. Розробляючи інформаційну політику України, потрібно зважати на ворожнечу, яку створюють провідні російські медіа. Вкрай важливо ставити питання про будування діалогу між українським та російським народами, пропонувати альтернативні джерела новин для росіян, а також аргументовано спростовувати неправдиві звинувачення з боку Кремля.

Російська пропаганда досягла значного успіху в конструюванні всередині Росії сталого образу України та українців як «ворогів» росіян. Водночас історія російсько-турецького загострення та примирення вказує на значні можливості пропаганди з деконструювання рукотворних стереотипів та швидкої переорієнтації суспільства на нові об'єкти ненависті.

Одним із важливих наслідків пропагандистської обробки російського населення в 2014–2016 роках стало налагодження механізмів мобілізації громадян для підтримки будь-яких несподіваних військових рішень Кремля. Головною метою таких дій було й залишається підтримання високого рейтингу Володимира Путіна. У зв'язку з цим не варто виключати повернення загрози військової агресії та відповідної агресивної пропаганди під час президентської виборчої кампанії 2018 року, особливо на тлі нещодавніх антикорупційних протестів.

Серед журналістів є одностайне розуміння важливості теми конфлікту, однак більшість спостерігає зниження інтересу аудиторії до цих тем у

зв'язку з накопиченою втомою та відносно спокійною ситуацією в зоні АТО, а отже й зменшення інтенсивності висвітлення цих тем у медіа.

Українські військові отримують найбільше висвітлення в ЗМІ порівняно з іншими соціальними групами, що потерпають від конфлікту, оскільки, на думку журналістів, історії про військових є найбільш цікавими для аудиторії, важливими для суспільства та яскравими. Також спрацьовує чинник емпатії журналістів, які підтримують тісний контакт із військовими та вболівають за них.

Теми, пов'язані з переселенцями, мешканцями звільнених та окупованих територій, на думку журналістів, отримують дещо менше висвітлення у зв'язку з меншим інтересом із боку аудиторії, браком ресурсів ЗМІ, проблемами з доступом. Крім того, журналісти мають більше неоднозначне ставлення до цих соціальних груп порівняно з військовими. Втім, журналісти загалом не схильні до надмірних узагальнень та свідомі проблеми стереотипізації в медіа.

Емоційна напруга, яка супроводжує висвітлення конфлікту, та відчуття співпричетності вплинули на переосмислення журналістами своєї професійної ролі в умовах конфлікту. Більшість журналістів вважає, що не можуть бути повністю «над ситуацією», хоча багато хто усвідомлює небезпеки такої позиції.

Питання професійних стандартів у роботі журналіста під час висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом, в більшості редакцій недостатньо добре артикульовані. В багатьох випадках стандарти є предметом інтерпретації журналістів, а не політикою редакцій.

Загалом в українському журналістському середовищі є розуміння нормативної важливості стандартів об'єктивності та збалансованості, однак в умовах конфлікту журналісти відчують непевність щодо можливості дотримання цих стандартів без потенційної шкоди для країни. Тому більшість українських ЗМІ більш чи менш свідомо «виключає» представлення іншої сторони у своїх матеріалах про конфлікт. Тим часом є

група журналістів, яка проблематизує відсутність позиції іншої сторони в медійному дискурсі.

Журналісти загалом вважають, що досить вільні у висвітленні тем, пов'язаних із конфліктом (особливо порівняно з політичними темами), однак деякі журналісти відчують тиск редакції, громадський тиск та свідомі можливої самоцензури. Зокрема, йдеться про уникання тем, які би могли нашкодити образу українських військових та зіграти на руку російській пропаганді.

Вагомими факторами впливу на висвітлення конфлікту є досвід безпосередньої роботи в зоні конфлікту та розуміння контексту. Ті журналісти, які мають змогу активно їздити в зону конфлікту, добре напрацьовані контакти, а також ті, хто мав більше контакту з регіоном до початку конфлікту, — демонструють більш комплексний погляд на ситуацію та глибше розуміння нюансів. Натомість журналісти, які переважно висвітлюють теми конфлікту з редакцій та перебувають далеко від зони конфлікту, схильні до спрощеного розуміння ситуації.

Більшість журналістів підтримують ідею діалогу, однак не розуміють, із ким саме цей діалог можливий. На думку журналістів, брак теми діалогу в медіа пов'язаний із відсутністю чітко артикульованої державної політики щодо майбутнього окупованих територій та мешканців цих територій. За таких умов більшість журналістів не готові брати на себе відповідальність за просування ідеї діалогу, хоча готові такий діалог висвітлювати.

Resumé

Cílem této bakalářské práce je analýza reflexe současné válečné krize v ukrajinských publicistických dílech. Toto téma lze považovat ve válečné době za velmi důležité, protože média, stejně tak jako vojenské vedení státu, jsou zodpovědná za lidské životy.

Pro komparaci byly vybrány nejznámější ukrajinské a ruské články a texty. Při jejich srovnání lze posoudit, že ukrajinská média příliš na válku nebyla připravena. Do roku 2014 znali Ukrajinci války pouze ze světových médií. Poslední válečný konflikt na území Ukrajiny byla druhá světová válka, jejíž mediální obraz kontroloval Kreml. Problémem současných ukrajinských medií je, že mají různé majitele a proto mají různé cíle sahající od byznysu po politiku. Vláda jen z části ovlivňuje mediální informační politiku. Dochází k tomu pouze v těch případech, pokud je majitelem média poslanec. Reflexe ozbrojeného konfliktu na Ukrajině probíhá v různých kontextech – ve vysoce patriotickém, proukrajinském a proruském.

Zcela jiná situace s médií byla zaznamenána u našeho severního souseda, jehož vojska se aktivně účastní vojenských událostí na Donbasu. Diskurz války v ruských médiích je přítomný během celého období po rozpadu Sovětského svazu. Kromě toho, všechna hlavní federální ruská média významně ovlivňuje vláda v Kremlu, která udává médiím směr.

Průzkum válečné propagandy v médiích je pro obyvatele státu ve válečném konfliktu důležitý pro jejich orientaci v situaci. Průzkum medií druhého účastníka konfliktu umožňuje probádat mediální pole, ve kterém se nachází občané tohoto státu a tak odhaluje směřování informační války, kterou podporuje (anebo nepodporuje) tento stát.

Úkoly této bakalářské práce jsou:

- Definice ponětí žurnalistiky a jejích žánrů
- Charakteristika současného stavu žurnalistiky na Ukrajině
- Vysvětlení role medií ve společenském životě

- Porovnání aspektů práce ukrajinských a ruských médií v kontextu současné válečné krize

Pro realizaci výzkumu byly zvoleny následující metody:

- Teoretické (analýza, syntéza, zevšeobecnění, systematizace domácích a zahraničních zdrojů), jež umožňují shrnout stav zkoumaného problému.
- Empirické (porovnání, pozorování)

Podkladem k výzkumu posloužila vybrána ukrajinská a ruská publicistická díla, nejznámější televizní kanály.

Výzkum byl zaměřen na způsoby a metody informování o událostech ve Východní Ukrajině ukrajinskými a ruskými medií, a také porovnání stejných zpráv, podávaných zároveň v ukrajinských a ruských časopisech.

Během výzkumu byly učiněny následující závěry.

Válečná propaganda je patrná v ukrajinských i ruských médiích. Kvalitní analýza zkoumaného materiálu svědčí o tom, že ruská média nejvíce používají speciální lexikální prostředky, negativně zabarvenou slovní zásobu, za účelem negativního naladění ruských čtenářů proti Ukrajině.

Je velmi důležité snažit se vybudovat dialog mezi ukrajinským a ruským národem, nabízet alternativní zprávy pro Rusy, a také pomocí reálných faktů a argumentů bojovat s falešnými obviněními ze strany Kremlu.

Co se týče tematiky publicistických děl, tak v porovnání s jinými sociálními skupinami je největší pozornost udělována ukrajinským vojákům a důstojníkům, jelikož žurnalisté je považují za největší objekt zájmu a nejvýznamnější postavy v současné válečné situaci. Také velkou roli hraje empatie žurnalistů, kteří jsou v blízkém kontaktu s vojáky a všemi možnými způsoby se snaží je podporovat.

Tématům spojeným s přistěhovalci, obyvateli okupovaných a osvobozených území je věnována menší pozornost z důvodu menšího zájmu ze strany čtenářů, nedostatku zdrojů a kvůli problémům s dostupností. Kromě toho, žurnalisté mají nejednoznačný názor na tuto sociální skupinu.

Ovšem je opravdu těžké zachovat profesionální přístup k problematice a zastávat pozici „nad věcí“, nebýt ovlivněný těžkým ekonomickým, sociálním a

politickým stavem své země, a jen podávat aktuální zprávy neutrálním způsobem. V ukrajinském mediálním prostoru je proto třeba budovat standardy objektivity a rovnováhy. V období ozbrojeného konfliktu žurnalisté ztrácí jistotu. Mají sice celkem svobodu při výběru témat, při podávání informací však někteří cítí opravdový tlak ze strany redakce a společnosti. Může docházet k vyhýbaní se tématům, což podporuje ruskou propagandu.

Velmi významná je přímá práce v zóně konfliktu a vnímání co nejširšího kontextu. Ti žurnalisté, kteří mají možnost aktivně jezdit do zóny ATO, tj. protiteroristická operace v Donbasu, a také ti, kteří měli více kontaktů s tímto regionem před konfliktem demonstují komplexnější pohled na situaci a větší chápání detailů. Naopak žurnalisté, píšící o konfliktu z pohodlné redakce nacházející se daleko od konfliktní zóny, jsou náchylní k zjednodušenému vnímání situace.

Список використаних джерел

1. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Праткинс. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2013. – 384 с.
2. Аналитические жанры газеты: Хрестоматия. — М.: Изд-во МГУ, 2009. — 236 с.
3. Багиров Э, Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды. Учеб. пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2006. — 119с.
4. Бауман Юрій. Міфологія в суспільній свідомості України (аналіз української преси) // Історична міфологія в сучасній українській культурі. — К., 2008. — С. 5-67.
5. Бебик. В.М.Засоби масової інформації посткомуністичної України. — К., 2006, - 518 с.
6. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. — М.: Изд-во МГУ, 2011. — 125 с.
7. Бочковський О.І., Сірополко С. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / За ред. К. Костева й Г. Кошаринського. — Мюнхен: Український техніко-господарський інститут, 2003. — 204 с.
8. Бухарцев Р. Г. Психологические особенности журналистского творчества: Материалы спецкурса. — Свердловск: Уральский ун-т им. А. М. Горького, 2006. —67 с.
9. Вачнадзе Г. Н. Всемирное телевидение: Новые средства массовой информации — их аудитория, техника, бизнес, политика. — Тбилиси: Ганатлеба, 2009. — 672 с.
10. Вайшенберг З . Новинна журналістика : навчальний посібник / Зігфрід Вайшенберг у співпраці з Юдит Ракерс ; За заг . ред . В . Ф . Іванова . – К .: Академія української преси , 2014. – 262 с .

11. Введение в журналистику: Хрестоматия. — М.: Высш. шк., 2009. — 263 с.
12. Введение в теорию журналистики. Учеб. пособие. / Прохоров Е. П., Гуревич С. М., Ибрагимов А.-Х.-Г. и др. — М.: Высш. шк., 2010. — 287 с.
13. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избр. произв. - М., 2012, - 486 с.
14. Горчинська О. Георгій Почепцов: Інформаційна війна веде до наступного кроку – війни фізичної / Олександра Горчинська // mymedia.org.ua. – 2014. – Режим доступу: http://www.mymedia.org.ua/konkurs/ukraina/infowars/georg_y_pochepcov_nformac_yn_v_yna_vede_do_nastupnogo_kroku-v_yni_f_zichno.html.
15. Гол Д. Онлайн-журналістика / Джим Гол; Пер. з англ. – К.: «К. І. С.», 2005. – 344 с.
16. Еляшевська Н. Ф. Вразливість України до інформаційної війни / Н. Ф. Еляшевська // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2015. – Вип. 14. – С. 165 – 169.
17. Засоби масової інформації: поняттєвий апарат / За ред. А.З. Москаленка. — К., 2007, - 368 с.
18. Засоби масової інформації. Українське законодавство. — К., 2005, - 693 с.
19. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації. — К., 2013, - 419 с.
20. Кабаненко І. Інформаційна війна Росії проти України побудована на суцільній брехні / Ігор Кабаненко. – Режим доступу: <http://uapress.info/uk/news/show/28496>.
21. Кихтан В. В. Информационные технологии в России / В. В. Кихтан. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 160 с.
22. Кузнецов Г. В. ТВ - журналистика : критерии профессионализма / Г. В. Кузнецов. – М.: Изд. РИП - холдинг, 2006. – 221 с.

23. Куляс І ., Макаренко О . Ефективне виробництво теленовин : стандарти інформаційного мовлення ; професійна етика журналіста - інформаційника . Практичний посібник для журналістів / Ігор Ку - ляс , Олександр Макаренко . – К .: Вид - во ХББ , 2006. – 120 с .
24. Лигачева Н . Барбосизация всей страны / Наталья Лигачева // <http://www.telekritika.ua/media-continent/authorcolumn/nl/2008-08-04/39830>
25. Маруненко О. Зовнішні і внутрішні інформаційні війни у медійному просторі України /О. Маруненко // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. – К., 2011. – №4. – С. 91 – 95.
26. Мудрак Л. Стандарти журналістики в умовах війни: переосмислення / Л. Мудрак. – Режим доступу: – http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/standarti_zhurnalistiki_v_umovakh_viyuni_pereosmislennya/
27. Миронченко В.Я. Інформаційне радіомовлення України. — К., 2016, - 357 с.
28. Москаленко А.З. Вступ до журналістики.-К., 2011, - 428 с.
29. Попович М. Громадянське суспільство України: підсумки ХХ століття // День. - 1999.- 31 грудн.
30. Панарин И. Н. Технология информационной войны / Игорь Николаевич Панарин. – М. : КСП+, 2013. – 319 с.
31. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Георгій Почепцов. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2015. – 497 с.
32. Павлюк Л . С . Знак , символ , міф у масовій комунікації / Л . Павлюк . – Львів : ПАІС , 2006. – 120 с .
33. Семен Н. Ф. Етично-професійний аспект діяльності журналіста в умовах інформаційної агресії / Н. Ф. Семен // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – Вип. 15. – С. 58 – 62.
34. Семен Н. Ф. Поняття “інформаційна війна” в контексті соціальних комунікацій / Н. Ф. Семен // Держава та регіони: серія: соціальні комунікації. – 2016. – № 1. – С. 22 – 25.